

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank

Bank menjalankan usahanya dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut dalam berbagai alternatif investasi. Bank merupakan suatu usaha yang kegiatannya banyak diatur oleh pemerintah, pengaturan secara ketat oleh pemerintah dikarenakan bank sangat berperan dalam pelaksanaan kebijakan moneter khususnya mempengaruhi jumlah uang beredar. Pengertian bank menurut Undang – undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagai mana telah diubah dengan Undang – undang No. 10 tahun 1998 sebagai berikut :

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹¹

Bank umum sebagai lembaga intermediasi keuangan memberikan jasa – jasa keuangan baik kepada unit surplus maupun kepada unit defisit. Bank melaksanakan beberapa fungsi dasar yakni :

- a. Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang efisien dalam kegiatan ekonomi.
- b. Menciptakan uang.
- c. Menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat.

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perbankan, hal. 4

d. Menawarkan jasa – jasa keuangan yang lain.¹²

Berdasarkan uraian diatas maka dapat di simpulkan bahwa bank komersial mempunyai dua tujuan yang ingin di capai yaitu *pertama laba*, dijelaskan bahwa bank pada dasarnya sama seperti kegiatan bisnis yang lain yaitu untuk mendapatkan laba. Bank memperoleh laba dari pemberian kredit kepada masyarakat semakin besar kredit yang dikeluarkan pada masyarakat maka semakin besar bunga kredit yang diterima bank. Bank juga mendapat laba dari pasar sekuritas. Tujuan bank yang *kedua likuiditas* dalam hal ini bank berusaha tetap menjaga likuiditas bank dengan meningkatkan aset yang likuid dan meningkatkan cadangan dana bank.

2. Penegertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata yaitu **bank** dan **syariah**, kata bank yang artinya suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara kuangan dari dua pihak yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Sedangkan kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Jika dua kata tersebut digabungkan menjadi satu yaitu bank syariah yang artinya suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Selain itu bank

¹² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal. 23

syariah dalam bahas asing bisa disebut *Islamic Banking* atau *interest free banking* yang artinya suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maysir*), dan ketidakjelasan (*gharar*).¹³

Sedangkan menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah:

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan objek yang haram.

Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*). Selain beberapa definisi bank syariah yang ada di atas selanjutnya para pakar memberikan pendapat mengenai pengertian bank syariah meliputi :

Menurut Sudarsono

Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa – jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip – prinsip syariah atau islam.

Menurut Perwataatmadja

Bank Syariah ialah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip – prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-qur'an dan Hadist.¹⁴

¹³ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008) hal 1

¹⁴ Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perbankan, hal. 4

Maka dari beberapa definisi yang telah ada, dapat ditarik kesimpulan bahwa bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Keuntungan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank.¹⁵

Adapun landasan syariah tentang hukum Perbankan Syariah terdapat dalam Al Quran dan Al Hadist diantaranya adalah:

a. Al-Qur'an

QS. Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.¹⁶

b. Al-Hadist

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الصَّبَّاحِ وَزُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ وَعُثْمَانُ بْنُ
أَبِي شَيْبَةَ قَالُوا حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ أَخْبَرَنَا أَبُو الزُّبَيْرِ عَنْ جَابِرِ

¹⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal. 23

¹⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemah Surat Al Baqoroh ayat 275*, (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quraan), hal. 47.

قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرَّبِّا
وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Shabah dan Zuhair bin Harb dan Utsman bin Abu Syaibah mereka berkata: telah menceritakan kepada kami Husyaim telah mengabarkan kepada kami Abu Az Zubair dari Jabir dia berkata, “Rasulullah melaknat pemakan riba, orang yang menyuruh makan riba, juru tulisnya dan saksisaksinya.” Dia berkata, “Mereka semua sama”.¹⁷

3. Fungsi Bank Syariah

Fungsi lembaga perbankan syariah Indonesia ditegaskan dalam pasal 3 UU Perbankan yang berbunyi “Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

Perbankan Syariah juga adalah suatu lembaga *Intermediary* dan juga dapat menjalankan fungsi sosial sebagaimana ditegaskan dalam UU No 21 tahun 2008 pasal 4 tentang Perbankan Syariah yang berbunyi :

- a. Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dalam menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkan kepada pengelola wakaf (*nazir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).¹⁸

Selanjutnya dapat ditarik kesimpulan dari isi UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bahwa bank syariah mempunyai 3 fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dana, penyaluran dana dan memberikan

¹⁷ Muslim bin Hajjaj Abu Husain al-Qusyairi, *Shahih al-Muslim Juz V*, (Beirut: Dar Ihya Turats), hal. 210

¹⁸ Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 14

pelayanan jasa bank. Semua layanan tersebut akan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat atau nasabah yang berkepentingan.

4. Prinsip Bank Syariah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam penjelasan umum UU No 21 Tahun 2008 perbankan syariah bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *riba*, *maysir*, *gharar*, *haram*, dan *zalim*. Pengertian tersebut sebagaimana penjelasan pasal 2 undang-undang tersebut, yaitu:

- a. *Riba*, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*batil*) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhhl*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*).
- b. *Maysir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti yang bersifat untung-untungan.
- c. *Gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.
- d. *Haram*, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah; atau
- e. *Zalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.¹⁹

¹⁹ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, cetakan pertama, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hal. 680

Dalam melaksanakan sistem operasi perbankan syariah, maka suatu bank harus berpedoman prinsip syariah yang telah dimuat pada UU No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Telah disebutkan ada 5 (Lima) poin yang harus ditaati oleh setiap lembaga keuangan, agar seluruh transaksi yang dilakukan tidak keluar dari koridor Islam.

5. Tujuan Bank Syariah

Upaya pencapaian keuntungan yang setinggi-tingginya (profit maximization) adalah tujuan yang biasa dicanangkan oleh bank komersial, terutama bank konvensional. Berbeda dengan tujuan bank konvensional, bank syariah berdiri untuk menggalakkan, memelihara dan mengembangkan jasa-jasa serta produk-produk perbankan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mendukung aktivitas investasi dan bisnis yang ada di lembaga keuangan sepanjang aktifitas tersebut tidak dilarang dalam Islam, selain itu, bank syariah harus lebih menyentuh kepentingan masyarakat kecil.²⁰

B. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

Minat (*Intersest*) berarti kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.²¹ Minat merupakan keinginan yang

²⁰ Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 213

²¹ Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka 1999) hal 225

timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa adayang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut di peroleh dari kegiatankegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.²²

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam kondisi harmonis, agar kehendak bisa di atur dengan sebaik-baiknya.

Menurut Kanut Minat yaitu

pengaruh eksternal, kesadaran akan kebtuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen pengaruh eksternal terdiri dari faktor pemasaran dan faktor sosial budaya.²³

²² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali press, 2014) hal. 141

²³ Maya Angelia, "*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada Bank BRI Cabang Ahmad yani*" Skripsi : Makasara universitas hasanudin fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2014

Ada beberapa tahapan minat yaitu :

- a. Informasi yang jelas sebelum memilih
- b. Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- c. Keputusan memilih.²⁴

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan hati seseorang dalam memilih sesuatu dengan disertai oleh tindakan untuk mencapainya minat terjadi karena rasa senang atau tertarik pada suatu barang dan ingin memilikinya.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

- a. Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Faktor faktor yang melatar belakangi timbulnya minat yaitu :

²⁴ Sukanto , *Suatu pendekatan Alternatif Atas Psikologi*, (Jakarta: 1985, Integrita Press), hal. 45

a. Faktor dorongan dari dalam individu

Faktor ini merupakan rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berniat belajar, membaca, menuntut ilmu atau melakukan aktivitas lainnya.

b. Faktor motif sosial

Faktor ini dapat membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu, karena adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari orang lain.

c. Faktor emosional

Faktor ini berkaitan dengan minat secara emosi. Misalnya keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat begitupun sebaliknya.

2. Pengertian Nasabah

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan pasal 1 yaitu:

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Rambat nasabah adalah:

seseorang yang secara kontinu dan berulang datang ke bank untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk/jasa tersebut.

Nasabah merupakan orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.²⁵ Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang di percayainya.

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu²⁶ :

- a. Memahami tujuan – tujuan dan sasaran – sasaran yang ingin dicapai atau di dapatkan oleh nasabah
- b. Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- c. Mengetahui apa yang biasa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membuat merealisasikan masalah – masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan – tujuan tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah merupakan orang yang berinteraksi di bank yaitu orang yang menggunakan jasa bank. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah menabung adalah keinginan yang datang dari diri nasabah

²⁵ M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta.2010), hal 189

²⁶ Bill Stinnet. *Think Like Your Customer*. (Jakarta: Alex Media Komputindo),hal 3

untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu.

3. Indikator Minat Nasabah

Minat nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator – indikator berikut:

- a. Minat Tradisional, yaitu kecenderungan seseorang untuk memiliki atau membeli produk.
- b. Minat Refrensial, yaitu keinginan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat – sifat positif dari produk tersebut.²⁷

4. Minat menjadi nasabah

Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor 1995 dalam minat beli adalah tahap kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum

²⁷ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Uniiiversitas Diponegoro 2016), hal. 129

keputusan benar-benar dilaksanakan. Menurut Kotler 2002 Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membeli semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Pada kebanyakan orang perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya.

Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya. Sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli.

Menurut Keller, minat beli konsumen adalah:

Seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lain.

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Dengan demikian dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan. Indikator minat menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.²⁸

5. Macam-Macam Minat

Abdul Rahman Shaleh dan Muhhbub Abdul Wahab membagi minat menjadi 3 macam yaitu:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural.
 - 1) Minat Primitif adalah minat yang timbul dari kebutuhan jasmani seperti (makan dan minum).

²⁸ Philip Kotler, *Managemen Pemasaran, Edisi 1* (Jakarta: 2004, PT. Indeks), hal. 40-48

- 2) Minat Kultural adalah minat yang berasal dari perbuatan belajar yang tinggi. Seperti orang yang benar terdidik ditandai dengan adanya minat yang benar luas terhadap hal yang bernilai.²⁹
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik.
- 1) Minat intrinsik adalah minat secara langsung yang berhubungan dengan aktivitas sehari-hari.
 - 2) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara pengungkapannya, minat dapat dibedakan menjadi 4, yaitu :
- 1) Expressed interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak.
 - 2) Manifest interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan secara langsung.
 - 3) Tested interest yaitu minat yang diungkapkan dengan menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
 - 4) Inventorid interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah disajikan, berisi dengan pernyataan-pernyataan yang disenangi atau tidak.³⁰

²⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 263-268.

³⁰ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Uniiiversitas Diponegoro 2016), hal. 129

6. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Keynes berpendapat bahwa tabungan adalah

Bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dituliskan dengan rumus: $S = Y - C$, yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi.

Dari teori ekonomi di atas, dapat dinyatakan semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan intensi menabung. Sejalan dengan penjelasan teori di atas, persmintaan untuk menabung di bank syariah juga dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Semakin besar pendapatan, maka permintaan untuk menabung di bank syariah akan semakin tinggi. Hal ini berarti bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah. Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah “kualitas yang kurang baik, tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.”

a. Informasi produk

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga background factors yang ada di Theory of Planned Behavior, selain faktor pribadi dan sosial. Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa. Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus.

Seseorang yang mempunyai informasi tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi daripada orang yang tidak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

b. Lokasi (Tempat).

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan

keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, system penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi”.

c. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut promotion mix. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen. Daftar mengenai alat-alat promosi yang penting yang dapat dipakai untuk membangun suatu program penjualan efektif³¹, antara lain:

- 1) Iklan (Adversiting)
- 2) Kewiraniagaan (Personal Selling)
- 3) Promosi Konsumen (Hadiah, perlombaan, penawaran, komunikasi)
- 4) Metode yang bertujuan merangsang iklan dan promosi dealer
Promosi penjualan (sales promotion)

³¹ Djsalim Saladin, “Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Prakti, Cet ke-2”, (Bandung : Mandar Maju, 1996). hal. 51

d. Fasilitas Pelayanan

Menurut Hardiansyah mendefinisikan pelayanan atau sistem administrasi ialah sebagai

aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan, dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain.

Fasilitas pelayanan pada bank syariah dapat berupa fasilitas fisik maupun pelayanan dari karyawannya. Fasilitas pelayanan yang nyaman serta memadai akan dapat menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan bank syariah.³²

e. Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan *brand image* bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seorang mengenai suatu hal.

Reputasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nama baik. Pandangan paling dominan pada literatur menunjukkan bahwa sikap terhadap merek yaitu reputasi atau penyedia jasa lebih merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibanding elemen kepuasan. Dalam penelitiannya Joko Cahyono (dalam Gatot Febianto,

³² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 163

2006) menyatakan reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala-kendala kecil di perusahaan.³³

C. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 21 yang di maksud dengan tabungan :

Merupakan simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudhrabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, dan bilyet giro.

Sedangkan menurut Fatwa DSN No: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan:

Terdapat dua jenis tabungan, yakni tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga dan tabungan yang di benarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*

2. Penegrtian Haji

Haji adalah salah satu rukun islam yang ke-5 yang diwajibkan Allah swt kepada orang – orang yang mampu menunaikannya, yakni memiliki kesangupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut. Secara syar'i haji adalah mengunjungi Ka'bah di

³³ Gatot Febianto, *Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Untuk Menabung (Studi Pada Badan KeSwadayaan Masyarakat Sari Asih Kelurahan. Padang sari Kota Semarang)*, (Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2006), hal. 24.

Makkah pada waktu tertentu untuk mengerjakan amalan – amalan ibadah tertentu pula.³⁴

Allah SWT berfirman di dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 97, yaitu :

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مِّمَّا يُبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَإِلَهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ سَطَّاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya : “Padanya terdapat tanda – tanda yang nyata (di antaranya) maqam Ibrahim [215]: barangsiapa yang memasukinya (baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah [216]. Barangsiapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu)dari semesta alam”.

Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang terakhir setelah syahadat, shalat, puasa dan zakat. Haji merupakan penyempurna Islam, seseorang muslim menjadi lebih sempurna adalah jika mampu menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci Makkah dan Madinah. Pelaksanaan rukun islam yang kelima ini tidak diwajibkan kepada setiap orang hanya saja mereka – mereka yang tergolong mampu dan sanggup saja yang diwajibkan untuk melaksanakan. Kemampuan dan kesanggupan dimaksud terutama sekali terkait dengan penguasaan ilmu, fisik dan pembiayaan untuk menunaikan ibadah haji yang memang tidak sedikit.³⁵

3. Pengertian Tabungan Haji

Dari beberapa uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tabungan haji adalah simpanan berdasarkan akad wadiah maupun mudhrabah yang digunakan untuk memudahkan masyarakat dalam mengumpulkan biaya

³⁴ Jazuli Imam, *Haji dan Umrah* (Yogyakarta: Ar – Ruzz media, 2014), hal. 53-54

³⁵ M Nafi', *Haji dan Umrah: Sebuah Cermin Hidup*, (Jakarta: erlangga 2015) hal. 109

untuk persiapan menunaikan ibadah haji untuk melaksanakan rukun Islam
san tidak dapat diambil kecuali hanya untuk keperluan pendaftaran Biaya
Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

4. Tabungan Haji Amanah

Produk tabungan Haji Amanah merupakan produk yang ada di Bank
Jatim Syariah yang merupakan bank daerah yang di kelola berdasarkan
prinsip syariah dan salah satu bank penerima setoran biaya
penyelenggaraan ibadah haji yang terdaftar di SISKOHAT Kementrian
Agama Republik Indonesia. Tabungan Haji Amanah menawarkan solusi
dimana di pergunkan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi
haji (Reguler) dengan sistem setoran bebas atau bulanan dimana
menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*. Selain itu ada beberapa
keunggulan dari Tabungan Haji Amanah :

- a. Dana aman dan tersedia setiap saat
- b. Dapat bertransaksi secara online di seluruh jaringan Bank Jatim baik
Kantor Cabang Syariah maupun Kantor Layanan Syariah
- c. Dapat didaftarkan menjadi calon jemaah haji melalui SISKOHAT
- d. Dapat dibukakan untuk anak – anak
- e. Nenas biaya pengelolaan rekening bulanan
- f. Bebas biaya penutup rekening³⁶

³⁶ www.bankjatim.co.id diakses pada hari selasa tanggal 17 November 2020

D. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai pembahasan di atas, maka penulisan melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang berhubungan dengan permasalahan yang akan di kaji. Sejauh ini peneliti mendapatkan titik permasalahan dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian Hana Meinda yang dilakukan pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini disebutkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi adalah faktor sosial yang menempatkan pihak – pihak tertentu seperti keluarga, kelompok dan kelas yang berdasarkan suatu sistem nilai norma yang berlaku pada suatu masyarakat tertentu. Selain itu ada faktor budaya dimana berdampak terhadap keputusan nasabah yang menjadi tolak ukur pengambilan keputusan nasabah dalam memilih jasa keuangan, kemudian ada faktor kepribadian yang dimana nasabah akan banyak dipengaruhi oleh faktor internal disamping itu kepribadian cenderung dapat mempengaruhi pilihan. Kemudian ada faktor psikologis, dari beberapa faktor yang mendasari keputusan nasabah tabungan haji di

bank syariah mandiri kantor cabang tulungagung yang lebih dominan adalah faktor psikologis dan sosial.³⁷

2. Jurnal penelitian yang diteliti oleh Akhmad Darmawan pada 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah menabung adalah tingkat pelayanan yang dimana bank jateng syariah mampu memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabah sehingga nasabah berkeinginan untuk melakukan transaksi dan menabung di bank jateng syariah. Yang dimana dilihat dari pegawai bank sudah dapat melayani nasabah sesuai dengan standar operasional perusahaan, peraturan dan prosedur yang berlaku. Selain itu faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung adalah pengetahuan, promosi dan harga yang dimana sangat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di bank jateng syariah.³⁸
3. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa pada 2017. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah.

³⁷ Hana Meinda, *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri, 2019), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>, diakses 17 November 2020

³⁸ Akhmad Darmawan. “*Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah*”, Artikel Ilmiah dan Jurnal Fokus Bisnis Vol. 18, No. 01, Juli 2019

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, hasil dari penelitian ini dimana dalam penelitian ini disebutkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menabung adalah adanya tingkat kepuasan nasabah dalam hal ini penelitian yang telah dilakukan oleh Roni Andespa memiliki kesamaan dengan penelitian, yang bawasanya strategi yang digunakan dalam meningkatkan minat menabung menggunakan strategi marketing mix dimana meliputi produk, harga, tempat dan promosi, namun untuk perbedaan yang ada dalam penelitian ini dengan penelitian yang kami gunakan, dimana untuk peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan untuk peneliti sendiri menggunakan metode kualitatif deskriptif.³⁹

4. Jurnal penelitian yang diteliti oleh Wardatul Jannah, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi pada 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah atas tabungan Wadi'ah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih tabungan wadi'ah adalah faktor bagi hasil, pelayanan, religi dan motivasi, namun dari keempat

³⁹ Roni Andespa. dengan judul “*Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah*” Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2 No. 1 Januari – Juni 2017, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (Padang: Universitas Isam Negeri Imam Bonjol)

faktor tersebut ada salah satu yang tidak menunjukkan ketidak ada pengaruh terhadap minat nasabah atas tabungan wadi'ah.⁴⁰

5. Penelitian Rizka Fatmawat yang dilakukan pada 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa faktor – faktor bauran pemasaran yang mempertimbangkan nasabah dalam memilih produk tabungan iB muamalat haji dan umrah adalah faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi. Namun dalam hal ini untuk penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti yang sekarang memiliki perbedaan yaitu terletak pada metode penelitian yang kami gunakan. Biasanya untuk penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian yang peneliti sekarang lakukan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.⁴¹

⁴⁰ Wardatul Jannah, Nur Diana, dkk, “ *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Tabungan Wadi'ah*” Jurnal E-JRA, Vol. 08 No. 02 Februari 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Malang.

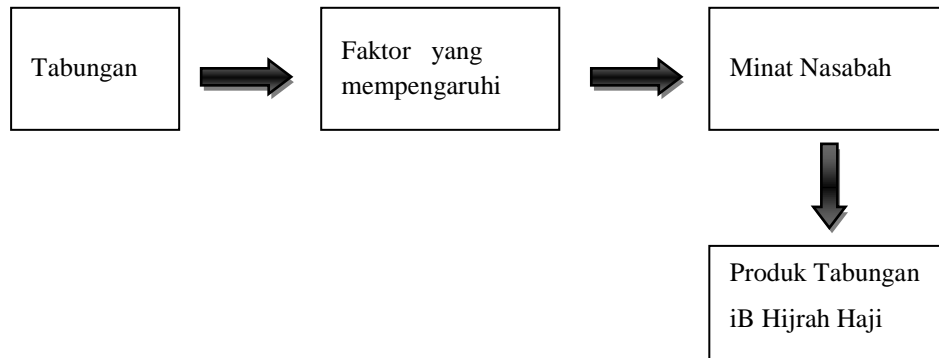
⁴¹ Rizka Fatmawati., “*Faktor – Faktor Bauran Pemasaran yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar*”, Skripsi (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri 2018), [http:// http://repo.iain-tulungagung.ac.id](http://repo.iain-tulungagung.ac.id), diakses 17 November 2020

Tabel 2.1
Perbedaan dan persamaan pada penelitian terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Hana Meinda	<i>Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji di Bank Mandiri KCP Tulungagung.</i>	Variabel yang sama yaitu keputusan nasabah dalam memilih tabungan	Metode penelitian yang digunakan kuantitatif.
2.	Akhmad Darmawan	<i>Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.</i>	Variabel yang sama yaitu minat nasabah Metode penelitian yang digunakan kualitatif	Objek penelitian adalah pegawai bank
3.	Roni Andespa	<i>Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah.</i>	Variabel yang sama yaitu minat nasabah	Metode penelitian yang digunakan kuantitatif. Membahas tentang bagaimana strategi untuk meningkatkan minat nasabah
4.	Wardatul Jannah, dkk	<i>Analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah atas tabungan Wadi'ah.</i>	Variabel yang sama yaitu minat nasabah.	Metode penelitian yang di gunakan kuantitatif. Objek yang diteliti hanya nasabah.
5.	Rizka Fatmawat	<i>Faktor-faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat KCP Blitar.</i>	Membahas tentang bauran pemasaran dalam mempertimbangkan memilih produk tabungan.	Metode penelitian yang di gunakan kuantitatif.

E. Kerangka berfikir teoritis

Gambar 2.2



Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kualitatif berupaya untuk menganalisis terkait dengan Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji di Bank Jatim Syariah KC Kediri.