

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW.¹

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga tahun 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya *krisis moneter* yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para *banker* melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak *krisis moneter*. Para *banker* berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap *krisis moneter*. Pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan *konversi* dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian

¹ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 29

dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.²

Menurut Undang-Undang No. 7 tahun 12 tentang Perbankan, bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan Prinsip Syariah tersebut secara teknis yuridis disebut “ Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil”. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, istilah yang dipakai ialah “Bank Berdaarkan Prinsip Syariah”. Oleh karena pedoman operasi bank tersebut adalah ketentuan-ketentuan Syariah Islam, maka bank yang demikian itu disebut “Bank Syariah”. Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah itu, sebagaimana menurut devinisi yang disebut dalam pasal 1 angka 7 undang-undang tersebut, bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah disebut Bank Syariah.³

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan *komersil* yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Fungsi sosial yang paling tampak adalah aktivitas

² Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 31

³ Sultan Remy .Sjahdeini, *Perbankan syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Jayakarta Agung Offset, 2010), hlm.31

penghimpunan dan penyaluran Zakat, Infak, Sedekah, Hibah, dan Waqaf (ZISWAF). Selain itu, bank syariah juga mengeluarkan zakat dari keuntungan operasinya serta memberikan pembiayaan kebajikan (*qardh*). Fungsi sosial ini diharapkan akan memperlancar alokasi dan distribusi dan sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama mereka yang sangat membutuhkan.⁴

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi *intermediasi* keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai 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 obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, *infak*, sedekah, *hibah*, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

⁴ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Pustaka Setia, 2013), hlm.106

Pelaksanaan fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan syariah dari aspek pelaksanaan prinsip kehati-hatian dan tata kelola yang baik dilaksanakan oleh OJK sebagaimana halnya pada perbankan konvensional, namun dengan pengaturan dan sistem pengawasan yang disesuaikan dengan kekhasan sistem operasional perbankan syariah. Masalah pemenuhan prinsip syariah memang hal yang unik bank syariah, karena hakikinya bank syariah adalah bank yang menawarkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Kepatuhan pada prinsip syariah menjadi sangat *fundamental* karena hal inilah yang menjadi alasan dasar *eksistensi* bank syariah. Selain itu, kepatuhan pada prinsip syariah dipandang sebagai sisi kekuatan bank syariah. Dengan *konsisten* pada norma dasar dan prinsip syariah maka kemaslahatan berupa kestabilan sistem, keadilan dalam berkontrak dan terwujudnya tata kelola yang baik dapat berwujud.

Sistem dan mekanisme untuk menjamin pemenuhan kepatuhan syariah yang menjadi isu penting dalam pengaturan bank syariah. Dalam kaitan ini lembaga yang memiliki peran penting adalah Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan kewenangan kepada MUI yang fungsinya dijalankan oleh organ khususnya yaitu DSN-MUI untuk menerbitkan fatwa kesesuaian syariah suatu produk bank. Kemudian Peraturan Bank Indonesia (sekarang POJK) menegaskan bahwa seluruh produk perbankan syariah hanya boleh ditawarkan kepada masyarakat setelah bank mendapat fatwa dari DSN-MUI dan memperoleh izin dari OJK. Pada tataran

operasional pada setiap bank syariah juga diwajibkan memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang fungsinya ada dua, pertama fungsi pengawasan syariah dan kedua fungsi *advisory* (penasehat) ketika bank dihadapkan pada pertanyaan mengenai apakah suatu aktivitasnya sesuai syariah apa tidak, serta dalam proses melakukan pengembangan produk yang akan disampaikan kepada DSN untuk memperoleh fatwa. Selain fungsi-fungsi itu, dalam perbankan syariah juga diarahkan memiliki fungsi *internal audit* yang fokus pada pemantauan kepatuhan syariah untuk membantu DPS, serta dalam pelaksanaan *audit eksternal* yang digunakan bank syariah adalah *auditor* yang memiliki *kualifikasi* dan *kompetensi* di bidang syariah.

Secara umum terdapat bentuk usaha bank syariah terdiri atas Bank Umum dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dengan perbedaan pokok BPRS dilarang menerima simpanan berupa *giro* dan ikut serta dalam lalu lintas sistem pembayaran. Secara kelembagaan bank umum syariah ada yang berbentuk bank syariah penuh (*full-pledged*) dan terdapat pula dalam bentuk Unit Usaha Syariah (UUS) dari bank umum konvensional. Pembagian tersebut serupa dengan bank konvensional, dan sebagaimana halnya diatur dalam UU perbankan, UU Perbankan Syariah juga mewajibkan setiap pihak yang melakukan kegiatan penghimpunan

dana masyarakat dalam bentuk simpanan atau investasi berdasarkan prinsip syariah harus terlebih dahulu mendapat izin OJK.⁵

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.⁶

2. Pelayanan Jasa Bank Syariah

Salah satu fungsi utama bank ialah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang memerlukannya baik nasabah atau bukan nasabah. Pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah dengan berbagai produk jasa bank dan dibagi sesuai akadnya antara lain: *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *qard*, dan *sharf*. Dalam pelayanan jasa, bank syariah menerima pendapatan dalam bentuk *fee based income*.

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.

⁵ [http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/PBS-dan kelembagaan.aspx](http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/PBS-dan%20kelembagaan.aspx)
(Di akses Tanggal 29 September 2017, Pukul 14.15)

⁶ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 39

Semakin ketatnya persaingan antarbank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.⁷

3. Mekanisme Pembukaan Rekening

a. Pengertian Mekanisme Pembukaan Rekening

Mekanisme pembukaan rekening merupakan langkah-langkah yang digunakan dalam pembukaan rekening baru. Dalam pembukaan rekening mestinya ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon anggota karena semua itu sudah termasuk prosedur yang harus dipenuhi oleh calon anggota. Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon anggota yaitu cukup dengan membawa kartu identitas diri yang berlaku seperti KTP atau SIM, bersedia mematuhi persyaratan yang ada dalam lembaga keuangan syariah tersebut.

Dalam KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung untuk pembukaan rekening cukup membawa identitas diri seperti KTP atau KK dan membawa uang sebesar Rp. 15.000,- yang digunakan untuk pembelian buku rekening dan pengisian saldo awal. Untuk mekanismenya cukup mudah dipenuhi oleh calon anggota baru dan untuk simpanan *al-wadi'ah*

⁷ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 193-194

uang dapat di ambil sewaktu-waktu sesuai kebutuhan anggota. Mekanisme yang diberikan cukup mudah agar menabung menjadi ciri khas masyarakat khususnya masyarakat Tulungagung.

b. Ketentuan dan Persyaratan Simpanan *Wadi'ah*

Untuk memberikan kemudahan dalam memberikan pelayanan kepada anggota simpanan *wadi'ah*, maka terdapat beberapa ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon anggota. Persyaratan dan ketentuan simpanan *wadi'ah*, disamping untuk meningkatkan pelayanan, juga untuk menjaga keamanan serta keuntungan bagi anggota. Ketentuan tentang simpanan *wadi'ah* diatur oleh Bank Indonesia, akan tetapi masing-masing bank syariah diber kewenangan untuk mengatur sendiri asalkan ketentuan yang dibuat oleh bank syariah tidak bertentangan dengan peraturan BI.

Dengan adanya keleluasaan yang diberikan oleh Bank Indonesia akan mendorong masing-masing bank syariah untuk memberikan kemudahan dalam persyaratan yang harus dipenuhi oleh anggota. Hal ini dimaksudkan agar bank syariah mampu bersaing.⁸

1) Pembukaan Simpanan *Wadi'ah*

Pembukaan simpanan *wadi'ah* merupakan awal anggota akan menjadi anggota simpanan *wadi'ah*. Sebelum pembukaan simpanan *wadi'ah* dilaksanakan, bank syariah akan memberikan formulir isian

⁸ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 77

yang harus dilengkapi oleh calon anggota. Secara garis besar bentuk formulir pembukaan rekening simpanan *wadi'ah* sama setiap bank syariah, perbedaannya hanya terletak pada tampilan formulir masing-masing bank.

Setelah formulir diisi lengkap oleh calon anggota, maka petugas bank akan memeriksa formulir yang telah diisi kemudian memberikan tanda parat di pojok kiri bawah. Langkah berikutnya petugas bank simpanan *wadi'ah* dengan mencantumkan nomor rekening simpanan *wadi'ah* dan memberikannya kepada calon anggota. Calon anggota setelah menerima formulir yang telah disetujui segera melaksanakan setoran pertama sebagai saldo awal tabungan *wadi'ah*.⁹

2) Jumlah Setoran Minimal

Setiap bank syariah akan mensyaratkan adanya ketentuan tentang setoran minimal pada saat pembukaan. Jumlah setoran pertamanya besarnya tergantung pada masing-masing bank syariah. Beberapa bank syariah mensyaratkan setoran pertama sebesar Rp 50.000,-. Bank syariah juga buat ketentuan tentang setoran minimal untuk setoran berikutnya, misalnya minimal setoran sebesar Rp 10.000,-.¹⁰

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 77-78

¹⁰ Ibid, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*,.....,hlm. 78

3) Jumlah Penarikan

Penarikan simpanan *wadi'ah* merupakan pengambilan dana yang dilakukan oleh anggota simpanan *wadi'ah*. Bank syariah memiliki kebijakan yang berbeda tentang penarikan dana dari rekening simpanan *wadi'ah*, baik dilihat dari segi jumlah penarikan maupun frekuensi penarikan dalam sehari. Jumlah penarikan secara langsung, yaitu anggota datang membawa buku simpanan, biasanya tidak dibatasi oleh bank. Penarikan uang dengan nominal besar, meskipun tidak dibatasi, akan tetapi anggota perlu memberitaukan sebelumnya. Persediaan uang di bank jumlahnya terbatas, sehingga penarikan dengan jumlah besar perlu memberitahukan terlebih dahulu kepada bank.¹¹

4) Saldo simpanan *wadi'ah*

Setiap bank syariah menentukan kebijakan tentang saldo minimal simpanan *wadi'ah*. Besarnya saldo minimal simpanan *wadi'ah* tergantung pada bank syariah masing-masing. Kebijakan tentang saldo minimal simpanan *wadi'ah* diperlukan untuk membayar biaya administrasi atas penutupan rekening simpanan apabila anggota ingin menutupnya.¹²

5) Bagi Hasil Simpanan *Wadi'ah*

Sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank syariah kepada anggota pemegang rekening simpanan *wadi'ah*, bank syariah

¹¹ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 78-79

¹² Ibid, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, hlm. 78

memberikan balas jasa berupa bagi hasil. Penentuan besarnya bagi hasil simpanan *wadi'ah* dan cara perhitungannya tergantung masing-masing bank syariah.¹³

6) Penutupan

Penutupan simpanan *wadi'ah* merupakan berhentinya nasabah menjadi anggota penyimpan di bank syariah. Penutupan simpanan *wadi'ah* dapat disebabkan antara lain;

- Penutupan Simpanan Atas Permintaan Anggota.
- Penutupan Simpanan Karena Tidak Aktif.
- Penutupan Simpanan Karena Faktor Lain.¹⁴

4. Perhitungan Bagi Hasil dan Promosi

a) Perhitungan Bagi Hasil

1) Pengertian Perhitungan Bagi Hasil

perhitungan bagi hasil yang dimaksudkan disini yaitu pemberian bagi hasil yang diberikan oleh pihak lembaga keuangan syariah kepada anggota, dan perhitungan bagi hasilnya itu berdasarkan apa. Dan disini simpanan *al-wadi'ah* dalam pemberian bagi hasilnya tidak bisa ditentukan diawal karena keuntungan yang diperoleh oleh pihak lembaga keuangan syariah tiap bulannya tidak pasti. Jadi untuk perhitungan bagi hasilnya disesuaikan dengan keuntungan yang diperoleh pihak lembaga keuangan syariah setiap

¹³ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.79

¹⁴ *Ibid*, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*,hlm. 79-80

bulannya. Apabila keuntungan pihak lembaga keuangan syariah di kisaran 0,4% maka sudah bisa melakukan perhitungan bagi hasil. Karena bagi hasil yang akan diberikan itu dari keuntungan setiap bulan.¹⁵

2) Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Islam mendorong pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh pertumbuhan usaha *riil*. Pertumbuhan usaha *riil* akan memberikan pengaruh positif pada pembagian hasil yang diterima oleh beberapa pihak yang melakukan usaha. Pembagian hasil usaha dapat diaplikasikan dengan model bagi hasil. Bagi hasil yang diterima atas hasil usaha, akan memberikan keuntungan bagi pemilik modal yang menempatkan dananya dalam kerja sama usaha. Bunga juga memberikan keuntungan kepada pemilik dana atau investor. Namun keuntungan yang diperoleh pemilik dana atas Bungan tentunya berbeda dengan keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil.¹⁶

Secara garis besar, perbedaan bunga dan bagi hasil dapat dilihat pada Tabel 2.1.¹⁷

¹⁵ Mugianto, *Hasil Wawancara Pegawai Kspps Btm Surya Madinah Kantor Kas Pagerwojo*, 2017

¹⁶ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 23

¹⁷ Ibid, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*,hlm. 24

Tabel 2.1

Perbedaan antara Bunga dan Bagi Hasil

| Bunga | Bagi Hasil |
|--|---|
| Besarnya bunga ditetapkan pada saat perjanjian dan mengikat kedua pihak yang melaksanakan perjanjian dengan asumsi bahwa pihak penerima pinjaman akan selalu mendapatkan keuntungan. | Bagi hasil ditetapkan dengan rasio nisbah yang disepakati antara pihak yang melaksanakan akad pada saat akad dengan berpedoman adanya kemungkinan keuntungan atau kerugian. |
| Besarnya bunga yang diterima berdasarkan perhitungan persentase bunga dikalikan dengan jumlah dana yang dipinjamkan. | Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan nisbah yang diperjanjikan dikalikan dengan jumlah pendapatan dan/atau keuntungan yang diperoleh. |
| Jumlah bunga yang diperoleh tetap, meskipun usaha peminjam meningkat atau menurun. | Jumlah bagi hasil akan dipengaruhi oleh besarnya pendapatan dan/atau keuntungan. Bagi hasil akan berfluktuasi. |
| Sistem bunga tidak adil, karena tidak terkait dengan hasil usaha peminjam. | Sistem bagi hasil adil, karena perhitungannya berdasarkan hasil usaha. |
| Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama. | Tidak ada agama satu pun yang meragukan sistem bagi hasil. |

Sumber : Ismail, *Tabel Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil*.

3) Konsep Bagi Hasil

bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan *nisbah*. *Nisbah* yaitu *persentase*

yang disetujui oleh kedua pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.¹⁸

4) Metode Perhitungan Bagi Hasil

a. Bagi Hasil Dengan Menggunakan *Revenue Sharing*

Dasar perhitungan bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing* adalah perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas penjualan dan/atau pendapatan kotor atas usaha sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dalam *revenue sharing* dihitung dengan mengalikan nisbah yang telah disetujui dengan pendapatan bruto.¹⁹

b. Bagi Hasil Dengan Menggunakan *Profit/Loss Sharing*

Dasar perhitungan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing* merupakan bagi hasil yang dihitung dari laba/rugi usaha. Kedua pihak, bank syariah meupun nasabah akan memperoleh keuntungan atas hasil usaha *mudharib* dan ikut menanggung kerugian bila usahanya mengalami kerugian.²⁰

¹⁸ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 95-96

¹⁹ Ibid, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi*,hlm. 98

²⁰ Ibid, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi*.....hlm. 99

b) Promosi

1) Pengertian Promosi

Promosi juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dalam teori Kotler masuk kedalam faktor kedua yaitu Faktor Sosial. Dimana diantaranya faktor tersebut adalah Kelompok Acuan, kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang.²¹

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.²²

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini

²¹ Philip Kotler, *Principles Of Marketing (Dasar-dasar Marketing)*, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, (Jakarta: Milda Surya Grafindo, 2008), Hal.163

²² Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2007), hal. 194

setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

2) Proses Komunikasi

Ada tiga unsur pokok dalam struktur proses komunikasi pemasaran:

- Pelaku komunikasi, terdiri atas *sender* yang menyampaikan pesan dan *receiver*. Dalam konteks ini, komunikator adalah produsen, sedangkan komunikan adalah khalayak, seperti pasar pribadi, pasar organisasi, dan masyarakat umum.
- Material komunikasi, terdiri atas *ide*, *message*, *media*, *response*, *feedback* dan *noise*.
- Proses komunikasi. Proses penyampaian pesan ataupun pengiriman kembali tanggapan memerlukan dua kegiatan, yaitu *encoding* (proses merancang atau mengubah gagasan secara simbolik menjadi sebuah pesan untuk disampaikan kepada penerima) dan *decoding* (proses menguraikan atau mengartikan simbol sehingga pesan yang diterima dapat dipahami).²³

²³ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 376

3) Menentukan Bauran Promosi

Perusahaan harus mengalokasikan anggaran promosinya di antara lima alat promosi (*promotion tools*).

Marketing *communication mix* (bauran komunikasi pemasaran) = *promotion tools* (alat-alat promosi), terdiri atas:

- a. *Advertising* (periklanan), yaitu semua bentuk penyajian dan promosi non-personal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh bank sponsor tertentu.
- b. *Sales promotion* (promosi penjualan), yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
- c. *Public relation and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), yaitu berbagai program untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra bank atau masing-masing produknya.
- d. *Personal selling* (penjualan perorangan) adalah interaksi langsung antara salesman bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesan.
- e. *Direct marketing* (pemasaran langsung) adalah penggunaan surat, telepon, facsimile, e-mail, dan alat-alat penghubungan nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung

dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan.²⁴

4) Pemasaran syariah

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan.

Menurut Kotler, *marketing* (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).²⁵

5. Keputusan Anggota

1) Pengertian keputusan

Keputusan menurut Philip Kotler merupakan sebuah proses pemecahan yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna pembelian yang dilalui oleh konsumen.²⁶ Keputusan merupakan elemen penting dalam akhir dari suatu proses. Keputusan merupakan elemen penting dari perilaku konsumen disamping kegiatan fisik yang melibatkan konsumen dalam

²⁴ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 380

²⁵ Ibid, Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 37

²⁶ Philip Kotler, *Principles Of Marketing (Dasar-dasar Marketing)*, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, (Jakarta: Milda Surya Grafindo, 1987), Hal. 282

menilai, mendapatkan dan menggunakan barang-barang serta jasa ekonomis.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan merupakan perilaku konsumen dalam proses memecahkan masalah dalam memilih, menilai, dan menggunakan fasilitas yang akan dibelinya.

2) Pengertian Anggota

Pengukuran efisiensi suatu kegiatan perhitungan bagi hasil dikaitkan dengan hasil akhir yang dicapai, yaitu seberapa banyak jumlah anggota yang berhasil didapat. Atau juga bisa dikatakan efisiensi biaya suatu kegiatan bagi hasil dikaitkan hasil akhir yang dicapai KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung dalam menarik nasabah dalam memutuskan untuk memilih produk yang ditawarkannya di setiap bulan maupun setiap tahunnya.

Menurut UU RI No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau

UUS.²⁷ Pada Undang-Undang Perbankan Nasabah dibedakan menjadi beberapa klasifikasi yaitu :

a) Nasabah Penyimpan

Adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.

b) Nasabah *Investor*

Adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.

c) Nasabah Penerima Fasilitas

Adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan Prinsip Syariah. Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka perusahaan harus mengenal betul karakter nasabah secara umum. Karakter nasabah sulit sekali untuk diidentifikasi, karena penampilan dan profesi tidak selalu dengan konsisten mencerminkan penampilan seseorang.

²⁷ Undang-Undang Republik Indonesia tentang Bank Indonesia dan Perbankan Syariah, (Bandung: Citra Umbara, 2009), hal. 442

6. Produk Simpanan *Al-wadi'ah*

a. Pengertian Al-Wadi'ah

Al-wadi'ah merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan. Titipan harus dijaga dan dipelihara oleh pihak yang menerima titipan, dan titipan ini dapat diambil sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkannya.²⁸

b. Jenis-jenis *Al-Wadi'ah*

Dalam perbankan syariah terdapat dua jenis tabungan Al-wadi'ah yaitu sebagai berikut:

1. *Wadi'ah Yad Al-Amanah*

Wadi'ah Yad Al-Amanah merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak penerima titipan. Pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan dan tidak diperkenankan untuk memafaatkannya. Penerima titipan akan mengembalikan barang titipan dengan utuh kepada pihak yang menitipkan setiap saat barang itu dibutuhkan. Dalam aplikasi perbankan syariah, produk yang dapat ditawarkan dengan

²⁸ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 59

menggunakan akad *al-wadi'ah yad al-amanah* adalah *save deposit box*.²⁹

2. *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Wadi'ah Yad Dhamanah adalah akad antara dua pihak, satu pihak sebagai pihak yang menitipkan (nasabah) dan pihak lain sebagai pihak yang menerima titipan. Pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang yang dititipkan dalam keadaan utuh. Penerima titipan diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus yang tidak diperjanjikan sebelumnya. Dalam aplikasi perbankan, akad wadi'ah yad dhamanah dapat diterapkan dalam produk penghimpunan dana pihak ketiga antara lain giro dan tabungan.³⁰ Dalam perbankan syariah yang sering dipakai dalam transaksi perbankan saat ini yaitu *Wadi'ah Yad Dhamanah*. Karena dalam praktiknya wadi'ah jenis ini sama-sama memberi keuntungan antara yang memberikan titipan (nasabah) dengan yang menerima titipan.

c. Landasan Syariah Simpanan *Al-Wadi'ah*

1. Al-Qur'an

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

²⁹ Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 60

³⁰ Ibid, Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi Pertama*,.....hlm. 63

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*” (An-Nisa’:58)

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَتْهُ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

Artinya: “*Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanahnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya*”. (Al-Baqarah:283)

2. Al-Hadits

Ibnu Umar berkata bahwasannya Rasulullah telah bersabda, “*Tiada kesempurnaan iman bagi setiap orang yang tidak beramanah, tiada shalat bagi yang tidak bersuci.*” (HR Thabrani)

3. Ijma’

Para tokoh ulama Islam sepanjang zaman telah melakukan ijma (konsensus) terhadap *legitimasi al-wadi’ah* karena kebutuhan manusia terhadap hal ini jelas terlihat, seperti dikutip oleh Dr.Azzuhaily dalam *al-fiqh al-islami wa Adillatuhu* dari kitab *al-mughni wa Syarh Kabir li Ibni Qudhamah* dan *Mubsuth li Imam Sarakhsy*.

Pada dasarnya, penerima simpanan adalah *yad al-amanah* (tangan amanah), artinya ia tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada asset titipan selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan (karena faktor-faktor diluar batas kemampuan). Hal ini telah dikemukakan oleh Rasulullah dalam suatu hadits,

“jaminan pertanggungjawaban tidak diminta dari pinjaman yang tidak menyalahgunakan (pinjaman) dan penerima titipan yang tidak lalai terhadap titipan tersebut”.³¹

d. Produk Simpanan *Al-wadi'ah*

Produk simpanan *al-wadi'ah* di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung merupakan produk simpanan yang sangat di minati banyak anggota karena simpanan *al-wadi'ah* merupakan produk simpanan harian untuk perorangan dengan persyaratan ringan dan dapat di ambil sewaktu-waktu yang diterbitkan bersama-sama oleh lembaga KSPPS BTM di Tulungagung untuk menumbuhkan budaya menabung. Simpanan *al-wadi'ah* dengan persyaratan yang mudah dan fasilitas yang serba gratis.

Oleh sebab itu anggota banyak yang memilih produk simpanan *al-wadi'ah* ini karena bukan hanya persyaratannya aja yang mudah tetapi biaya administrasi untuk tiap bulannya juga tidak ada. Di sinilah yang

³¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.85-86

menjadikan anggota loyal terhadap produk simpanan *al-wadi'ah* yang satu ini.

Dalam perhitungan bagi hasilnya simpanan *al-wadi'ah* dihitung setiap bulan sesuai dengan keuntungan yang diperoleh pihak KSPPS BTM di Tulungagung karena simpanan ini adalah bentuk simpanan perorangan. Dalam perhitungan bagi hasil produk simpanan *al-wadi'ah* menggunakan akad *wadi'ah*. Dalam lembaga keuangan syariah tidak mengenal yang namanya bunga, tetapi lembaga keuangan syariah menggunakan konsep bagi hasil untuk membagi keuntungan antara nasabah dengan pihak bank. Jadi tidak ada pihak yang dirugikan dalam lembaga keuangan syariah. Karena sebelum melakukan transaksi apapun lembaga keuangan syariah menentukan akad di awal supaya tidak terjadi kesalahfahaman antara kedua belah pihak dan untuk menghindari *Maghrib* (*maisir, gharar, dan riba*).

1. Hukum penerima *wadi'ah*

- a. *Sunat*, bagi orang yang percaya kepada dirinya bahwa dia sanggup menjaga *wadi'ah* yang di serahkan kepadanya.
- b. *Haram*, apabila dia tidak kuasa atau tidak sanggup menjaganya sebagaimana mestinya, karena seolah-olah ia membukakan pintu untuk kerusakan atau lenyapnya barang yang dititipkan itu.
- c. *Makruh*, yaitu bagi orang yang dapat menjaganya, tetapi ia tidak percaya kepada dirinya, boleh jadi di kemudian hari hal itu akan

menyebabkan dia berkhianat terhadap barang yang dititipkan kepadanya.

2. Rukun wadi'ah

- a. Ada barang yang *diwadi'ahkan*. Syaratnya, merupakan milik yang sah.
- b. Ada yang *berwadi'ah* dan yang menerima *wadi'ah*. Syarat keduanya seperti keadaan wakil dan yang berwakil.
- c. *Lafaz*, seperti “saya *wadi'ahkan* barang ini kepad engkau,” jawabannya, “saya terima *wadi'ahmu*.” Menurut pendapat yang sah tidak disyaratkan adanya *lafaz kabul*, tetapi cukup dengan perbuatan (menerima barang yang *diwadi'ahkan*).

Akad *wadi'ah* adalah akad percaya-mempercayai. Oleh karena itu, yang menerima wadi'ah tidak perlu menggantinya apabila barang yang *diwadi'ahkan* hilang atau rusak. Kecuali apabila rusak karena ia lalai atau kurang penjagaan, berarti tidak dijaga sebagaimana mestinya.³²

7. BTM (*Baitut Tanwil Muhammadiyah*)

BTM adalah kependekan dari Baitut Tamwil Muhammadiyah, yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan Amal Usaha Ekonomi

³² Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Aglesindo, 1994), hlm. 330

Muhammadiyah. Secara prinsip kedudukan BTM sama seperti AUM yang lain seperti sekolah, rumah sakit dan panti asuhan, tetapi karena ini lembaga bisnis, maka manajemen memiliki kewenangan penuh dalam pengelolaan BTM.

Menurut bahasa, *Baitut Tamwil* berasal dari gabungan dua pengertian, yaitu *Bait* yang artinya rumah dan *Tamwil* (pengembangan harta kekayaan) yang asal katanya *Maal* atau harta. Secara keseluruhan *Baitut Tamwil* dimaknai sebagai tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan harta kekayaan. Pengertian dua suku kata itulah yang kemudian digunakan sebagai penamaan untuk lembaga keuangan mikro, yaitu berfungsi sebagai lembaga pengembangan usaha.

BTM dibangun dengan mengambil konsep dasar *Baitul Maal wat-Tamwil*, yang merupakan gabungan antara *Baitut Tamwil*, unit yang menjalankan pembiayaan secara komersial dan *Baitul Maal*, unit yang menjalankan pembiayaan non komersial-sosial dengan dana yang bersumber dari titipan *zakat*, *infaq* dan *shodaqoh*. Pada BTM, bidang sosial ditiadakan karena di Muhammadiyah sudah lebih dulu ada lembaga amil zakat. Namun demikian, mekanisme kerja BTM dengan lembaga amil zakat Muhammadiyah dapat disinergikan. Misalnya pengelolaan zakat, infaq dan sedekah untuk usaha produktif dikerjasamakan dengan BTM atau lembaga amil zakat dapat saja berkantor bersama dengan BTM supaya lebih hidup, dll.

BTM didirikan oleh warga Muhammadiyah beranggotakan orang-orang (bukan badan hukum) yang bisa seluruhnya atau sebagian di antaranya adalah Persyarikatan Muhammadiyah, dan beroperasi di lingkungan Muhammadiyah, di mana terdapat para pengusaha kecil dan mikro yang menjadi anggotanya. Oleh karena itu, BTM dapat melayani seluruh lapisan masyarakat. Ini sebagai bukti konsep *rahmatan lil'alamiin* Muhammadiyah.³³

³³ *Info Koperasi Jasa Keuangan syariah Baitut Tanwil Muhammadiyah*, 2011 (Di akses, 27 Oktober 2017, pukul. 11.04)

B. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dapat dikatakan bahwa penelitian tentang produk tabungan di lembaga keuangan syariah pada umumnya dan tentang keputusan memilih produk-produk tabungan pada khususnya sudah banyak dilakukan penelitian sebelumnya.

Menurut lestari,³⁴ dalam penelitiannya yang bertujuan, untuk mengetahui mekenisme pembukaan rekening dan perhitungan bonus di BRI Syariah, dan untuk mengetahui pengaruh mekanisme pembukaan rekening dan perhitungan bonus pada TabunganKu di BRI Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil pelaksanaan pengamatan tentang TabunganKU di bank BRI Syariah KCP Ajibarang, penyusun dapat menjelaskan bahwa TabunganKU yang berasal dari akad wadi'ah yad-damanah dengan berbagai kemudahan sehingga menjadi tabungan serba gratis. Sebagai imbalan kepada pemilik dana disamping jaminan keamanan uangnya juga akan memperoleh bonus sebesar 0,25% pertimbangan BRI Syariah KCP Ajibarang memberikan bonus 0,25% antara lain: Berdasarkan pendapatan bank tiap tahun, Tarif bonus wadi'ah merupakan besarnya tarif yang diberikan bank sesuai ketentuan. Bank BRI Syariah KCP Ajibarang dapat meningkatkan dan menurunkan prosentase bonus TabunganKU tergantung pada pendapatan bank dan keuntungan yang didapat dari hasil penyaluran dana. Dengan berkembangnya bank tersebut membuat nasabah semakin yakin dengan kinerja dari bank BRI Syariah KCP Ajibarang. Inilah yang membuat bank BRI

³⁴ Jati Lestari, *Pengaruh Mekanisme Pembukaan Rekening dan Perhitungan Bonus pada TabunganKu di BRI Syariah (study kasus di BRI Syariah Kcp Ajibarang Banyumas)*, (Purwokerto: Skripsi tidak diterbitkan, 2017)

Syariah KCP Ajibarang menjunjung nilai keberkahan bagi para nasabahnya. Dari sini dapat dilihat bahwa mekanisme pembukaan rekening dan perhitungan bonus sangat berpengaruh pada TabunganKu di BRI Syariah.

Perbedaan antara penelitian Lestari dengan penelitian ini terletak pada variabel dan tempat penelitiannya, dalam penelitian Lestari variabelnya yaitu mekanisme pembukaan rekening dan perhitungan bonus dan tempat penelitiannya di bank BRI Syariah, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya yaitu mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil, dan promosi tempat penelitiannya di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang mekanisme pembukaan rekening.

Menurut Syahputra³⁵ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan menabung pada tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan bantuan SPSS 18. Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan wiraniaga, pemasaran langsung, berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung dapat teruji.

³⁵ Masagus M. Iqbal Syahputra, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Tabungan Britama Di Pt Bank Bri Kantor Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung* (Bandar Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2016)

Perbedaan antara penelitian Syahputra dengan penelitian ini yaitu terletak pada tempat penelitiannya dan variabelnya. Dalam penelitian Syahputra untuk variabelnya menggunakan bauran promosi dengan tempat penelitian di BRI, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya yaitu promosi dengan tempat penelitian di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang tabungan.

Menurut Sutrisno³⁶ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan, promosi dan religiusitas dapat mempengaruhi minat mahasiswa menabung di perbankan syariah, Untuk menganalisis variabel yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah saat ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berdasarkan seluruh pembahasan serta analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut: Variabel persepsi kualitas pelayanan, promosi dan religiusitas masing-masing variabel memiliki hasil yang berbeda-beda. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y). Variabel Promosi (X2) berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y). Dan variabel Promosi (X3) berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y), Variabel Religiusitas (X3) mempunyai nilai koefisien regresi variabel terbesar, maka variabel (X3) adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap (Y) Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (studi kasus

³⁶ Agus Sutrisno, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Iain Salatiga)*, (Sataliga: Skripsi tidak diterbitkan, 2016)

Mahasiswa IAIN Salatiga). Jadi dalam penelitian ini variabel yang sangat berpengaruh yaitu variabel religiusitas.

Perbedaan antara penelitian Sutrisno dengan penelitian ini yaitu pada variabel dan tempatnya. Dalam penelitian Sutrisno variabelnya yaitu persepsi kualitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat menabung dengan tempat penelitian di perbankan syariah, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya yaitu mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil, dan promosi terhadap keputusan anggota menabung dengan tempat penelitian di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang tabungan.

Menurut Rahmanto³⁷ dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di bank syariah, untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di bank syariah, untuk mengetahui pengaruh tingkat promosi terhadap minat masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di bank syariah, dan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama terhadap minat masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penelitian ini menyimpulkan empat hipotesis yang

³⁷ Khanif Rahmanto, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah*, (Sataliga: Skripsi tidak diterbitkan, 2016)

diterima dengan keterangan sebagai berikut : *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel *religiusitas* sebesar 10.968 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga semakin tinggi *religiusitas* maka semakin tinggi minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Dengan demikian H1 terbukti. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 3,745 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Dengan demikian H2 terbukti. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel promosi sebesar 9.620 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga semakin tinggi promosi maka semakin tinggi minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Dengan demikian H3 terbukti. *Religiusitas*, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 770.249 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih

kecil dari 0,05. Kemudian hasil dari nilai *adjusted R square* (R²) yang diperoleh 0,960 (96%). Hal ini berarti *religiusitas*, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan mempengaruhi 96% perubahan minat menabung masyarakat desa Sragen Kab. Semarang, sedangkan sisanya sebesar 4% dijelaskan variasinya oleh variabel lain di luar model. Dengan demikian H3 terbukti.

Perbedaan antara penelitian Rahmanto dengan penelitian ini yaitu Variabelnya. Dalam penelitian Rahmanto Variabelnya yaitu tingkat religiusitas terhadap minat menabung di bank Syariah, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil, dan promosi terhadap keputusan menabung di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang tabungan.

Menurut Maisya³⁸ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi, dapat disimpulkan bahwa periklanan dan hubungan masyarakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di BNI Cabang Bukittinggi. Keputusan menabung akan semakin meningkat apabila pihak BNI Cabang

³⁸ Fitri Maisya, *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi*, (Bukittinggi: Skripsi tidak diterbitkan, 2013)

Bukittinggi semakin meningkatkan promosi penjualan seperti pemberian souvenir yang menarik dan bermanfaat bagi konsumen serta harus lebih memperhatikan kejelasan pesan yang disampaikan melalui iklan seperti menampilkan keunggulan atau manfaat produk dan layanan yang ditawarkan sehingga pesan iklan lebih mudah dimengerti dan diingat oleh konsumen.

Perbedaan antara penelitian Maisya dengan penelitian ini yaitu variabelnya. Dalam penelitian Maisya variabelnya Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di BNI Cabang, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya yaitu mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil, dan promosi terhadap keputusan menabung di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang tabungan dan promosi.

Menurut Astuti³⁹ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di BRI Cabang Sleman. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut yaitu Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0,406 dan t-hitung sebesar 4,394. Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan

³⁹ Tri Astuti, *pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di BRI Cabang Sleman*, (Sleman : Skripsi tidak diterbitkan, 2013)

signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,571 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 6,892 dengan t-tabel sebesar 1,980. Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini terbukti dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,503 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 5,755 > 1,980. Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman. Hal ini diperoleh dari nilai t-hitung masing-masing variabel dan hasil uji F sebesar 26,374 serta nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,452.

Perbedaan antara penelitian Astuti dengan penelitian ini yaitu variabelnya. Dalam penelitian Astuti variabelnya persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BRI, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya yaitu mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil, dan promosi terhadap keputusan menabung di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang tabungan dan promosi.

Menurut Sundari⁴⁰ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Hubungan promosi dengan minat nasabah Dalam memilih produk deposito ib hasanah Di pt. Bni syariah kantor cabang surabaya

⁴⁰ Sundari, *Hubungan promosi dengan minat nasabah Dalam memilih produk deposito ib hasanah Di pt. Bni syariah kantor cabang surabaya dharmawangsa*, (Surabaya : Skripsi tidak diterbitkan, 2014)

dharmawangsa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa. Hal ini berarti bahwa promosi sangat berhubungan dengan minat nasabah dalam memilih produk. Berdasarkan harga koefisien korelasi sebesar 0,460 antara 0,40 – 0,599 yang menyatakan berhubungan sedang dan nilai signifikansi sebesar 0,002 dimana harga korelasinya bersifat positif, artinya semakin tinggi promosi maka semakin tinggi pula minat nasabah di bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

Perbedaan antara penelitian Sundari dengan penelitian ini yaitu variabel dan tempat penelitiannya. Dalam penelitian Sundari variabelnya hubungan promosi dengan minat nasabah menabung di BNI Syariah, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya yaitu mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil, dan promosi terhadap keputusan menabung di KSPPS BTM Surya Madinah. Untuk persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang tabungan.

Dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian dari Lestari, Syahputra, Sutrisno, Rahmanto, Maisya, Astuti, dan Sundari, yang telah dipaparkan secara sekilas, dapat diketahui persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini. Diantaranya persamaannya adalah sama-sama membahas tentang pengaruh promosi terhadap keputusan anggota menabung, namun ada sedikit yang berbeda dari segi fokus penelitian

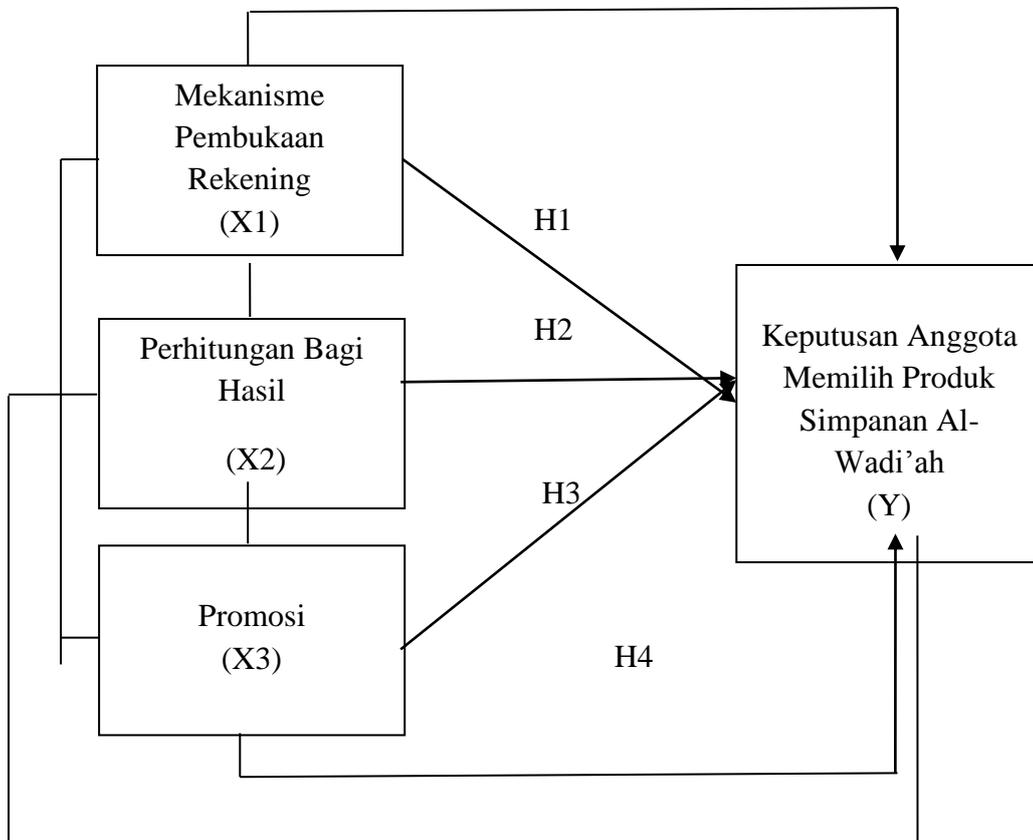
dan tujuan penelitiannya. Penelitian-penelitian yang telah dipaparkan di atas tidak sama persis dengan penelitian ini karena ada variabel yang berbeda dengan sebelumnya, dan dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengkaji secara khusus mengenai mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil dan promosi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk simpanan *al-wadi'ah* di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, dan dikhususkan untuk anggota yang menggunakan produk simpanan *al-wadi'ah*.

C. Kerangka Berfikir Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel dependen (keputusan anggota memilih produk simpanan Al-wadi'ah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung) dengan variabel independen (pengaruh mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil dan promosi) maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Sumber : Tabel Kerangka Berfikir Penelitian

Variabel bebas (X) dari mekanisme Pembukaan Rekening (X1), Perhitungan Bagi Hasil (X2), dan Promosi (X3), sedangkan variabel terikat Y keputusan anggota memilih produk simpanan *al-wadi'ah*.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang adanya sesuatu atau kemungkinan adanya sesuatu, dengan diiringi perkiraan mengapa atau apa

sebabnya adanya demikian.⁴¹ Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau tes yang disebut tes hipotesis. Ada dua macam hipotesis yang dibuat suatu percobaan penelitian, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), adapun rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

- $H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil dan promosi terhadap keputusan anggota memilih produk simpanan Al-wadi'ah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
- $H_1 : \beta \neq 0$, adanya pengaruh mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil dan promosi terhadap keputusan anggota memilih produk simpanan Al-wadi'ah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

Dalam hipotesis ini disebutkan bahwa mekanisme pembukaan rekening, perhitungan bagi hasil dan promosi berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih produk simpanan Al-wadi'ah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

⁴¹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta:Gajah Mada University Press,2012), hlm.48.