

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Bank Syariah

Perbankan adalah badan atau lembaga yang memiliki fungsi utama terhadap pembangunan suatu Negara. Fungsi ini terbentuk dalam posisi bank selaku badan atau lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam wujud tabungan dan menyalurkan dana untuk masyarakat dalam wujud kredit atau wujud-wujud lainnya dalam rencana meningkatkan kualitas hidup masyarakat.¹

Secara umum, arti dari bank syariah adalah bank yang pengimplementasiannya diselaraskan berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam. Sekarang ini terdapat banyak terminology atau sebutan yang diberikan untuk menyebut objek bank syariah selain nama bank syariah tersendiri, yakni bank tanpa bunga, bank tanpa riba, dan bank Islam. Di Indonesia sendiri, istilah bank syariah dikenal secara lengkap dengan sebutan “bank yang berdasarkan pada prinsip syariah”.

Undang-Undang Perbankan Indonesia, yakni Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menyatakan bahwa “bank dibedakan menurut aktivitas usahanya menjadi dua, yaitu bank yang menjalankan aktivitas usaha secara konvensional dan bank yang menjalankan aktivitas usaha sesuai dengan prinsip syariah”. Pengertian prinsip syariah dalam Pasal 1 angka 13 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1988, bahwa “prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dijelaskan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), dan pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan hak kepemilikan atas

¹ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dinamika Perkembangannya Di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 1.

barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah waiqtina*)”.

Antonio dan Perwata atmadja mendeskripsikan bank syariah merupakan “bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam yang tata cara pelaksanaannya merujuk pada ketetapan al-qur’an dan hadits, yaitu menjauhi praktik-praktik yang ditakutkan memuat unsur-unsur riba untuk diisi dengan aktivitas investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan”. Menurut Mudrajad Kuncoro dan Suharjo, “bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam, menghindari praktik yang mengandung unsur riba”. Sedangkan menurut Muhammad, “bank syariah adalah bank yang tidak mengandalkan bunga yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan al-qur’an dan as-sunnah”.²

Bank syariah merupakan badan lembaga yang memberikan pelayanan jasa perbankan yang bersumber pada prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan bersumber dari fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang mempunyai kewenangan dalam penentuan fatwa di ranah syariah. Prinsip ini menggantikan prinsip Bunga yang ditemukan dalam sistem perbankan konvensional. Konsekuensi hukum dari penggunaan prinsip syariah dalam operasional perbankan adalah bahwa produk perbankan syariah lebih bervariasi dibanding produk perbankan konvensional. Bahwa produk perbankan konvensional khususnya produk penghimpunan dana dan penyaluran dana hanya berpedoman pada sistem bunga sebagai wujud untuk prestasi dan kontraprestasi terhadap penggunaan dana, sedangkan pada perbankan syariah berpedoman pada akad-akad tradisional islam yang mana eksistensinya sangat berkaitan dengan keperluan konkret/nyata nasabah.³

a. Fungsi Bank Syariah

Dalam melaksanakan praktiknya, peran bank islam atau bank syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Penerima amanah untuk menjalankan investasi terhadap dana-dana yang diamanahkan oleh pemegang

² Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-Dasar Perbankan* (Bandung: Pustaka setia, 2013), 75-76.

³ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, 2.

- rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai kebijakan investasi bank;
- 2) Pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana (*shahibul maal*) sesuai dengan perintah investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi);
 - 3) Penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah;
 - 4) Pengelola fungsi sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan (fungsi optional).
- b. Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah
- Prinsip-prinsip dasar dalam pelaksanaan praktik bank syariah adalah sebagai berikut:
- 1) Keadilan, merupakan membagi pendapatan atau laba berdasarkan penjualan nyata sesuai nisbah, yaitu partisipasi dan risiko dari tiap-tiap pihak yang bersangkutan.
 - 2) Kemitraan, yang artinya kedudukan antara pihak bank dan nasabah ialah sejajar karena hubungan antara pihak bank dan nasabah adalah mitra usaha, bukan debitur dan kreditur.
 - 3) Transparansi, yang artinya terbuka. Maksudnya adalah agar investor dan nasabah tahu kondisi keuangan bank maka bank syariah bersifat transparansi terhadap laporan keuangan mereka.
 - 4) Universal, yang artinya tidak membeda-bedakan nasabah dari segi suku, ras, agama, dan pangkat. Prinsip ini sesuai dengan prinsip islam sebagai *rahmatan lil'alamiin*.⁴

Dalam urusan ibadah, ajaran hukum islam yang berlaku adalah bahwa semua hal dilarang kecuali terdapat ketetapanannya di dalam Al-qur'an dan Al-hadits. Sedangkan dalam perkara dengan muamalah, semuanya diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya.

Selain prinsip-prinsip dasar operasional lembaga keuangan syariah diatas, terdapat unsur-unsur yang

⁴ “Tentang Syariah”, *Otoritas jasa keuangan*, diakses April 6, 2022, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>.

dilarang dan harus dihindari dalam aktivitas operasional lembaga keuangan syariah, yang meliputi:

- 1) *Maisir*, atau yang biasa dikenal dengan sebutan spekulasi atau judi/perjudian. Secara bahasa, *maisir* bermula dari kata *al-yusra* yang artinya mudah dan *al-yasar* yang artinya kaya. *Maisir* dapat diartikan sebagai keuntungan yang diperoleh secara mudah tanpa bekerja keras, yang mana sama pengertiannya dengan praktik judi. Aktivitas *maisir* ini dilarang dalam ajaran islam baik itu dalam hal operasional apapun. Firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 90 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ
رَجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi (*maisir*), (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung”.

Perbuatan judi (*maisir*) yang telah dijelaskan diatas dilarang dalam ajaran islam terutama dalam sistem keuangan islam karena tidak sesuai dengan prinsip keadilan.

- 2) *Gharar*, dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang memuat unsur ketidakjelasan. Secara bahasa *gharar* berarti samar. Misalnya seperti jual beli anak sapi yang masih berada di dalam perut induknya, ini termasuk jenis transaksi yang bersifat *gharar* karena baik penjual atau pembeli tidak tahu keadaan anak sapi tersebut apakah jantan atau betina, cacat atau sehat. Dengan demikian ini terjadi ketidakpastian kualitas barang yang diperjualbelikan, karena dalam bisnis, objek yang dijual harus jelas dan sudah dimiliki oleh penjual. Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 188 berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا إِلَى الْحَكِّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “ Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang *bathil*, dan (janganlah) kamu menyuap dengan hata itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”.

Gharar dilarang untuk dilakukan atau dipraktikkan dalam kehidupan terutama dalam kehidupan masyarakat muslim karena *gharar* adalah praktik pengambilan keuntungan dengan cara yang *bathil*. *Gharar* merupakan perbuatan tipu muslihat yang memberikan penderitaan secara bathil atau kebohongan yang bertentangan dengan *al-haq* (kebenaran).

- 3) *Riba*, secara bahasa berarti lebih atau bertambah. Riba merupakan kelebihan atau tambahan uang atas modal yang diperoleh dengan cara yang dilarang oleh *syara'*, baik dalam jumlah tambahan yang sedikit ataupun banyak. Pada dasarnya transaksi riba dapat terjadi dari transaksi utang-piutang. Para ulama menetapkan dengan jelas dan tegas terkait pelarangan riba, karena memuat unsur eksploitasi yang berdampak merugikan pihak lain. Hal ini mengacu pada Al-Qur'an dan Al-Hadits serta Ijma' para ulama, bahkan sudah menjadi aksioma dalam ajaran islam. Ada banyak dalil yang membahas tentang pelarangan riba diantaranya yaitu Firman Allah dalam QS. Ali Imran ayat 130 dan QS. An-Nisa' ayat 161 berikut:⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَتَتَّبِعُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan

⁵ Darmawan dan Muhammad iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Uny Press, 2020), 21-27.

berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ
وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: “Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (*bathil*). Dan kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih”.

c. Prinsip Operasional Bank Syariah (Akad)

Bank syariah pada dasarnya melaksanakan aktivitas usaha yang serupa seperti bank konvensional, yaitu melaksanakan penghimpunan dana dan penyaluran dana dari masyarakat sekaligus penyediaan jasa keuangan lainnya. Yang membedakan adalah segala aktivitas usaha bank syariah berpedoman kepada prinsip syariah islam. Akibatnya, selain harus selalu selaras dengan hukum islam juga adalah karena dalam prinsip syariah mempunyai berbagai macam jenis akad yang akan memunculkan keberagaman produk bank syariah yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional.⁶

Prinsip-prinsip dasar sistem ekonomi islam akan menjadi pondasi berjalannya bank syariah/bank islam, yaitu tidak mengenal konsep bunga uang dan tidak mengenal konsep peminjaman uang sebagai debitur-kreditur. Konsep peminjaman uang dalam bank syariah adalah kemitraan atau kerja sama (*mudharabah* dan *musyarakah*) dengan sistem nisbah atau bagi hasil.

Adapun jenis akad atau prinsip-prinsip operasional bank syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Prinsip *mudharabah*, yaitu perjanjian antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (*mudharib*) untuk mengelola suatu aktivitas ekonomi dengan menyetujui nisbah bagi hasil atas keuntungan yang akan didapat, sedangkan kerugian yang muncul

⁶ Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), 72.

merupakan konsekuensi dari pemilik dana selama tidak ditemukan bukti bahwa *mudharib* melakukan kecurangan atau perilaku yang tidak amanah.

Berdasarkan hak yang dipasrahkan kepada *mudharib*, *mudharabah* dibedakan menjadi dua yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah mutlaqah* adalah dimana *mudharib* diberi kewenangan/hak sepenuhnya untuk menentukan pilihan investasi yang dikehendaki, sedangkan *mudharabah muqayyadah* adalah arahan investasi yang ditentukan oleh pemilik dana (*shahibul maal*) dan *mudharib* hanya bertindak sebagai pelaksana/pengelola.

- 2) Prinsip *musyarakah*, yaitu perjanjian antara pihak-pihak untuk menyertakan modal dalam suatu kegiatan ekonomi dengan pembagian keuntungan atau kerugian sesuai nisbah yang disepakati.
- 3) Prinsip *wadi'ah*, adalah titipan, yaitu pihak pertama menitipkan dana atau benda kepada pihak kedua selaku penerima titipan dengan konsekuensi titipan tersebut sewaktu-waktu dapat diambil dan penitip dapat dikenakan biaya penitipan.
- 4) Prinsip jual beli (*al-bai'*) yaitu prinsip *murabahah*, merupakan akad jual beli antara dua belah pihak yang ada di dalamnya, yaitu pembeli dan penjual menyetujui harga jual yang tersusun atas harga beli ditambah dengan ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual. *Murabahah* dapat dilakukan secara bayar tangguh atau angsuran.
- 5) Prinsip kebajikan, yaitu penerimaan dan penyaluran dana kebajikan dalam bentuk zakat, infaq, sedekah, dan lainnya serta penyaluran *al-qardul hasan*, yang merupakan penyaluran dana dalam bentuk pinjaman dengan tujuan untuk menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa meminta balasan atau kompensasi, kecuali mengembalikan pokok utang.

Adapun jasa-jasa bank syariah adalah sebagai berikut:

- 1) *Ijarah*, merupakan kegiatan penyewaan suatu barang dengan imbalan pendapatan sewa, apabila terdapat kesepakatan pengalihan kepemilikan pada akhir masa

sewa, disebut sebagai *ijarah mutahiya bi tamlik* (sama dengan *operating lease*).

- 2) *Wakalah*, yaitu pihak pertama memberikan kuasa kepada pihak kedua (sebagai wakil) untuk urusan tertentu dan pihak kedua mendapatkan imbalan berupa *fee* atau komisi.
- 3) *Kafalah*, ialah pihak pertama bersedia menjadi penanggung atas kegiatan yang dilakukan oleh pihak kedua sepanjang sesuai dengan yang disepakati dan pihak pertama menerima imbalan berupa *fee* atau komisi (garansi).
- 4) *Sharf*, merupakan pertukaran atau jual beli mata uang yang berbeda dengan penyerahan segera berdasarkan kesepakatan harga sesuai dengan harga pasar pada saat pertukaran.⁷

2. Tabungan (*Saving Deposit*)

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik menggunakan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanan atau tabungannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.

Pengertian yang serupa juga ditemukan dalam Pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa “tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* 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, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.”

Dalam kaitannya, pengimplementasian produk perbankan berupa tabungan syariah terdiri dari dua prinsip, yaitu prinsip *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah*. Pilihan terhadap produk tabungan ini tergantung pada motif dari nasabah. Jika motifnya hanya menyimpan saja maka nasabah bisa menggunakan produk tabungan *wadi'ah*, sedangkan untuk memenuhi nasabah

⁷ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka setia, 2013), 29.

yang memiliki motif investasi atau mencari keuntungan maka produk tabungan *mudharabah* yang sesuai.

Dengan begitu secara singkat dapat dijelaskan bahwa dalam perbankan syariah memiliki dua macam produk tabungan, yaitu tabungan *wadi'ah* dan tabungan *mudharabah*. Perbedaan utamanya dengan produk tabungan yang ada di perbankan konvensional yaitu “tidak dikenalnya suku bunga tertentu yang diperjanjikan, yang ada adalah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan *mudharabah* dan bonus pada tabungan *wadi'ah*”.⁸

Prinsip syariah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan bahwa “tabungan ada dua jenis, yaitu tabungan yang tidak dibenarkan dalam syariah yakni tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga, dan tabungan yang dibenarkan dalam syariah, yakni tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.”

a. Fitur dan Mekanisme Tabungan

Fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* yaitu:

- 1) Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana;
- 2) Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah;
- 3) Bank dapat membebaskan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening;
- 4) Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah;
- 5) Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah.

Sedangkan fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan prinsip *mudharabah* yaitu:

- 1) Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*);
- 2) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati;

⁸ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, 88-89.

- 3) Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang telah disepakati;
 - 4) Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening;
 - 5) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.⁹
- b. Menabung dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif islam, Islam mengajarkan tentang bagaimana pentingnya menyisihkan sebagian harta untuk menyiapkan hari esok yang lebih baik. Menabung adalah menyisihkan sebagian harta yang kita miliki guna dipergunakan pada masa yang akan datang. Menabung merupakan salah satu perilaku untuk mengendalikan diri dari sifat boros (menghambur-hamburkan uang). Dengan menabung, kita bisa mengendalikan diri agar tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi keinginan atau kepuasan sesaat pada masa sekarang (jangka pendek), sehingga harta yang kita sisihkan nantinya dapat berguna dan dapat memenuhi kebutuhan kita (yang jauh lebih penting daripada keinginan) pada masa mendatang.

Terdapat beberapa ayat di dalam Al-Qur'an dan hadits yang menganjurkan kepada kita kaum muslimin untuk menabung dan tidak boros harta¹⁰, diantaranya yaitu Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 266 berikut:

أَيُّدٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّجِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفًا

Artinya: “Adakah salah seorang di antara kamu yang ingin memiliki kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, disana dia memiliki segala macam buah-buahan, kemudian

⁹ Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 76-77.

¹⁰ Sisca Damayanti, “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X,” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 9, no. 1 (2017): 17–34.

datanglah masa tuanya sedang dia memiliki keturunan yang masih kecil-kecil”.

Ayat diatas secara tidak langsung menganjurkan kita agar menyiapkan masa depan keturunan yang harus kita renungkan tahapan-tahapannya, salah satunya yaitu dengan cara menabung.

Selain diatas, Firman Allah dalam QS. Al-Isra' ayat 29 berikut:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ
مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal”.

Dari ayat diatas, maksud dari kata “pemurah” adalah boros. Ayat diatas menjelaskan bahwa agar tidak pelit karena itu adalah perbuatan yang buruk dan tidak terlalu boros agar tidak menyesal di kemudian hari.

Selain Al-Qur'an, terdapat pula hadits-hadits yang menganjurkan untuk menyisihkan harta (menabung) yaitu hadits riwayat Bukhari yang artinya: “Rasulullah SAW pernah membeli kurma dari Bani Nadhir dan menyimpannya untuk perbekalan setahun untuk keluarga” (HR. Bukhari), dan “Simpanlah sebagian harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu” (HR. Bukhari).¹¹

c. Keunggulan Menabung di Bank Syariah

Berikut ini adalah keunggulan, keuntungan, serta manfaat yang didapatkan dengan menabung di bank syariah:

- 1) Bank syariah memakai prinsip syariah sebagai landasan operasional kegiatan;

¹¹ “Anjuran Menabung Dalam Al-qur'an Dan Hadits”, BMT Al-arbah Kunci Maju, last modified 2017, diakses April 23, 2022, https://www.facebook.com/bmtelarbahkuncimaju/posts/anjuran-menabung-dalam-al-quran-dan-al-hadits-dalam-ajaran-islam-konsep-menabung/1340140372752027/?locale=id_ID

- 2) Bank syariah tidak memakai sistem bunga karena dalam syariat islam bunga adalah termasuk riba yang hukumnya adalah haram;
- 3) Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga berdasarkan syariat islam;
- 4) Benefit dari bagi hasil diberikan berdasarkan pada kebijakan bank syariah dengan besaran yang mungkin saja fluktuatif (berubah-ubah) tergantung pada kondisi bank.¹² Hal ini berarti benefit dihitung berdasarkan pada pendapatan bank syariah. Semakin besar pendapatan bank syariah maka semakin besar juga keuntungan yang akan diperoleh. Tentu saja ini menjadi pembeda dengan sistem bunga pada bank konvensional, karena sistem bunga ditentukan pada dana bank;
- 5) Bank syariah dilengkapi dengan *internet banking*. Dengan adanya *internet banking* maka akan memudahkan nasabah saat melakukan transaksi, seperti transfer, membayar pembelian, membayar tagihan, dan transaksi lainnya;
- 6) Bebas biaya administrasi. Bank syariah tidak mengenakan biaya administrasi kepada tabungan nasabah meskipun jika nasabah tersebut memiliki jumlah saldo minimum. Hal ini berbeda dengan bank konvensional yang membebani biaya administrasi bulanan pada tabungan;
- 7) Bank syariah mempunyai produk-produk yang tidak terdapat pada bank konvensional, seperti wakaf, tabungan kurban, serta tabungan haji dan umrah;
- 8) Bank syariah telah terjamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Dengan begitu nasabah tidak perlu khawatir apabila suatu saat akan kehilangan dana saat terjadi kerugian pada bank atau bangkrut karena semua dana yang tersimpan sudah dipastikan aman karena terjamin oleh adanya Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).¹³

¹² “Apa Sih Keuntungan Menabung Di Tabungan Syariah?”, *Bank Syariah Indonesia*, accessed April 21, 2022, <https://bsimobile.co.id/apa-sih-keuntungan-menabung-di-tabungan-syariah/>

¹³ “Yuk Cari Tahu 5 Keuntungan Menabung Di Bank Syariah!”, *Bank Danamon*, diakses April 21, 2022, <https://www.danamon.co.id/id/Tentang->

Berdasarkan keuntungan dan manfaat yang telah terpapar diatas, maka yang menjadi keunggulan dan yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah:

- 1) Bank syariah berlandaskan pada prinsip syariah;
- 2) Bank syariah memakai sistem bagi hasil, bukan sistem bunga;
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan; dan
- 4) Bank syariah mempunyai produk-produk yang tidak tersedia pada bank konvensional.

3. Minat Menabung

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi menurut para ahli terkait dengan minat, diantaranya adalah sebagai berikut:

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong yang dimaksud dengan minat ialah keinginan maupun kebutuhan individu yang terbentuk oleh adanya faktor budaya dan kepribadian seseorang.¹⁴

Semiawan menerangkan bahwa minat didefinisikan sebagai suatu kondisi mental yang memberikan respon yang terarahkan terhadap suatu situasi atau objek tertentu yang menggembirakan dan memberikan suatu kepuasan (*satisfiers*). Sandjaja mengatakan bahwa minat adalah suatu kecenderungan yang mengakibatkan seseorang berusaha untuk mencoba dan mencari kegiatan-kegiatan dalam suatu bidang tertentu. Minat juga didefinisikan sebagai suatu kecenderungan yang tetap untuk menikmati dan memperhatikan suatu kegiatan yang diikuti dengan rasa senang. Slameto juga memberikan pengertian bahwa minat merupakan suatu perasaan menyukai dan perasaan tertarik terhadap suatu hal tanpa ada yang menyuruh.¹⁵ Dapat dikatakan bahwa minat itu berasal dari keinginan seseorang, keinginan dari diri sendiri tanpa ada unsur paksaan dari siapapun.

Minat masyarakat terhadap tabungan merupakan hal yang sangat penting bagi bank karena dapat meningkatkan

[Danamon/BeritaDanamon/Article/2019/05/15/08/03/Cari-Tahu-5-Keuntungan-Menabung-di-Bank-Syariah.](#)

¹⁴ H Herwina, “Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Menabung Di BRI Syariah Cabang Bone”, (Skripsi: IAIN Pare-Pare, 2020), 13.

¹⁵ Nuzulia Hidayati, “Minat Peserta Didik Tunarungu Kelas Atas Terhadap Pembelajaran Pendidikan Jasmani Adaptif Slb Negeri 1 Bantul Tahun 2020/2021”, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2020), 8.

kesuksesannya. Menurut pandangan Chaplin, minat didefinisikan sebagai keinginan individu untuk lebih fokus pada kegiatan yang berbeda, tergantung pada preferensi mereka. Minat mengacu pada keinginan seseorang untuk mengaitkan perilaku sepihak dengan objek yang dituju. Seseorang akan terus fokus pada kegiatan ini dengan penuh kesenangan. Hal ini terjadi bahkan dalam dunia perbankan, dimana minat masyarakat untuk menyimpan uang di bank merupakan hal yang sangat mendasar dan harus dikembangkan.¹⁶

Minat memberikan pengaruh kepada seseorang untuk selalu berhubungan dengan hal-hal yang ada di sekitar mereka. Munculnya sebuah minat terjadi karena seseorang yang memiliki rasa ketertarikan kepada sesuatu yang berkaitan dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.¹⁷ Minat adalah sebagai penggerak untuk melakukan sesuatu sesuai dengan arah keinginannya. Minat bukanlah faktor bawaan, tetapi minat itu berkembang atau tumbuh ketika seseorang berinteraksi dengan lingkungan mereka. Dengan demikian minat dapat ditumbuhkan dan tumbuhnya minat tersebut adalah di saat seseorang merasa perlu atau membutuhkan objek minat tersebut dalam kehidupannya.¹⁸

Suatu minat akan tampak sangat jelas apabila seseorang itu bisa memperoleh dengan tepat sebuah objek yang digemarinya dan berkaitan pula secara langsung dengan harapan atau kehendak dari seseorang tersebut. Minat harus mempunyai suatu objek yang jelas supaya seterusnya bisa memudahkan arah tujuan seseorang, akan bagaimana selanjutnya harus bersikap dan mengarah pada objek yang tepat tersebut.¹⁹

¹⁶ Vista Donna Citrawati, Adhi Prakosa, and Anindita Imam Basri, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Di Tabungan Tamansari BPR Bantul”, *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2021): 2.

¹⁷ Sitti Aisyah Majhaf, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”, *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 2, no. 1 (2020): 22.

¹⁸ Mudjiran, *Psikologi Pendidikan: Penerapan Prinsip-Prinsip Psikologi dalam Pembelajaran* (Jakarta: Kencana, 2021).

¹⁹ Suprihati, Sumadi, dan Muhammad Tho'in, “Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Koperasi Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 445.

Menurut Donni Priansa, tolak ukur dari suatu minat pembelian dapat dibagi menjadi 4 dimensi pokok yang sekaligus akan dijadikan indikator pada penelitian ini, yaitu:

- a. Minat transaksional, yaitu keinginan konsumen terkait pembelian produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan yang dilandasi oleh kepercayaan (*trust*) konsumen terhadap perusahaan tersebut.
- b. Minat referensial, yaitu kehendak atau hasrat konsumen untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain. minat ini timbul ketika seorang konsumen mempunyai pengalaman atau informasi terkait produk yang ingin direkomendasikan tersebut.
- c. Minat preferensial, yaitu kehendak atau hasrat konsumen yang digambarkan oleh tingkah laku konsumen yang lebih mengutamakan atau memiliki keberpihakan atau favoritisme terhadap suatu produk.
- d. Minat eksploratif, yaitu kehendak atau hasrat konsumen yang digambarkan oleh tingkah laku konsumen yang selalu mencari informasi terkait produk atau merek yang digemarinya serta untuk menyangga sifat positif produk atau merek tersebut.²⁰

Menabung merupakan suatu kegiatan yang membutuhkan adanya kehendak atau hasrat dari dalam diri individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya sedikit demi sedikit dan menyimpannya guna keperluan di masa mendatang.²¹ Tujuan dari menabung adalah untuk menyediakan dana cadangan sebagai sikap kewaspadaan apabila di masa mendatang terjadi situasi yang tak terduga yang membutuhkan dana darurat (*emergency funds*).

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah keinginan atau kehendak seseorang yang berasal dari dalam diri individu tanpa adanya unsur paksaan untuk menyisihkan uangnya dan menyimpannya guna menyiapkan dana cadangan untuk masa mendatang.

²⁰ Bastomi Nur Faroqi, “Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening”, (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2020): 18.

²¹ Widya Aisyah, “Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Di Bank Syariah”, (Skripsi: IAIN Batusangkar, 2018): 29.

4. Pengetahuan

Masyarakat yang mempunyai pengetahuan perbankan yang baik dapat menentukan bank mana yang akan mereka pilih dan mereka gunakan untuk menyimpan uangnya. Menurut Notoratmodjo, pengetahuan adalah hasil dari aspek mengetahui melalui informasi dari berbagai produk yang ditawarkan, sehingga mempengaruhi seseorang untuk menabung. Pengetahuan seseorang tentang bank menentukan minatnya untuk menyimpan uangnya di bank yang terpercaya.²²

Pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah dapat mempengaruhi perilaku masyarakat terkait produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, sehingga pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah semakin baik. Pengetahuan adalah suatu tindakan individu yang berkaitan dengan pola pikir mereka yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat mereka.²³ Jadi jika masyarakat mengetahui dan memahami bank syariah maka ada kemungkinan yang besar bahwa mereka akan menyimpan dan memercayakan dana mereka kepada bank syariah.

Menurut Rosleny Marliani, pengetahuan ialah keadaan mengetahui atau semua yang diketahui, pengetahuan diperoleh dari hasil pecarian karena rasa ingin tahu.²⁴ Selain itu, Muzdalifah M Rahman mendefinisikan bahwa pengetahuan ialah satu makna dengan kata *knowledge* yang memiliki pengertian yaitu sejumlah informasi yang diperoleh manusia melalui pengamatan, pengalaman, dan penalaran.²⁵ Sedangkan menurut Mahmud, pengetahuan merupakan berbagai fenomena yang dijumpai dan diperoleh manusia melalui pengamatan indra. Pengetahuan timbul ketika seseorang menggunakan indra atau akalunya untuk mengenali benda atau peristiwa tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Ibaratnya ketika seseorang mencicipi makanan yang baru dikenalnya,

²² Citrawati, Prakosa, and Basri, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Di Tabungan Tamansari BPR Bantul”, 2.

²³ Faroqi, “Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening”, 26.

²⁴ Rosleny Marliani, *Psikologi Industri Dan Organisasi* (Bandung: Pustaka setia, 2018), 18.

²⁵ Muzdalifah M Rahman, *Psikologi*, (Kudus: STAIN DIPA, 2009), 3.

maka ia akan mendapatkan pengetahuan tentang warna, bentuk, rasa, dan aroma makanan tersebut.²⁶

Menurut *Philip Kotler* dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Pemasaran” (cetakan kedua), menjelaskan bahwa pengetahuan produk dibagi menjadi 4 jenis pengetahuan, yaitu:

- a. Pengetahuan terkait atribut produk atau karakteristik produk;
- b. Pengetahuan terkait manfaat produk;
- c. Pengetahuan terkait kepuasan terhadap suatu produk (jika sudah menggunakan produk), yang nantinya akan memicu munculnya kepercayaan; dan
- d. Pengetahuan terkait konsep dasar bank syariah.²⁷

Pengetahuan merupakan ranah yang sangat penting bagi terbentuknya perilaku seseorang. Perilaku yang dilandasi oleh pengetahuan, kesadaran, dan sikap positif akan bersifat langgeng. Begitupun sebaliknya, jika perilaku itu tidak didasari oleh pengetahuan dan kesadaran maka pengetahuan itu tidak akan berlangsung lama.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi pengetahuan adalah sebagai berikut:

- a. Intelegensi, yaitu segala kemampuan individu dalam berpikir dan bertindak secara terarah serta mengolah dan menguasai lingkungan secara efektif, intelegensi mengandung unsur pengetahuan atau rasio (pengetahuan yang menggunakan akal) yang banyak digunakan dalam suatu tindakan atau perilaku, semakin berintelegensi perilaku tersebut
- b. Emosi, yaitu perasaan yang muncul disertai dengan pekerjaan *intellect* dapat memperkuat dorongan pengetahuan individu. Contohnya seperti individu yang mampu memahami suatu pekerjaan atau tidak.
- c. Kepercayaan, merupakan dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan dari objek tertentu kepercayaan muncul dari apa yang telah diketahui kemudian akan terbentuk suatu ide mengenai sifat atau karakteristik suatu objek.

²⁶ Mahmud, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Pustaka setia, 2010), 169.

²⁷ Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, “Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru”, *Islaminomic* 7, No.2 (2016), 42.

- d. Pengalaman pribadi, merupakan sesuatu yang dialami, dirasakan, dan ditanggung. Pengalaman pribadi yang di generalisasikan akan membentuk stereotip dan penghayatan seseorang.
- e. Belajar, yaitu kegiatan dalam menambah dan mengumpulkan sejumlah pengetahuan. Setiap kegiatan belajar diharapkan akan ada perubahan pada diri individu, seperti yang mulanya tidak tahu kemudian menjadi tahu.
- f. Media massa, yaitu sebagai sarana komunikasi yang berbentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan lain-lain memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan seseorang. Adanya informasi baru mengenai suatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut.²⁸

Secara umum, pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Pengetahuan yang terkait dengan perbankan syariah tentu saja dapat mempengaruhi tindakan dan sikap masyarakat terhadap produk-produk bank syariah yang ditawarkan. Karena itu, semakin banyak pengetahuan masyarakat terkait bank syariah, maka dapat memicu minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk bank syariah.

Adapun indikator dari faktor pengetahuan yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Pengetahuan mengenai konsep dasar bank syariah
 - b. Pengetahuan mengenai atribut atau karakteristik produk tabungan
 - c. Pengetahuan mengenai manfaat dari produk tabungan.
5. Lokasi (*Service Location*)

Lokasi perusahaan sering juga disebut sebagai tempat kedudukan perusahaan. Lokasi perusahaan adalah kawasan dimana perusahaan melaksanakan kegiatannya sehari-hari. Sedangkan tempat kedudukan perusahaan merupakan tempat kantor pusat perusahaan. Kedua hal tersebut perlu mendapatkan perhatian oleh perusahaan, karena jika salah memilih dalam penentuan lokasi maka akan menimbulkan suatu kerugian terhadap perusahaan, misalnya seperti melakukan penempatan

²⁸ Tejo Adi Setiawan, *Berilmu Pengetahuan* (Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2016), 42-43.

kembali lokasi perusahaan (*relocation*) dan kesulitan ketika hendak melakukan perluasan perusahaan (ekspansi).²⁹

Dalam bidang industri manufaktur, lokasi didefinisikan sebagai saluran distribusi (*zero channel, two level channels, multilevel channels*). Sedangkan dalam bidang industri jasa, lokasi didefinisikan sebagai tempat untuk memberikan pelayanan jasa (*service location*). Lokasi merupakan keputusan kunci dalam kegiatan memberikan pelayanan jasa kepada konsumen (dalam hal ini adalah nasabah). Lokasi dianggap penting karena lokasi berkaitan dengan tempat dimana pelayanan jasa akan dilakukan dan bagaimana jasa akan diserahkan yang merupakan bagian dari nilai dan manfaat dari jasa.³⁰

Menurut Husni Mubarak, lokasi usaha jasa yang didatangi konsumen harus memiliki prinsip yaitu lokasi yang strategis, karena tidak ada masalah mengenai biaya angkut sehingga akan memudahkan konsumen untuk mencari dan mendatangnya. Lain halnya dengan usaha jasa yang mendatangi konsumen seperti *cleaning service* atau lainnya, lokasi tidak harus strategis namun perlu dikomunikasikan kepada konsumen terkait alamat atau sarana komunikasinya.³¹

Lokasi memiliki keterkaitan dengan keputusan yang diambil oleh suatu perusahaan, yaitu tentang dimana tempat kegiatan operasional jasa akan dilakukan dan dimana karyawan akan ditempatkan. Terutama yang sangat penting bagi perusahaan dalam memilih lokasi adalah jenis dan tingkat interaksi yang terlibat. Macam-macam jenis dan tingkat interaksi diantara penyedia layanan jasa dan konsumen yang berkaitan dengan pemilihan lokasi perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen mendatangi lokasi penyedia layanan jasa;
- b. Penyedia layanan jasa mendatangi lokasi konsumen;
- c. Konsumen dan penyedia layanan jasa berinteraksi melalui perantara.

²⁹ Murti Sumarni and John Suprihanto, *Pengantar Bisnis: (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, Edisi Ke-6, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Liberty, 2014), 83.

³⁰ Romansyah Sahabuddin, *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan* (Pustaka Taman Ilmu, 2019), 53-54.

³¹ Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis, Cetakan Pertama* (Kudus: Nora Media Enterprice, 2010), 135.

Dalam kaitannya dengan perbankan, jenis dan tingkat interaksi yang sesuai adalah konsumen atau nasabah yang mendatangi lokasi penyedia layanan jasa, yang menjadikan lokasi perbankan sangat penting.

Menurut Tjiptono Fandy, terdapat beberapa pertimbangan dalam menentukan lokasi, yaitu:

- a. Akses, contohnya adalah lokasi yang mudah dijangkau dan mudah dilalui oleh sarana transportasi.
- b. Visibilitas, merupakan suatu tempat yang bisa dilihat dengan jelas, terutama dari jarak pandang normal.
- c. *Traffic*, atau yang biasa disebut dengan lalu lintas, yang meliputi dua pertimbangan berikut:
 - 1) Banyaknya orang-orang yang lalu-lalang dapat memberikan peluang besar terhadap penjualan, yaitu keputusan pembelian yang terjadi secara spontan tanpa perencanaan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - 2) Kemacetan dan kepadatan lalu lintas juga dapat menjadi peluang yang besar, dimana yang menyediakan area parkir yang luas, aman, dan nyaman bagi kendaraan roda dua maupun roda empat.
- d. Ekspansi, merupakan tersedianya tempat yang cukup luas apabila nantinya ada perluasan bangunan usaha.
- e. Lingkungan, merupakan lokasi yang mendukung untuk menawarkan suatu produk, seperti rumah makan yang dekat dengan daerah perkantoran, kampus, pondok, dan sebagainya.³²

Selain beberapa faktor tersebut diatas, hal-hal yang juga dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam penentuan lokasi bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Lingkungan lokasi bisnis dan sekitarnya;
- b. Lingkungan yang mendukung kelancaran dan keberhasilan bisnis;
- c. Biaya untuk membangun tempat bisnis harus dirancang dengan matang;
- d. Akses yang mudah dijangkau oleh konsumen;
- e. Konsumen serta loyalitas konsumen yang lebih diutamakan;
- f. Letak dan posisi yang terlihat;

³² Sahabuddin, *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*, 53-54.

- g. Adanya izin untuk membangun bisnis dari pemerintah setempat.³³

Berdasarkan keterangan-keterangan diatas, maka dalam penelitian ini indikator dari faktor lokasi yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. Keterjangkauan lokasi

Lokasi yang strategis adalah lokasi yang gampang dijangkau oleh konsumen. Keterjangkauan lokasi merupakan kemudahan dalam menuju suatu tempat, seperti jarak menuju lokasi maupun kemudahan suatu lokasi untuk ditemukan. Keterjangkauan lokasi juga berkaitan dengan kemudahan dalam mengakses suatu tempat yang dituju, misalnya suatu tempat yang dituju tersebut bisa dilalui atau diakses oleh transportasi.

b. Visibilitas lokasi

Lokasi yang baik adalah lokasi yang memudahkan konsumen untuk mencari, melihat, dan menjumpai suatu tempat yang dituju. Visibilitas lokasi merupakan letak atau posisi suatu tempat yang bisa dilihat dengan jelas, seperti lokasi suatu tempat usaha yang berada ditepi jalan atau dipusat maupun disekitar keramaian dimana banyak orang berlalu-lalang sehingga memudahkan bagi konsumen untuk melihat dan menemukan keberadaan tempat tersebut.

c. Lingkungan lokasi

Lingkungan suatu lokasi yang baik adalah lingkungan yang aman, nyaman, dan bersih serta mendukung bagi kelancaran suatu usaha untuk berkembang.

6. Reputasi

Bennet dan Hellan mendefinisikan *Perceived vendor reputation* atau yang telah kita kenal sebagai reputasi perusahaan ialah sebuah konsep mengenai penilaian dan citra perusahaan yang berasal dari sisi luar terkait kualitas performa perusahaan pada masa yang telah berlalu.³⁴ Citra perusahaan dapat didefinisikan sebagai: “kesan atau persepsi organisasi atau perusahaan yang direfleksikan dalam memori konsumen”.

³³ Astil Harli Roslan et al., *Pengantar Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 67.

³⁴ Riza Rahmawati, “*Hubungan Antara Reputasi Perusahaan Dengan Kepercayaan Pada Konsumen Ekspedisi X*”, Publikasi Ilmiah, Universitas Muhammadiyah Surakarta, (2017): 6.

Citra perusahaan dapat menjadi informasi ekstrinsik bagi konsumen atau calon konsumen dan mungkin saja bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan, termasuk keinginannya untuk menumbuhkan citra positif dari mulut ke mulut.³⁵

Weiss dalam Pursetyaningsih juga mengemukakan bahwa reputasi adalah suatu kepercayaan ataupun keputusan yang sangat tinggi bagi perusahaan karena bisa dikatakan bahwa kepercayaan memberikan kehormatan dan penghargaan untuk sebuah perusahaan. Reputasi perusahaan dibangun dalam beberapa kurun waktu dan diwakilkan sebagai stabilitas dari adanya atribut yang melekat pada sebuah perusahaan tersebut. Baik ataupun buruknya perusahaan dapat dipengaruhi oleh pengalaman dari pelanggan pada masa lampau, liputan dari media tentang perusahaan, rekomendasi seseorang, dan juga *public relations* yang perusahaan miliki.³⁶

Paul A Argenti dan Bob Druckenmiller mendefinisikan reputasi sebagai “*The collective representation of multiple constituencies’ images of a company, built up over time and based on a company’s identity programs, its performance and how constituencies have perceived its behavior*”³⁷, yaitu representasi kolektif (sekumpulan/gabungan konsep) dari beberapa citra yang mewakili sebuah perusahaan, yang dibangun dari waktu ke waktu, berdasarkan identitas perusahaan dan kinerjanya, serta bagaimana masyarakat menanggapi perilaku perusahaan tersebut.

Menurut Charles J Formburn reputasi perusahaan merupakan kesan atau tanggapan atau evaluasi publik atau masyarakat secara menyeluruh mengenai personalitas (karakter) suatu perusahaan. Upaya yang relevan untuk mengukuhkan reputasi suatu perusahaan ialah dengan cara menumbuhkan citra perusahaan yang positif.³⁸

Dalam dunia bisnis, reputasi suatu perusahaan dapat dikatakan sebagai salah satu unsur yang juga dianggap penting.

³⁵ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 106.

³⁶ Riza Rahmawati, “*Hubungan Antara Reputasi Perusahaan Dengan Kepercayaan Pada Konsumen Ekspedisi X*”, 6.

³⁷ Paul A. Argenti and Bob Druckenmiller, “*Reputation And The Corporate Brand*”, *Corporate reputation Review* 6 (4), (2004), 370.

³⁸ Tantri Yanuar Rahmat Syah, “*Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis*”, *Jurnal Ekonomi* 4 (2), (2013): 221.

Hal itu dikarenakan baik ataupun buruknya suatu reputasi perusahaan adalah termasuk indikator yang penting bagi sebuah keberhasilan suatu perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan dapat dijadikan sebagai salah satu landasan dari sekian banyak masyarakat dalam membuat suatu keputusan penting, misalnya seperti merekomendasikan produk sebuah perusahaan kepada orang lain, membeli suatu barang maupun jasa dari sebuah perusahaan, hingga menjadikannya sebagai loyalitas (berlangganan). Karena itu sebuah perusahaan harus membangun dan memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat.³⁹ Reputasi termasuk ke dalam sebuah *goodwill* perusahaan atau *intangible asset* yang mempunyai dampak yang positif terhadap penilaian pasar pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik dapat memunculkan adanya dukungan, keyakinan, dan kepercayaan bagi perusahaan yang memiliki reputasi yang baik.⁴⁰

Beberapa faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan yang dapat dijadikan sebagai indikator dalam penelitian ini meliputi:

- a. *Image* atau citra perusahaan, merupakan persepsi publik atau masyarakat terhadap bank syariah, yaitu apakah bank syariah dipandang baik oleh masyarakat atau tidak.
- b. Keunggulan produk, merupakan kelebihan yang dimiliki oleh produk bank syariah daripada bank konvensional seperti produk bank syariah yang lebih bervariasi daripada bank konvensional, dan sebagainya.
- c. Kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	“Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi	Sama-sama memakai faktor pengetahuan	Penelitian oleh Vista dkk memiliki 4 variabel	Variabel pengetahuan, promosi, produk, dan

³⁹ Alfiatin, Yuniorta Indah Handayani, and Muhaimin Dimiyati, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menabung Dengan Reputasi Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI KCP Univ. Jember,” *Relasi: Jurnal Ekonomi* 17 (2), (2021), 328.

⁴⁰ Riza Rahmawati, “Hubungan Antara Reputasi Perusahaan Dengan Kepercayaan Pada Konsumen Ekspedisi X”, 6.

	<p>Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bandung”.</p> <p>Vista Donna Citrawati, Adhi Prakosa, dan Anindita imam Basri, Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1 No.1, Tahun 2021.</p>	<p>dan reputasi sebagai variabel independen dan minat menabung sebagai variabel dependen.</p>	<p>independen sedangkan penelitian ini hanya memiliki 3 variabel independen serta perbedaan lokasi penelitian.</p>	<p>reputasi secara parsial (sebagian) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Keempat variabel juga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat menabung. Keempat variabel tersebut berkontribusi sebesar 46,2% terhadap minat menabung di Tabungan Tamansari Bandung.</p>
2	<p>“Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah”.</p> <p>Isma Aulia Khairunnisa, Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, Vol.3 No.3 Tahun</p>	<p>Sama-sama memakai faktor pengetahuan sebagai variabel independen dan minat menabung sebagai variabel dependen.</p>	<p>Terdapat dua variabel yang berbeda, yaitu penelitian oleh Isma memakai faktor religiusitas dan lingkungan sosial sebagai variabel</p>	<p>Penelitian yang dilaksanakan di pasar baba’an baru Surabaya ini dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh</p>

	2020.		independen sedangkan penelitian ini memakai faktor lokasi dan reputasi sebagai variabel independen, serta perbedaan lokasi penelitian.	positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel religiusitas hasilnya adalah tidak terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Ketiga variabel independen tersebut hanya memiliki pengaruh sebesar 23% terhadap minat menabung di bank syariah sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
3	“Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat	Sama-sama memakai faktor pengetahuan sebagai variabel independen	Penelitian oleh Abdul Haris dan Dita memiliki 4 variabel independen	Penelitian yang dilaksanakan di BMT Amanah Ummah Gumang

	<p>Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”.</p> <p>Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.4 No.2 Tahun 2018.</p>	<p>dan minat sebagai variabel dependen</p>	<p>sedangkan penelitian ini hanya memiliki 3 variabel independen. Selain itu terdapat perbedaan subyek dan obyek penelitian.</p>	<p>Kartasura, Sukoharjo ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT tersebut. Sedangkan variabel produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang.</p>
<p>4</p>	<p>“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank</p>	<p>Mempunyai variabel dependen yang sama yaitu minat menabung masyarakat pada perbankan</p>	<p>Terdapat perbedaan pada variabel independen yaitu penelitian oleh Siti dan Yohansyah menggunaka</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Siti dan Yohansyah menerangkan hasil bahwa faktor promosi secara parsial</p>

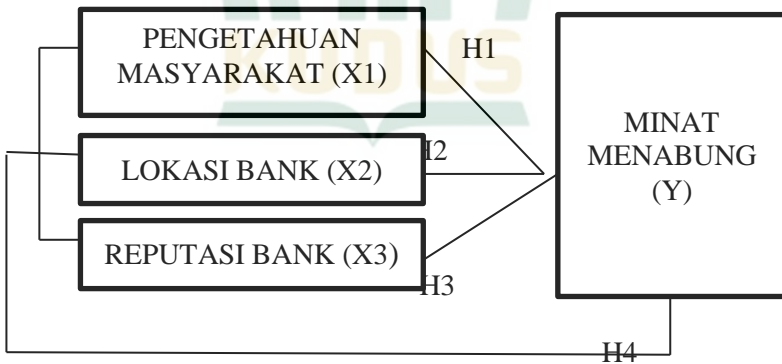
	<p>Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”.</p> <p>Siti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi, al-Khanaj Journal of Islamic Economic and Business, Vol.2 No.1 Tahun 2020.</p>	<p>syariah.</p>	<p>n faktor promosi dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen sedangkan penelitian ini menggunakan faktor lokasi, pengetahuan, dan reputasi sebagai variabel independen. Selain itu juga terdapat perbedaan tempat/obyek penelitian.</p>	<p>tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada BMI sedangkan sebaliknya yaitu faktor kualitas pelayanan secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada BMI Palu.</p>
<p>5</p>	<p>“Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah”.</p> <p>Suprihati, Sumadi, dan Muhammad Tho’in, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.7 No.1 Tahun 2021.</p>	<p>Sama-sama menggunakan faktor pengetahuan sebagai variabel independen dan minat menabung masyarakat sebagai variabel dependen.</p>	<p>Terdapat dua variabel independen yang berbeda yaitu penelitian oleh Suprihati, Sumadi, dan Muhammad Tho’in menggunakan faktor religiusitas dan budaya sedangkan pada penelitian ini menggunakan</p>	<p>Penelitian yang melibatkan anggota koperasi syariah cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar sebagai sampel ini menunjukkan bahwa religiusitas dan pengetahuan anggota koperasi tidak memberikan pengaruh yang</p>

			<p>n faktor lokasi dan reputasi sebagai variabel independen. Selain itu juga terdapat perbedaan pada subyek dan tempat / obyek penelitian.</p>	<p>signifikan terhadap minat menabung, sedangkan budaya anggota koperasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di koperasi syariah.</p>
--	--	--	--	---

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Jsd, kerangka berpikir merupakan sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Dalam kaitannya dengan tahap selanjutnya yaitu perumusan hipotesis, kerangka berpikir berfungsi menjelaskan alasan atau argumentasi bagi rumusan hipotesis.⁴¹

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



⁴¹ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka setia, 2011), 128.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara (dugaan sementara) terhadap masalah yang diajukan atau yang diteliti dan jawaban itu masih harus diuji secara empiris kebenarannya. Jawaban yang diungkapkan dalam hipotesis masih didasarkan atas teori-teori yang relevan dan belum dilakukan suatu pengujian terhadap data-data yang dikumpulkan. Karena masih dilakukan pengujian, maka hasilnya bisa saja menyimpang dari pernyataan hipotesis (H_0 = hipotesis ditolak) atau sesuai dengan jawaban/dugaan sementara (H_a = hipotesis diterima).

Keberadaan dari suatu hipotesis pada hakikatnya untuk memberikan manfaat atau kemudahan dalam empat hal, yaitu : 1) sebagai pedoman untuk mengarahkan penelitian, 2) memberikan batasan tentang apa yang harus diteliti dan yang tidak diteliti, 3) menuntun dalam menyusun kesimpulan yang akan dihasilkan, dan 4) menentukan data-data yang diperlukan.⁴²

1. Pengaruh Faktor Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Masyarakat

Pengetahuan merupakan informasi yang diterima atau diperoleh individu yang tersimpan di dalam ingatan. Pengetahuan dapat memengaruhi perilaku seseorang terhadap suatu objek. Oleh karena itu, semakin baik pengetahuan seseorang terhadap suatu objek maka akan memberikan kesan yang positif terhadap objek tersebut.

Dalam penelitian ini, maka hipotesis dari pengaruh faktor pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung masyarakat adalah sebagai berikut:

H1 : terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan mengenai pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung masyarakat.

2. Pengaruh Faktor Lokasi Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat

Lokasi dianggap sebagai faktor yang penting dalam dunia usaha terutama dalam bidang jasa seperti perbankan (lembaga keuangan) karena lokasi memiliki kaitan dengan tempat dimana pelayanan jasa akan diberikan / dilaksanakan. Dalam penentuan lokasi suatu perusahaan harus memilih lokasi yang strategis yang mudah dilihat, mudah ditemukan, dan mudah dijangkau oleh konsumen.

⁴² Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2006), 79.

Dalam penelitian ini, hipotesis dari pengaruh faktor lokasi terhadap minat menabung masyarakat adalah sebagai berikut:

H2 : terdapat pengaruh yang signifikan terkait faktor lokasi terhadap minat menabung masyarakat.

3. Pengaruh Faktor Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat

Reputasi merupakan citra atau *image* suatu perusahaan di mata masyarakat. Reputasi dianggap sebagai salah satu faktor yang penting karena dapat memengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Reputasi yang baik akan memberikan dampak yang positif bagi suatu perusahaan karena dapat menumbuhkan rasa kepercayaan (*trust*) konsumen atau calon konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini, hipotesis dari pengaruh faktor reputasi terhadap minat menabung masyarakat adalah sebagai berikut:

H3 : terdapat pengaruh secara signifikan terkait reputasi terhadap minat menabung masyarakat.

4. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Lokasi, dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat

Variabel pengetahuan masyarakat, lokasi, dan reputasi bank merupakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat masyarakat menabung pada bank syariah. Jauh dekatnya lokasi, sedikit banyaknya pengetahuan, serta baik buruknya reputasi memiliki kemungkinan untuk bisa memengaruhi minat masyarakat menabung pada bank syariah.

Maka dari itu, pada penelitian ini hipotesis dari pengaruh faktor lokasi, pengetahuan, dan reputasi terhadap minat menabung masyarakat adalah sebagai berikut:

H4 : terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan dari variabel pengetahuan masyarakat, lokasi, dan reputasi bank terhadap variabel minat menabung masyarakat.