

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

Kajian teori merupakan teori yang bersumber dari bacaan (literatur). Berikut teori-teori yang mendukung penelitian “Analisis Minat Masyarakat menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jepara” menurut para ahli:

1. Bank

Bank merupakan salah satu badan usaha lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit, baik dengan alat pembayaran sendiri, dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, dengan jalan mengedarkan alat-alat pembayaran baru berupa uang giral.¹

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Jadi menurut beberapa pengertian di atas tentang definisi bank ialah salah satu lembaga yang menyediakan jasa yang berhubungan dengan uang kepada masyarakat baik itu masyarakat yang mau menyimpan uangnya atau meminjam uang.

Ditinjau dari segi imbalan atau jasa atas penggunaan dana, baik simpanan maupun pinjaman bank dapat dibedakan menjadi.³

- a. Bank konvensional, yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu.
- b. Bank syariah, yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan atas

¹Hermansyah.*Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Kencana, Jakarta,2009), 8

²Hermansyah.*Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Kencana, Jakarta,2009), 18

³Mubarokah. 2007

dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Prinsip utama bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah hukum Islam yang bersumber dari Al Quran dan hadits.

2. Bank Syariah

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu Bank dan Syariah. Kata bank itu sendiri berasal dari bahasa latin *banco* yang artinya bangku atau meja, counter atau tempat penukaran uang (*money changer*).⁴

Bank berasal dari kata Italia *Banco* yang artinya Bangku, inilah yang dipergunakan oleh bangkir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi kata Bank.⁵

Bank Islam atau yang disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Syariah atau disebut juga dengan Bank tanpa bunga / Riba adalah lembaga keuangan / perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist-hadist Nabi SAW. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usahanya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam. Antoniodan Perwataatmadjame membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam.⁶

Menurut Muhammad⁷, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usahanya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip

⁴Rimsky K. Judissenno. Sistem Moneter dan Perbankan di Indonesia, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 1 92-93

⁵Malayu Hasibuan. *Perbankan Islam*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), 1

⁶Karnaen Perwataatmadjadan M. Syafi'I Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997), 1.

⁷Muhammad, Manajemen, 13

syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah keuangan sebagai dagangan utamanya.

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga Bank adalah lembaga yang dalam aktifitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat utama terjadinya perdagangan. Kegiatan dan usahabank akan selaluterkait dengankomoditas, antara lain:⁸

1. Memindahkan uang
2. Menerima dan membayar kembali uang dalam rekening Koran
3. Mendiskontokan surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
4. Membeli dan menjual surat-surat berharga
5. Membeli dan menjual cek, surat wesel, kertas dagang
6. Memberikan jaminan bank

Jadi menurut penjelasan di atas bank syariah adalah bank yang tidak mengutamakan pengambilan bunga. Bank syariah atau bank islam adalah lembaga keuangan yang jasa dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW, atau disebut juga lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan dan jasa keuangan yang disesuaikan dengan syariat islam.

Kegiatan bank syariah baik dalam penghimpunan dan penanaman dana maupun pemberian jasa-jasa berdasarkan Petunjuk Pelaksanaan Kantor Bank Syariah, Bank Indonesia (1999) adalah sebagai berikut:⁹

1. Penghimpunan Dana
Prinsip operasional syariah yang telah ditetapkan secara luas dalam penghimpunan dan masyarakat adalah prinsip *wadi'ah dan mudharabah*.

⁸Muhammad,
Lembaga Keuangan Kontemporer; (Yogyakarta: UIIPress, 2000)
, hal.63

⁹Ibid, 20

- a. Prinsip *wadi'ah* (prinsip titipan atau simpanan)
 Dalam kegiatan penghimpunan dan masyarakat di bank syariah, prinsip *wadi'ah* dapat diterapkan pada rekening giro dan tabungan (giro *wadi'ah* dan tabungan *wadi'ah*).
- b. Prinsip *mudharabah* (prinsip bagi hasil)
 - 1) *Mudharabah muthlaqah*
 Dalam kegiatan penghimpunan dan pada bank syariah, prinsip *mudharabah muthlaqah* dapat diterapkan untuk pembukaan rekening tabungan dan deposito (tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*).
 - 2) *Mudharabah muqayyadah*
 Jenis ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dan menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank syariah.

Dari beberapa penjelasan tentang Bank syariah di atas bahwa Bank Mandiri Syariah memenuhi persyaratan untuk disebut Bank Syariah. Berdasarkan syariah Islam ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep akad:¹⁰

- 1) Prinsip simpanan murni (*al-wadi'ah*)
 Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *wadi'ah*.
- 2) Bagi hasil (*syirkah*)
 Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dan dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara

¹⁰ Muhammad Syafi' Antonio, *Islamic Banking: Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* (Cet. 1; Jakarta: Gema Insani Press, 2001),. 85-100.

bank dengan penyimpandana, maupun antarabank dengan nasabah penerimadana.

3) Prinsip jual beli (*attijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau pengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian atas nama bank kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*).

4) Prinsip sewa (*alijarah*)

Prinsip ini secara garis besar dibagi menjadi 2 jenis:

- a. *Ijarah sewamurni*, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakannya dalam waktu dan harga yang telah disepakati kepada nasabah.
- b. *Ijarah muntahiyah bittamlik* merupakan penggabungan sewaan dan pembelian, dimana penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*finansial lease*)

5) Prinsip jasa (*alajr walumullah*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, kliring, inkaso, jasa, transfer dan lain-lain. Secara syaria'ah prinsip ini didasarkan pada konsep *alajr wal umulah*.

Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan ke konsumen. Dalam penyampaian informasi ada beberapa hal penting yang hendaknya diperhatikan, yaitu:

- a. Program periklanannya yang dijalankan, kegiatan periklanan merupakan media utama bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan promosi dimana memiliki tujuan utama untuk menarik konsumen agar mau melakukan pembelian terhadap produk yang

- ditawarkan.
- b. Promosi yang dilakukan dengan mengedepankan aspek penambahan intensitas nilai produk, Promosi penjualan mengedepankan penambahan intensitas nilai barang/jasa karena meliputi berbagai aspek manajemen pemasaran, mulai dari distributor, meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan agar menjadi lebih baik dan masih banyak aspek lainnya yang dapat ditingkatkan demi tercapainya kepuasan pelanggan atas produk yang dipasarkan.
 - c. Promosi dengan cara meningkatkan publisitas, cara ini lebih condong untuk membentuk sebuah citra yang lebih positif terhadap produk yang ditawarkan. Pembentukan citra yang positif ini dapat dilakukan dengan promosi yang memiliki karakteristik tertentu yang tidak dapat dimiliki oleh strategi pemasaran lainnya.

3. Minat

Minat merupakan sesuatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Ada beberapa tahapan minat antaralain:

1. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah
2. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah
3. Keputusan menjadi nasabah.

Minat menurut Slameto yakni minat merupakan rasa suka yang berlebih serta adanya rasa keterikatan terhadap sesuatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Jika dilihat, menurut Slameto minat merupakan hal yang dilihat dalam diri sendiri dan memiliki hubungan dengan hal yang ada di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan maka semakin besar minat.

- 1) Karakteristik Minat

Adapun karakteristik minat adalah :

- a. Menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek.
- b. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek itu.
- c. Mengandung suatu pengharapan yang nantinya menimbulkan keinginan untuk melakukan sesuatu, atau biasa disebut dengan *airah*.

2) Indikator Minat

Minat dalam hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa indikator. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan
 Pengetahuan merupakan hasil yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui pancaindra manusia, yaitu: indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan.
- b. Pengalaman
 Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masalah.
- c. Informasi
 Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Informasi merupakan data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan.

4. Produk dan Jasa Bank Syari'ah

- a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli oleh konsumen ke dalam produk termasuk objek-obyek fisik, jasa, tokoh-tokoh, organisasi dan pikiran. Sedangkan pengertian produk menurut William J. Stanton dalam Basu Swastha sebagai berikut:¹¹ Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk berdasarkan dimensi kepuasan segera dan kesejahteraan konsumen jangka panjang dapat digolongkan menjadi empat golongan yaitu:

- a) Barang yang bermanfaat (*solutory product*)
Barang yang bermanfaat adalah barang yang mempunyai daya tarik rendah tetapi dapat memberikan manfaat tinggi kepada konsumen dalam jangka panjang.
 - b) Barang yang kurang sempurna (*deficient product*)
Barang yang kurang sempurna merupakan barang yang tidak mempunyai daya tarik yang tinggi maupun kualitas yang bermanfaat.
 - c) Barang yang menyenangkan (*pleasing product*)
Barang yang menyenangkan adalah barang yang dapat segera memberikan kepuasan tetapi dapat berakibat buruk bagi konsumen dalam jangka panjang.
 - d) Barang yang sangat diperlukan (*desirable product*)
Barang yang sangat diperlukan merupakan barang yang dapat memberikan kepuasan dengan segera dan sangat manfaat dalam jangka panjang.
- b. Jenis-jenis Produk dan Jasa Bank Syariah
Bank syariah sebagai lembaga intermediasi

¹¹Basu Swastha dan Hani Handoko, Op, cit. 165

menerima pendanaan dari nasabah dan meminjamkannya kepada nasabah (unit ekonomi) lain yang membutuhkan dana. Atas pendanaan para nasabah itu bank memberi imbalan berupa bagi hasil. Demikian pula, atas pemberian pembiayaan itu bank mewajibkan bagi hasil kepada para peminjam. Peran bank syariah dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan aktivitas perbankan dapat dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa mereka kepada pelaksanaan kegiatan tolong-menolong dan menghindari adanya dana-dana yang menganggur. Selain itu bank syariah juga menyediakan produk-produk jasa yang dapat dimanfaatkan oleh nasabahnya.

Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah menjadi tiga bagian besar, yaitu:

1) Produk Penghimpunan Dana

Produk-produk yang tergabung disini adalah produk yang bertujuan untuk menghimpun dana masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah simpanan diterima berdasarkan prinsip wadiah dan mudharab, yaitu:

a. Giro Wadiah

Giro wadiah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*current account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro wadiah ini mirip dengan giro pada bank konvensional, ketika kepada nasabah penyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek, bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan tanpa biaya.

b. Tabungan Wadiah

Tabungan Wadiah adalah produk

pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*saving account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya, seperti giro wadiah, tetapi tidak sefleksibel giro wadiah, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Karakteristik tabungan wadiah ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah penyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya.

c. Deposito Syariah

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank.

2) Produk pembiayaan/penyaluran dana (*financing*)

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujuh, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Produk-produk yang tergabung di sini adalah produk yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah pembiayaan dibedakan menjadi:

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk:

(i) Mudharabah berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai mudharib (pengelola), sedangkan penabung bertindak

sebagai shahibul maal (penyandang dana). Antara keduanya diadakan akad mudharabah yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak.¹²

(ii) Musyarakah yaitu transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan atau barang untuk menjalankan usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.

b. Transaksi jual beli dalam bentuk:

(i) Murabahah yaitu transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

(ii) Salam yaitu transaksi jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh.

(iii) Istishna¹² yaitu transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan.

c. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk:

(i) Ijarah yaitu transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.

(ii) Ijarah muntahiyah bittamlik yaitu transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa.

d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk:

(i) Piutang Qardh yaitu transaksi pinjam

¹²MuhammadSyafi'IAntonio,*Bank.....*, 137

meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

- e. Transaksi multijasa dalam bentuk:
 - (i) Ijarah yaitu transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.
 - (ii) Kafalah yaitu transaksi penjaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga atau yang bertanggung (makful lahu) untuk memenuhi kewajiban pihak kedua (makful anhulashil)

3) Produk pelayanan jasa (*service*)

Produk-produk yang tergabung disini adalah produk yang dibuat untuk melayani kebutuhan masyarakat yang berbasis pendapatan tanpa exposure pembiayaan. Dalam sistem perbankan syariah produk pelayanan jasa, yaitu:

- a) *Letter of Credit* (L/C) Import Syariah
Letter of Credit (L/C) Import Syariah yaitu surat pernyataan akan membayar kepada Eksportir (*beneficiary*) yang diterbitkan oleh Bank (issuing bank) atas permintaan Importir dengan pemenuhan persyaratan tertentu (*Uniform Custom and Practice for Documentary Credits/ UCP*)
- b) Bank Garansi Syariah Bank Garansi Syariah yaitu jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah bank selaku pihak yang dijamin kepada pihak ketiga dimaksud.
- c) Penukaran Valuta Asing (Sharf) Penukaran Valuta Asing (Sharf) merupakan jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama (*single*

currency) maupun berbeda (multi *currency*), yang hendak ditukarkan atau dikehendaki oleh nasabah.

5. Masyarakat

Masyarakat (sebagai terjemahan istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), di mana sebagian besar interaksi adalah antara individu- individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, *musyarakah*. Dalam bahasa Arab sendiri masyarakat disebut dengan sebutan *mujtama`*, yang menurut Ibn Manzur dalam *Lisan al `Arab* mengandung arti :(1) pokok dari segala sesuatu, yakni tempat tumbuhnya keturunan, (2) kumpulan dari orang banyak yang berbeda-beda. Sedangkan *musyarakah* mengandung arti berserikat, bersekutu dan saling bekerja sama.¹³Jadi dari kata *musyarakah* dan *mujtama`* sudah dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah kumpulan dari beberapa orang yang berbeda-beda tetapi menyatu dalam ikatan kerjasama, dan mematuhi peraturan yang disepakati bersama. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitasentitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain) atau sekumpulan orang yang, terdiri dari berbagai kalangan, baik golongan mampu ataupun golongan tak mampu, yang tinggal di dalam satu wilayah dan telah memiliki hukum adat, norma-norma serta berbagai peraturan yang siap untuk ditaati.

Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Dari pengertian masyarakat yang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Masyarakat adalah kumpulan manusia yang membentuk suatu kelompok yang hidup bersama-sama dan saling membantu satu sama lain, selanjutnya kita bahas mengenai ciri ciri masyarakat.

¹³<http://www.definisi-pengertian.com/2015/10/pengertian-masyarakat-definisi-menurut-ahli.html>.

1) Ciri Ciri Masyarakat

Berbicara mengenai ciri ciri masyarakat, maka dapat dipaparkan mengenai ciri – ciri masyarakat sebagai berikut :

- a. Manusia Yang Hidup Berkelompok Ciri ciri masyarakat yang pertama adalah Manusia yang hidup secara bersama dan membentuk kelompok. Kelompok ini lah yang nantinya membentuk suatu masyarakat. Mereka mengenali antara yang satu dengan yang lain dan saling ketergantungan. Kesatuan sosial merupakan perwujudan dalam hubungan sesama manusia ini. Seorang manusia tidak mungkin dapat meneruskan hidupnya tanpa bergantung kepada manusia lain.
- b. Melahirkan Kebudayaan Ciri ciri masyarakat yang berikutnya ialah yang melahirkan kebudayaan. Dalam konsepnya tidak ada masyarakat maka tidak ada budaya, begitupun sebaliknya. Masyarakatlah yang akan melahirkan kebudayaan dan budaya itu pula diwarisi dari generasi ke generasi berikutnya dengan berbagai proses penyesuaian.
- c. Mengalami Perubahan Ciri ciri masyarakat yang berikutnya yaitu yang mengalami perubahan. Sebagaimana yang terjadi dalam budaya, masyarakat juga turut mengalami perubahan. Suatu perubahan yang terjadi karena faktor-faktor yang berasal dari dalam masyarakat itu sendiri. Contohnya : dalam suatu penemuan baru mungkin saja akan mengakibatkan perubahan kepada masyarakat itu.
- d. Manusia Yang Berinteraksi Ciri ciri masyarakat yang berikutnya adalah manusia yang berinteraksi. Salah satu syarat perwujudan dari masyarakat ialah terdapatnya hubungan dan bekerja sama di antara ahli dan ini akan melahirkan interaksi. Interaksi ini boleh saja berlaku secara lisan maupun tidak dan komunikasi berlaku apabila masyarakat bertemu di antara satu sama lain.
- e. Terdapat Kepimpinan Ciri ciri masyarakat yang berikutnya yaitu terdapat kepemimpinan. Dalam hal

ini pemimpin adalah terdiri daripada ketua keluarga, ketua kampung, ketua negara dan lain sebagainya. Dalam suatu masyarakat Melayu awal kepimpinannya bercorak tertutup, hal ini disebabkan karena pemilihan berdasarkan keturunan.

- f. Adanya Stratifikasi Sosial Ciri ciri masyarakat yang terakhir ialah adanya stratifikasi sosial. Stratifikasi sosial yaitu meletakkan seseorang pada kedudukan dan juga peranan yang harus dimainkannya di dalam masyarakat.

6. Perilaku Konsumen

Kegiatan-

kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Adadua elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semuanya melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan lingkungan intern, kedua faktor tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:¹⁴

a. Faktor lingkungan eksternal

Faktor lingkungan eksternal meliputi:

1. Kebudayaan

Sebagaimana dikutip oleh Basu Swasthadan Hani Handoko dalam bukunya "Manajemen Pemasaran" Stanton mendefinisikan kebudayaan sebagai berikut:
Kebudayaan adalah simbol

¹⁴Basu Swasthadan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPEE 2000), 10

dan faktayang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada. Kebudayaan ini memainkan peranan penting dalam pembentukan sikap konsumen dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang akan dianut oleh seorang konsumen.

2. Kelas sosial

Menurut kelas sosial masyarakat dikelompokkan ke dalam tiga golongan yaitu:

- a. Golongan atas, Golongan ini terdiri dari pengusaha-pengusaha kaya, pengusaha menengah.
- b. Golongan menengah, Yang termasuk dalam golongan ini adalah karyawan instansi pemerintah, pengusaha menengah.
- c. Golongan rendah, Yang termasuk dalam kelas ini antara lain buruh-buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak dan pedagang kecil.

1. Kelompok sosial dan kelompok referensi
Pengertian kelompok tersebut yaitu:

- a. Kelompok sosial
Menurut Soerjono Soekanto didefinisikan sebagai berikut:
Kelompok sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan di antara mereka. Kelompok ini meliputi keluarga, teman, tetangga.
- b. Kelompok Referensi
Kelompok referensi merupakan kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok ini meliputi organisasi profesi, kelompok pengajian, kelompok kerjadan lainlain.
- a. Keluarga
Keluarga merupakan individu yang membentuk keluar

gabar, setiap anggota dalam keluarga dapat mempengaruhi suatu pengambilan keputusan.

b. Faktor lingkungan intern

Faktor lingkungan intern meliputi:

1. Motivasi

Motivasi merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

2. Pengamatan

Pengamatan merupakan suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungan.

3. Belajar

Belajar adalah perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.

4. Kepribadian

Kepribadian merupakan organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu.

5. Sikap

Secara definitif sikap berarti suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada pelaku.

1. Analisis Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Jepara

Analisis yang bisa mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah mandiri cabang jepara yaitu:

1) lokasi

Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan proactive strategic. Salah satu cara untuk mengaktualisasikan proactive strategic yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasionalisasi bisnis sehingga akan menekan biaya operasional.

Lokasi usaha adalah tempat perusahaan melakukan aktivitas kerja. Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya”. Pendapat lain mengatakan bahwa lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya.

Bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.¹⁵

Jarak dari rumah nasabah ke bank syariah sangat variatif, dari hanya beberapa meter sampai dengan puluhan kilometer. Untuk sampai ke bank diantara mereka ada yang berjalan kaki karena jaraknya dengan bank dekat, ada juga yang menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Semakin dekat jarak tempuh rumah ke bank syariah akan memudahkan masyarakat dalam menjangkau bank syariah sehingga akan mendorong masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

2) Pengetahuan jasa dan Produk

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. Definisi pengetahuan sendiri yaitu hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.¹⁶ Pengetahuan di pengaruhi oleh beberapa faktor

¹⁵Kasmir, SE., MM., Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2005),163

¹⁶Notoatmodjo ,...2005

seperti; pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial, lingkungan, dan sebagainya. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, maka semakin bertambah juga pengetahuan yang kita dapatkan.

Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan produk tabungan yaitu produk yang dikeluarkan bank kepada nasabah untuk dijadikan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan nasabah sesuai kebutuhan yang ada.

3) Reputasi

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

Reputasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nama baik. Pandangan paling dominan pada literatur menunjukkan bahwa sikap terhadap merek yaitu reputasi atau penyedia jasa lebih merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibanding elemen kepuasan.

Dalam penelitiannya Joko Cahyono dalam Gatot Febianto, menyatakan reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala-kendala kecil di perusahaan.¹⁷

4) Fasilitas Pelayanan

Hardiansyah, mendefinisikan pelayanan atau sistem administrasi ialah sebagai aktivitas yang diberikan untuk

¹⁷Gatot Febianto, Pengaruh Lokasi Tingkat Suku Bangsa dan Reputasi Terhadap Keputusan Untuk Menabung (Studi Pada Badan KeSwadayaan Masyarakat Sari Asih Padang Sari Kota Semarang), (Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2006),24

membantu, menyiapkan, dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Fasilitas pelayanan pada bank syariah dapat berupa fasilitas fisik maupun pelayanan dari karyawannya. Fasilitas pelayanan yang nyaman serta memadai akan dapat menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan bank syariah.¹⁸

5) Promosi

Produk yang sudah direncanakan dengan baik sayang apabila tidak dikenal oleh masyarakat luas. Upaya untuk memperkenalkan produk itu kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat.

Secara definisi promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.¹⁹ Promosi merupakan bagian dari pemasaran.

Seorang marketer harus pandai dalam melakukan promosi. Dalam menjalankan tugas hal ini kaitannya dengan promosi, marketer muslim harus memiliki jiwa Syari'ah Marketer. Dalam Islam ada empat karakteristik marketing syari'ah (*Syari'ah Marketing*) yang dapat dijadikan panduan bagi para marketer, diantaranya sebagai berikut:

- a. Teitis (Rabbaniyah): jiwa seorang syari'ah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'at yang teistis atau bersifat keTuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan.

Seorang syari'ah marketer akan segera mematuhi hukum-hukum syariah dalam segala aktivitasnya begitu juga dengan *Marketing* mixnya, dalam mendesain produk, menetapkan harga, dalam melakukan promosi, senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius.²⁰

¹⁸ Hardiansyah,... 2011

¹⁹ Kasmir, SE., MM. Pemasaran....., 175

²⁰ Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir sula, Syariah Marketing, (Bandung: Mizan Utama, 2006), hal. 28

- b. Etis (Akhlaiyyah): sifat etis sebenarnya merupakan turunan dari sifat teistis (Rabbaniyah), selain karena teistis (Rabbaniyyah), syari'ah marketer harus mengedepankan akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya.
- c. Realistis (al-waqi'iyah): Syari'ah Marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku. Syari'ah *Marketing*, adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan Syari'ah Islamiyah yang melandasinya.
- d. Humanistis (insaniyyah): bahwa syari'ah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat keewanannya dapat terkekang dengan panduan syari'ah.

2. Penelitian Terdahulu/Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan daftar referensi dari semua jenis referensi seperti buku, jurnal *papers*, artikel, disertasi, tesis, skripsi, *hand outs*, *laboratory manuals*, dan karya ilmiah lainnya yang dikutip di dalam proposal.

Berikut beberapa hasil penelitian yang relevan dan dijadikan referensi dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya :

- 1) Penelitian Indah Mawar pada tahun 2018, yang berjudul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Bekerja di Perbankan Syariah" Penelitian ini membahas minat mahasiswa bekerja di perbankan syariah dan faktor utamanya adalah religiusitas. Penelitian Rifa'atul Machmudah (2009), yang berjudul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah". Penelitian ini membahas faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah.
- 2) Penelitian Imam Anendro pada tahun 2016, yang berjudul "Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan *E-Money*" .penelitian ini membahas faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank syariah dalam penggunaan *E-Money*.

- 3) Penelitian Fajrur Rachman pada tahun 2014 dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah memilih Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional (Studi di Surakarta 2014). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih antara bank umum syariah dan bank umum konvensional. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dengan metode analisis kualitatif deskriptif karena data diperoleh langsung di bank muamalat syariah, bank mandiri syariah, dan bank BNI syariah) dan bank umum Konvensional (Bank mandiri, Bank BNI, Bank BRI) di surakarta. Hasil penelitiannya disimpulkan sebagai berikut: faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih bank kepercayaan mereka yaitu: 1)Lokasi, 2)Pelayanan, 3)Religius Stimuli, 4)Reputasi, 5)Promosi, dan 6)Profit Sharing.
- 4) Penelitian Ainurrohmah Effendi pada tahun 2010, yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syari'ah (Studi Kasus di Bank Muamalat cabang Surakarta). Kesimpulan dari penelitian ini adalah peneliti menganalisis pengaruh faktor-faktor profesionalitas pelayanan dan perilaku karyawan bank, faktor bagi hasil, faktor variasi produk bank, faktor letak bank yang strategis, faktor tingkat keamanan bank, faktor pengetahuan nasabah tentang bank syari'ah, faktor persepsi tentang bunga bank yang bertentangan dengan agama, faktor motif keuntungan, yang ternyata berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi di bank syari'ah.
- 5) Penelitian Mustakim Muchlis pada tahun 2013 dengan judul "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nasabah Dalam Memilih Bank (Bank Syariah Vs Konvensional)". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah ataupun konvensional. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Maka

pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologis. Pendekatan fenomenologis tersebut dipilih untuk memahami arti dari suatu peristiwa dan keterkaitan yang ada di dalamnya secara lebih mendalam. Dengan pendekatan ini diasumsikan bahwa peneliti tidak mengetahui arti sesuatu dari informan yang sedang diteliti, sehingga peneliti lebih banyak diam untuk menguak secara lebih mendalam tentang pengertian sesuatu yang sedang diteliti.

- 6) Penelitian yang dilakukan oleh Restu Heriyani Lestari Tahun 2015 dengan judul “Minat Masyarakat Suku Bugis Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Batulicin Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Tanah Bumbu).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat Suku Bugis Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Batulicin Kabupaten Tanah Bumbu mengenai produk-produk Bank Syariah, serta bagaimana minat masyarakat tersebut untuk menabung pada Bank Syariah, apa saja yang mempengaruhi mereka untuk menabung pada Bank Syariah, subjek kajian penelitian ini adalah minat masyarakat Suku Bugis Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Batulicin Kabupaten Tanah Bumbu. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 11 (sebelas) orang, dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda. Untuk mendapatkan informasi yang diinginkan peneliti menggunakan teknik wawancara dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian mendapat bahwa, minat masyarakat Suku Bugis Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Batulicin Kabupaten Tanah Bumbu tergolong sedang, sebagian informan bukannasabah dari Bank Syariah, namun mempunyai keinginan untuk menabung pada bank tersebut. Masyarakat mengenal Bank Syariah

namun tidak banyak yang mengetahui produk-produk yang ditawarkan, penelitian ini memunculkan empat faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung pada Bank Syariah: a) Keluarga, b) Sikap dan Kepercayaan. Motif sosial, d) Motivasi dan pelayanan. Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah sering kali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya.

- 7) Penelitian yang dilakukan oleh Restu Heriyani Lestari Tahun 2015 dengan judul “Minat Masyarakat Suku Bugis Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Batulicin Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Tanah Bumbu).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat Suku Bugis Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Batulicin Kabupaten Tanah Bumbu mengenai produk-produk Bank Syariah, serta bagaimana minat masyarakat tersebut untuk menabung pada Bank Syariah, apa saja yang mempengaruhi mereka untuk menabung pada Bank Syariah, subjek kajian penelitian ini adalah minat masyarakat Suku Bugis Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Batulicin Kabupaten Tanah Bumbu. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 11 (sebelas) orang, dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda. Untuk mendapatkan informasi yang diinginkan peneliti menggunakan teknik wawancara dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian mendapat bahwa, minat masyarakat Suku Bugis Desa Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Batulicin Kabupaten Tanah Bumbu tergolong sedang, sebagian informan bukannya sabah dari Bank Syariah, namun mempunyai keinginan untuk menabung pada

bank tersebut. Masyarakat mengenal Bank Syariah namun tidak banyak yang mengetahui produk-produk yang ditawarkan, penelitian ini memunculkan empat faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung pada Bank Syariah: a. Keluarga, b. Sikap dan Kepercayaan, c. Motif sosial, d. Motivasi dan pelayanan. Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah sering kali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya.

3. Kerangka Berfikir

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri. Terdapat beberapa sudut pandang masyarakat dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di Bank tersebut. Faktor-faktor tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan yang dimaksud adalah permasalahan yang berkaitan dengan variabel keputusan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri cabang Jepara dengan indikator-indikator yang meliputi:

1. Prinsip Syariah
2. Kenyamanan
3. Citra Perusahaan
4. Religius

Berikut kerangka berfikir dalam penelitian ini:

PRINSIP SYARIAH

KENYAMANAN

**CITRA
PERUSAHAAN**

RELIGIUS

