

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Produk

1. Definisi Produk

Produk menjadi segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.¹ Terdapat pendapat lain yang mengatakan bahwa dalam dunia bisnis produk yaitu suatu barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam dunia *marketing* produk familiar dengan apa yang dijual di pasar yang telah menjadi kebutuhan masyarakat serta dapat memuaskannya.² Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, produk merupakan suatu barang atau jasa yang diinginkan serta dibutuhkan masyarakat dengan tujuan untuk memuaskan diri mereka.

Daur hidup produk dapat diperpanjang dengan berbagai macam trobosan baru sesuai dengan keinginan konsumen:

- a. Perluasan produk (*product extension*). Produk yang sudah ada di pasar dan belum dimodifikasi.
- b. Adaptasi produk (*product adaptation*). Produk yang sudah termodifikasi dengan produk utama.
- c. Pengenalan ulang (*reintroduction*). Produk yang terdapat di pasaran yang telah usang atau sudah lama dan dikenalkan kembali ke pasar baru.³

Produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya dan merupakan salah satu hal yang dapat menjadi strategi dalam *marketing mix*.⁴ Terdapat dua sudut pandang dalam kualitas produk berdasarkan Pride dan Ferrel dalam penelitian yang

¹ Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam," Jurnal Inovasi dan Bisnis 4, no. 2 (2016): 125.

² Kwat Supriyono, dkk, "Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang", Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen, (2014): 4.

³ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), 208.

⁴ Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam*, 125.

dilakukan oleh Basrah Saidani dan lainnya, yaitu *level of quality* dan *consistency of quality*.

- a. *Level of quality* yaitu keseluruhan kualitas yang dimiliki suatu produk. Untuk mengukur kualitas produk harus membutuhkan produk yang lainnya, karena dalam pengukuran kualitas tidak dapat menggunakan hanya dengan satu produk saja.
- b. *Consistency of quality* menunjuk sejauh mana suatu produk mempunyai kualitas yang tetap dalam rentang waktu lama. Konsistensi dapat diartikan memberikan kualitas yang sama kepada konsumen dengan kurun waktu yang lama.⁵ Dalam hal ini kualitas produk yang dimiliki perusahaan harus dapat dipertahankan oleh perusahaan, agar konsumen mampu bertahan dan dapat konsisten dengan produk tersebut.

Menurut James F. Engels dalam penelitian yang dilakukan oleh Farli Liwe keanekaragaman produk ialah lengkap atau tidaknya produk yang menyangkut kualitas produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Dalam hal ini kualitas produk ialah seluruh ciri yang dimiliki oleh suatu produk serta dalam melakukan pelayanan saat menawarkan produk tersebut di pasar.⁶ Masyarakat akan semakin puas jika jumlah dan jenis produk yang ditawarkan semakin banyak dan beragam, dan masyarakat tidak tertarik mencari produk lain di tempat lainnya. Hal itu akan dilakukan terus menerus atau berulang ke tempat tersebut dan menjadi kebiasaan.⁷

Kebanyakan, produk mampu dibagi dalam 2 jenis antara lain : produk perusahaan industri dan produk konsumen.

- a. Produk konsumen ialah produk yang bertujuan untuk memenuhi keperluan konsumen.

⁵ Basrah Saidani, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur," Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia 4, no. 2 (2013): 204.

⁶ Farli Liwe, "Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado," Jurnal EMBA 1, no. 4 (2013): 2109.

⁷ Deny Irawan dan Edwin Japariato, "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya," Jurnal Manajemen Pemasaran 1, no.2 (2013): 2.

- b. Produk perusahaan industri ialah barang yang digunakan untuk menjadikan produk baru.⁸

Produk atau jasa yang ditawarkan melibatkan pendefinisian manfaat dan pengembangan suatu jasa atau produk. Kegunaan ini dapat dihubungkan oleh keunikan produk seperti fitur, kualitas, serta gaya dan desain produk.

- a. Kualitas produk

Kualitas produk dapat dijadikan sebagai strategi dalam pemasaran terutama dalam sarana *positioning*. Kualitas suatu produk memiliki dampak langsung kepada perusahaan. Dalam hal ini kualitas berhubungan dengan tingkat kepuasan masyarakat. Semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat maka produk tersebut dapat dikatakan berkualitas. Begitupun pula sebaliknya, jika tingkat kepuasan rendah, maka kualitas dari produk tersebut dapat dikatakan rendah.

- b. Fitur produk

Produk dapat ditawarkan dalam berbagai macam. Dalam proses penawaran tersebut boleh menambahkan fitur-fitur yang mampu meningkatkan minat masyarakat. Macam-macam fitur tersebut dapat diciptakan oleh perusahaan atau mengembangkan fitur yang telah ada.

- c. Gaya dan desain produk

Cara lain untuk memperbanyak minat masyarakat ialah dengan gaya dan desain produk. Desain dapat diartikan sebagai rancangan yang lebih luas dari gaya. Sedangkan untuk gaya adalah menampilkan karakteristik suatu produk. Semakin menarik gaya maka produk tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Desain merupakan inti dari sebuah produk. Desain yang bagus tidak hanya berpengaruh dalam produk tetapi manfaat yang dimiliki produk tersebut mampu meningkatkan daya jual.⁹

2. Produk Pendanaan

Demi terwujudnya keadilan dan pemeratan serta meningkatkan perekonomian yang ada di masyarakat bank syariah menawarkan produk-produk pendanaan yang dapat

⁸ Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Interprisse 2008), 114.

⁹ Nur Faedah, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea di Samarinda", *Journal Ilmu Administrasi Bisnis* 4, No. 1 (2016): 240.

digunakan untuk menghimpun dana dan investasi. Dalam hal ini penggunaan serta penyaluran dana harus dilakukan secara produktif agar dapat menguntungkan semua pihak baik anggota maupun bank. Sehingga, perbankan syariah tidak menggunakan prinsip bunga (*riba*), tetapi dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadits sesuai dengan ajaran Islam.

Produk yang ada di bank syariah memiliki 4 macam yang berlainan, yaitu:

- a. Giro, dengan prinsip *wadi'ah* atau *qardh*
- b. Tabungan, dengan prinsip *wadi'ah*, *qardh*, atau *mudharabah*
- c. Deposito/Investasi, dengan prinsip *mudharabah*, dan
- d. Obligasi/Sukuk, dengan prinsip *mudharabah*, *ijarah*, dan lain-lain.¹⁰

Kerjasama antara bank syariah dan nasabah bukan kerjasama antara debitur dan kreditur, akan tetapi kemitraan atau kekeluargaan antara penerima dana dan pengatur dana. Oleh sebab itu, laba yang didapatkan bank syariah bukan hanya mempengaruhi tingkat bagi hasil bagi para pemilik saham akan tetapi berpengaruh pula terhadap anggota penyimpan uang. Untuk mencukupi modal dan pembiayaan, hal itu berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah memiliki ketentuan-ketentuannya sendiri.

Diantaranya, yaitu:

- a. Produk penyaluran dana
- b. Produk penghimpun dana
- c. Produk jasa

3. Sumber Dana

Sumber dana pada bank syariah bisa didapatkan melalui 4 cara yaitu titipan, modal, investasi khusus, dan investasi biasa.

- a. *Al-Wadiah*

Al-wadiah dalam aspek bahasa dapat diterjemahkan sebagai menaruh, meletakkan, menitipkan sesuatu kepada orang lain untuk dirawat ataupun dijaga oleh orang tersebut. Adapun landasan hukumnya ialah

Al-Qur'an:

¹⁰ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 112-113

Sesungguhnya Allah memerintahkan kamu untuk menyampaikaian amanat (titipan) untuk yang berhak mendapatkannya. (QS.*an-Nisa* (4): 58)

b. Investasi

1) *Al-Mudharabah*

Mudharabah secara teknis cara penerapannya ialah menyimpan berperan sebagai pemilik modal (*shohibul maal*) sebaliknya bank sebagai pelaksana. Pembiayaan *mudharabah* atau *Ijarah* yang digunakan bank bersumber dari pemilik modal.

2) *Al-Mudharabah Mutlaqah*

Pengaplikasian *mudharabah mutlaqah* dapat berwujud deposito ataupun tabungan.

3) Investasi Khusus

Terdapat 2 jenis investasi khusus yang pertama ialah *al-mudharabah muqayyadah on balance sheet*, jenis *mudharabah* ini berbentuk simpanan khusus, yaitu pemilik modal memiliki persyaratan khusus yang mesti di lakukan atau dilaksanakan oleh pihak bank atau pengelola dana. Dan yang kedua, *al-mudharabah muqayyadah off balance sheet* yaitu bentuk *mudharabah* ini memiliki teknis dalam penyaluran dananya secara terbuka yaitu pemilik modal dapat menyalurkan dananya secara langsung kepada pihak ketiga. Sedangkan bank disini berperan sebagai perantara untuk menemukan dua pihak tersebut.¹¹

Bank syariah dalam penyaluran dana menggunakan empat macam yaitu:

- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip jual-beli
- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip sewa
- c. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil
- d. Pembiayaan berdasarkan akad pelengkap

Pembiayaan menggunakan prinsip jual beli digunakan untuk mendapatkan barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa digunakan untuk memperoleh jasa. Prinsip bagi hasil ditujukan kepada nasabah yang memiliki usaha kerja agar dapat meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat. Produk yang menerapkan prinsip jual-beli

¹¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2013), 65-69.

diantaranya seperti *Salam*, *Murabahah*, dan *Istishna*. Sebaliknya produk yang memakai prinsip sewa, yaitu *ijarah*.¹²

4. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan modal kerja bisa dicapai dengan beberapa cara, yaitu:

- 1) Bagi hasil: *mudharabah*, *musyarakah*, dan
- 2) Jual Beli: *murabahah*, *salam*

b. Pembiayaan investasi

Pembiayaan investasi mampu dicapai dengan beberapa cara, yaitu:

- 1) Bagi hasil: *mudharabah*, *musyarakah*
- 2) Jual beli: *murabahah*, *istishna*, dan
- 3) Sewa: *Ijarah* atau *ijarah muntahiya bittamlik*

c. Pembiayaan aneka ragam barang.

Pembiayaan aneka ragam barang mampu dipenuhi dengan beberapa cara, yaitu:

- 1) Bagi hasil: *musyarakah mutanaqisah*
- 2) Jual beli: *murabahah*, dan
- 3) Sewa: *ijarah muntahiya bittamlik*¹³

B. Konsep Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan beroperasi dan melakukan transaksi barang atau jasa. Demi tercapainya tujuan perusahaan penentuan lokasi merupakan salah satu hal yang penting yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan tersebut. Menurut Kotler salah satu faktor sukses ialah lokasi. Dalam menentukan lokasi harus mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti lingkungan sekitar, seperti persaingan, tingkat perekonomian masyarakat, komunitas, dan sebagainya.¹⁴ Keputusan lokasi yaitu keputusan dimana perusahaan-perusahaan memutuskan letak yang strategis bagi perusahaannya yang telah mempertimbangkan berbagai faktor.¹⁵ Dalam bauran eceran lokasi

¹² Adiwirman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 87-88.

¹³ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, 124-128.

¹⁴ Rizqa R.T dan Ari Setiawan, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang", *Jurnal Muqtasid* 3, no. 2 (2012): 285.

¹⁵ Prasetyo Soepono, "Teorilokasi: Representasi Landasan Mikro Bagi Teori

yaitu salah satu aspek yang penting. Pemilihan lokasi yang cermat akan lebih maju jika dibandingkn dengann pemilihan lokasi yang kurang tepat, begitupun sebaliknya jika pemilihan lokasi kurang strategis maka perusahaan lama-kelamaan akan mengalami penurunan.¹⁶ Dapat diambil kesimpulan bahwa letak lokasi yang strategis dapat dengan mudah menarik minat konsumen.

Dikutip dari Lupiyoadi ada 3 macam hubungan yang mempengaruhi lokasi:

1. Konsumen menghampiri pemberi jasa, lokasi merupakan hal yang sangat penting dengan kata lain pemilihannya tepat.
2. Pemberi jasa menghampiri konsumen, lokasi tidak berpengaruh akan tetapi yang harus dicermati adalah penyajian jasa tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertatap muka langsung, lokasi menjadi sangat tidak berpengaruh sewaktu interaksi dengan kedua belah pihak dapat terlaksana.

Penempatan suatu perusahaan merupakan salah satu hal yang harus dapat dipertimbangkan dari pihak perusahaan. Tujuan ketepatan lokasi ialah guna mengoptimalkan kegunaan lokasi pada perusahaan, karena dalam pemilihan lokasi yang strategis dan tepat dapat mempermudah konsumen untuk menjangkanya dan melakukan transaksi kembali. Alasan saat memilih lokasi mencakup aspek-aspek berikut:

1. Akses,
2. Visibilitas,
3. Lalu lintas (traffic),
4. Tempat parkir yang luas dan aman,
5. Ekspansi,
6. Lingkungan,¹⁷
7. Persaingan,
8. Peraturan pemerintah.¹⁸

Pembangunan Daerah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 14, No.4 (1999): —

¹⁶ Hendra Fure, “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca”, *Jurnal EMBA* 1, No.3 (2013): 274.

¹⁷ Nicklouse C.S, dkk, “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder”, *Jurnal EMBA* 3, No.1 (2015): 1075.

¹⁸ Rizqa R.T dan Ari Setiawan, “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang”, 286.

Berbagai macam jenis produk yang dimiliki perusahaan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen serta strategisnya lokasi perusahaan atau perkantoran.

Hiam dan Schewe menyatakan bahwa prosedur untuk melakukan penempatan lokasi yang benar meliputi delapan langkah:

1. Menentukan produk
Produk standarnya dibuat dengan tujuan untuk mencukupi kebutuhan dan aspirasi nasabah.
2. Pendataan kebutuhan
Perlu adanya pendataan kebutuhan agar terpenuhinya kebutuhan dan keinginan sesuai yang diharapkan nasabah.
3. Mengidentifikasi pesaing/kompetitor
Terdapat dua pesaing yaitu kompetitor primer dan kompetitor sekunder. Kompetitor primer yaitu kompetitor yang berkompetisi sesuai dengan keperluan yang ada di pasar, sedangkan kompetitor sekunder yaitu kompetitor yang tidak langsung kelihatan dalam pandangan seseorang yang sedang berasumsi tentang keinginan atau kebutuhan.
4. Menentukan standar evaluasi
Cara dan standar yang digunakan nasabah dalam memperkirakan pilihan untuk mencukupi kebutuhan.
5. Membuat *perceptual map*
Memahami posisi nasabah tentang posisi kompetitor (dengan mempersiapkan *perceptual map*).
6. Mengidentifikasi kesenjangan posisi
Mengenali kesenjangan yang terjadi sehingga bank dapat menentukan daerah-daerah yang belum terjamah atau yang telah dijamah oleh banyak kompetitor.
7. Menyusun dan melakukan strategi *positioning*
Inti dari strategi *positioning* ialah usaha peningkatan.
8. Memantau posisi
Letak suatu produk dapat diamati setiap saat yang bertujuan melakukan adaptasi terhadap lingkungan.¹⁹

C. Konsep Prinsip-prinsip Syariah

Prinsip syariah merupakan ketentuan kesepakatan yang didasari dengan hukum Islam antara bank dan bagian lain guna

¹⁹ Harrie Lutfie dan Donni J.P., *Manajemen Bisnis Perbankan Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 279-280.

penyimpanan uang atau pembiayaan aktivitas usaha atau aktivitas lain yang dijelaskan selaras dengan syariah antara lain pembiayaan menurut prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan menurut penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang yang mendapatkan laba (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal menurut prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau melalui adanya pilihan pengalihan kepemilikan dari barang yang disewa dari bank oleh kelompok lain (*ijarah wa iqtina*). Prinsip syariah yang ditekankan dalam penelitian ini yaitu tentang bagi hasil antara anggota BMT dan pihak BMT.

Mensyaratkan lebih uang dalam pinjaman baik ketika negosiasi jual beli atau pinjam meminjam yang berlawanan atas prinsip syariah Islam dapat dikatakan sebagai riba yaitu berdasarkan konteks syariah atau hukum Islam. Dalam bank syariah umumnya menggunakan sebutan margin keuntungan sedangkan bank-bank konvensional identik dengan kata bunga. Tetapi kedua kata tersebut memiliki arti yang sama. Adapun pengertian riba sebagai berikut.

1. Pengertian Riba

Riba ialah peningkatan dan pembesaran berdasarkan utang pokok yang diberikan oleh pihak bank kemudian diterima pemberi pinjaman melalui peminjam untuk hadiah karena menanggukn dari setengah kekayaan selama kurun waktu yang telah ditentukan sesuai dengan kesepakatan awal.²⁰ Terdapat pendapat lain yang menyatakan bahwa riba bermakna pemungutan lebih dari kekayaan pokok atau aset secara *bathil*. Diartikan *bathil* lantaran pemilik dana atau pihak pertama mengharuskan peminjam agar menambah pembayaran dari jumlah uang yang dipinjam sebelumnya tanpa mencermati laba atau defisit dari pihak peminjam.²¹ Jadi, riba dapat dikatakan haram karena bertentangan pada ajaran Islam yang selaras dengan Al-Qur'an dan Hadits.

Riba dapat dibedakan menjadi 2, yaitu riba jual beli dan riba utang-piutang. Yang pertama yaitu riba utang-piutang dibagi menjadi dua, *riba qardh* dan *riba jahiliyyah*. Sedangkan yang ke dua yaitu *riba fadhl* dan *riba nasi'ah*.

²⁰ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 11.

²¹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, 13.

- a. *Riba Qardh*
Suatu keuntungan atau keunggulan tertentu yang ditentukan kepada orang yang berutang.
- b. *Riba Jahiliyyah*
Si peminjam utang tidak bisa membayar pada waktu yang telah ditentukan sehingga utang diharuskan untuk dibayar lebih dari pokok atau uang yang telah dipinjam.
- c. *Riba Fadhl*
Perputaran antara produk sejenis dengan ukuran yang berbeda, sebaliknya produk yang dipindah tangankan itu masuk ke dalam bentuk produk *ribawi*.
- d. *Riba Nasi'ah*
Riba nasi'ah ada karena adanya perubahan atau perbedaan tambahan antara yang diberikan saat ini dan yang diberikan kemudian.

قال ابن حجر الهيتمي – بعد ان ذكر ايات الربا و هو ثلاثة

انواع ربا الفضل و ربا اليد و ربا النساء و زاد المتولي نو عا

رابعا و هو ربا القرض الي ان قال : وكل هده الانواع الا

ربعة حرام بالا جماع بنص الايات و الاديث

“Riba itu terdiri atas tiga jenis: *riba fadl*, *riba al-yaad*, dan *riba an-nasi'ah*. *Al-Mutawally* menambahkan jenis keempat, yaitu *riba al-qardh*. Beliau juga menyatakan bahwa semua jenis ini diharamkan secara *ijma* berdasarkan nash Al-Qur'an dan hadits Nabi”.²²

2. Riba dalam Islam

- a. Al-Qur'an
Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa (QS. Al-Baqarah (2): 276).
- b. *Al-Hadits*
Dari Jubair ra, Rasulullah saw mencela penerima dan pembayar bunga orang yang mencatat begitu pula yang menyaksikan. Beliau bersabda, “Mereka semua

²² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: GEMA INSANI, 2001), 41.

sama-sama berada dalam dosa” (HR. Muslim, Tirmidzi dan Ahmad).²³

3. Pelarangan Riba dalam Sistem Ekonomi Islam

Menurut Qardhawi dibalik pelarangan riba adalah mewujudkan persamaan yang adil antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman serta risiko dapat ditanggung bersama antara kedua belah pihak. Prinsip keadilan yang dimaksud oleh Islam yaitu tidak berpihak dengan kelompok lain, sebaliknya keduanya dalam tempat yang sama. Dengan adanya riba, tidak ada penghalang yang memisahkan kegiatan permodalan sehingga arusnya lancar tanpa hambatan. Hal ini dapat dilihat pada saat tahun 1997-1998 pada saat Indonesia dilanda krisis moneter. Pada saat itu, tingkat suku bunga mencapai 60% dan dapat dipastikan tidak ada seorangpun yang berani meminjam uang di bank dengan peringkat suku bunga cukup tinggi.²⁴

4. Tujuan (*Maqashid*) Pelarangan Riba

Di antara *maqashid* larangan riba adalah:

- a. Fungsi uang yaitu sebagai instrumen tukar menukar yang digunakan dalam barang maupun jasa. Uang juga tidak boleh diperjual belikan sehingga uang tidak melahirkan uang sehingga mengalihkan fungsi asli uang tersebut..
- b. Dalam *riba qard*, memunculkan untung dan usaha seiring berjalannya waktu, laba terbentuk tanpa adanya risiko, pengaruh usaha terbentuk tanpa adanya dana,
- c. Riba jahiliah diharamkan karena terdapat kesalahan hukum (*'kullu qardhin jarra manfa'atan fahua riba'*) (setiap yang berhutang memberikan keuntungan untuk penagih yaitu riba)
- d. Menghindari rentenir melakukan perbuatan zalim kepada si peminjam uang karena menggunakan praktik riba untuk memberi untung rentenir tersebut.

5. Fatwa-fatwa DSN Mengenai Riba Qardh

Terdapat beberapa fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menjelaskan tentang produk-produk lembaga keuangan syariah (LKS) yang tergolong *riba qardh* yang dilarang dalam agama Islam.

²³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 12-13.

²⁴ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, 17-18.

- a. Fatwa DSN tentang produk perbankan,²⁵ di antaranya Fatwa DSN – MUI No.01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro, Fatwa DSN – MUI No.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.
- b. Fatwa DSN tentang produk pasar modal, di antaranya fatrwa DSN No.32 tentang Obligasi Syariah (sukuk).
- c. Fatwa DSN tentang produk gadai, di antaranya fatwa DSN No.25/DSN-MUI/III/2002 membahas *Rahn*, dan fatwa DSN No.26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas.

Sebagaimana penjelasan fatwa yaitu: “ Giro yang tidak sesuai menurut syariah, yaitu giro yang menurut perincian bunga”. “simpanan yang tidak sesuai menurut syariah, ialah simpanan yang berlandaskan kalkulasi bunga”.²⁶

6. Larangan Riba dalam Fiqih Islam

Menurut Rasulullah riba menjadi salah satu hal yang di haramkan di dalam agama Islam dan riba termasuk ke dalam tujuh golongan dosa besar. Warga Islam tidak boleh memungut riba dalam cara apapun barang ataupun uang dan lainnya. Karena pada Al-Qur’an sudah ditentukkann bahwa riba yakni hukumnya haram serta dengan menggunakan kata *tahrim* secara pasti dan tidak memiliki arti lain. Larangan riba di dalam Al-Qur’an tidak diturunkan bersama-sama tetapi diturunkan dalam 4 bagian, yaitu:

- a. Membantah pendapat bahwa pinjaman riba yang bagi *zhahirnya* seolah-olah membantu mereka yang membutuhkan sebagai suatu tindakan yang mengarah kepada Allah.
- b. Allah mengancam orang Yahudi yang memakan riba dengan cara memberi balasan yang keras. Karena, riba digambarkan semacam hal yang tidak baik dan sangat tidak sukai oleh Allah.
- c. Riba diharamkan karena dikaitkan dengan suatu tambahan yang berlipat ganda dari jumlah yang dipinjamkan sebelumnya. Menurut para ahli tafsir pada

²⁵ Abdurrohman Kasdi, “Contribution of National Sharia Council Fatwa of Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI) in the Islamic Ekonomik Development in Indonesia”, *Iqtishadia* 11, No. 1 (2018): 58-59.

²⁶ Adiwarmarman A.K, dan Oni Sahrani, *Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 25.

- masa dahulu pemungutan bunga dengan tingkat yang lumayan tinggi menjadi gejala yang banyak dilaksanakan.
- d. Allah dengan nyata dan tegas mengharamkan segala jenis bunga yang dipungut dari pinjaman.²⁷

7. Ruang Lingkup Bagi Hasil

Bagi hasil yakni dimana pemberian keuntungan yang sesuai dengan kesepakatan awal antara pemberi modal dan penerima modal. Jadi tidak diperbolehkan untuk mengambil keuntungan tanpa sepengetahuan pihak yang lain. Laba dan defisit ditanggung antara kedua belah pihak. Jika keuntungan yang diperoleh banyak maka keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan awal dan jika terjadi kerugian ditanggung bersama serta tidak boleh saling mencurangi antar pihak.

Cara menghitung bagi hasil bisa berdasarkan dengan 2 metode yakni, *profit sharing* (bagi laba) dengan *revenue sharing* (bagi pendapatan), sebagai berikut:

- a. *Profit sharing* (bagi laba)
 Nilai bagi hasil secara *profit sharing* yakni perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas laba yang dimiliki pihak pengelola uang, merupakan penghasilan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk memperoleh hasil usaha.
- b. *Revenue sharing* (bagi pendapatan)
 Nilai bagi hasil secara *revenue sharing* yakni perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas laba yang dimiliki oleh pengatur dana, merupakan penghasilan usaha sebelum dikurangi dengan beban usaha untuk memperoleh hasil usahanya.²⁸

8. Konsep Bagi Hasil

Pada umumnya konsep bagi hasil cukup jauh bertentangan dengan konsep bunga yang telah di terapkan oleh sistem ekonomi konvensional. Konsep bagi hasil diantaranya:

- a. Pemilik dana menempatkan dananya kepada pihak yang bekerja jadi pengelola dana.
- b. Pengelola dana mengatur dananya sesuai sistem yang dikenal dengan nama *system pool of fund* (penghimpun dana), kemudian pengelola dana akan menggunakan dana-

²⁷ Abdurrohman Kasdi, "Analisis Bunga Bank dalam Pandangan Fiqih", *Iqtishadia* 6, No. 2 (2013): 328-329.

²⁸ Slamet Wiyono, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), 56-59.

dana itu untuk pekerjaan atau usaha yang cocok dan bermanfaat yang sesuai faktor syariah.

- c. Dalam pembagian bagi hasil, kedua belah pihak membentuk kesepakatan diantaranya yaitu lamanya waktu, nisbah, jumlah uang, dan ruang lingkup kerja sama.²⁹

9. Faktor-faktor yang Memengaruhi Bagi Hasil

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil adalah sebagai berikut:

- a. *Investment Rate*
Ialah presentase dana yang ditamankan kembali bank syariah baik ke dalam pembiayaan ataupun pembagian dana lainnya.
- b. Total Dana Investasi
Jumlah uang investasi yang masuk untuk bank syariah akan berpengaruh pada bagi hasil yang akan masuk untuk anggota.
- c. Jenis Dana
Investasi *mudharah* dalam mengumpulkan dana, ditawarkan dengan beberapa bentuk diantaranya: tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, dan sertifikat investasi *mudharabah* antar bank syariah.
- d. Nisbah
Nisbah yakni presentase khusus yang disampaikan dalam akad kerja sama usaha (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan sudah sependapat oleh kedua belah pihak antara pihak bank dengan pihak investor.
- e. Metode Perhitungan Bagi Hasil
Perhitungan bagi hasil akan berbeda setiap nasabah tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, yakni bagi hasil yang dihitung dengan konsep *revenue sharing* dan bagi hasil dengan *profit/loss sharing*.
- f. Kebijakan Akuntansi
Kebijakan akuntansi akan berdampak terhadap bagi hasil yang akan diterima oleh nasabah investasi. Bila perhitungan bagi hasil dengan metode *profit/loss sharing*, alhasil penyusutan akan berdampak pada bagi hasil, tetapi jika perhitungan bagi hasil dengan cara

²⁹ Neneng Nurhasanah, *Mudharabah dalam Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2015), 141.

revenue sharing, maka penyusutan tidak berdampak bagi hasil.

10. Metode Perhitungan Bagi Hasil

- a. Bagi Hasil dengan Menggunakan *Revenue Sharing*
Perhitungan yang digunakan yakni perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas penjualan dan/atau pendapatan kotor atas usaha sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dalam *revenue sharing* dihitung dengan nisbah yang telah disetujui dengan pendapatan bruto.
- b. Bagi Hasil Dengan Menggunakan Profit/Loss Sharing
Perhitungan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing* merupakan bagi hasil yang dihitung dari laba/rugi usaha. Kedua belah pihak, yaitu bank syariah maupun nasabah akan memperoleh keuntungan atas hasil usaha *mudharib* dan ikut menanggung kerugian bila usahanya mengalami kerugian.³⁰

11. Landasan Hukum Akad Bagi Hasil dalam Praktik Perbankan Syariah

a. Pembiayaan *Mudharabah*

Landasan hukum tentang eksistensi akad *mudharabah*³¹ yakni salah satu produk perbankan syariah yang ada dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berisi Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yaitu ketentuan Pasal 1 ayat (13) yang menjelaskan mengenai prinsip syariah di mana *mudharabah* secara eksplisit yakni salah satu akad yang digunakan pada produk pembiayaan perbankan syariah. Tahun 2008 secara spesifik sudah diatur melewati Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 berisi Perbankan Syariah, antara lain yakni Pasal 1 angka 25 yang mengatakan bahwa pembiayaan merupakan penyediaan dana atau piutang yang dipersamakan dengan itu berbentuk transaksi bagi hasil dengan bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.

Pembiayaan berlandaskan akad *mudharabah* juga sudah diatur melewati Fatwa DSN No. 07/DSN-MUI/IV/2000 yakni pembiayaan *mudharabah*. Adapun

³⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2011), 96-99.

³¹ Abdurrohman Kasdi, "Teori Spekulasi dalam Hukum Islam dan Penerapannya di Bank-bank Islam dan Perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia", *Equilibrium* 6, No. 2 (2018): 126-127

alasan keluarnya fatwa yang diinginkan yakni dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan dana lembaga keuangan syariah (LKS).

b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan bagi hasil *musyarakah* diatur di Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berisi Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang mana di Pasal 1 angka 13 secara eksplisit dikatakan bahwa *musyarakah* yaitu salah satu dari produk pembiayaan yang ada di perbankan syariah. Di tahun 2008 secara spesifik diatur melewati Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang berisi Perbankan Syariah, antara lain yakni Pasal 1 angka 25 yang menyatakan bahwa pembiayaan yakni penyediaan dana atau piutang yang serupa dengan itu berbentuk pembicaraan tentang bagi hasil yang ada di *mudharabah* dan *musyarakah*.

Musyarakah juga sudah diterapkan dalam ketetapan Fatwa DSN No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tertanggal 13 April 2000. Melewati pembiayaan *musyarakah* yakni memajukan kesejahteraan dan pekerjaan masyarakat pada saat membutuhkan dana dari pihak lain. Agar sanggup memajukan ekonomi masyarakat Indonesia.³²

12. Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Perbedaan antara lembaga keuangan non-Islam dan Islam yaitu terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak. Sehingga terdapat istilah bunga dan bagi hasil. Dikalangan pemikir dan fiqih Islam telah mendebatkan persoalan bunga yang disebut sebagai riba sejak dahulu. Untuk mengatasi masalah tersebut, sekarang operasional umat Islam tidak berlandaskan kepada bunga, tetapi kepada metode bagi hasil.³³

Mengenai perbedaan bunga dengan bagi hasil bisa dipaparkan lebih rinci pada tabel di bawah ini:

³² Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 133-137.

³³ Muhammad, *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: BPFE, 2005), 16-17.

Tabel 2.1
Perbedaan antara Bunga dengan Bagi-hasil

Bunga (Riba)	Bagi-Hasil
a. Penetapan bunga saat waktu akad dan harus wajib menguntungkan pihak pemberi pinjaman.	a. Penentuan bagi-hasil ditentukan pada waktu akad dan berpedoman pada untung dan rugi.
b. Besarnya presentase berdasarkan uang yang dipinjamkan.	b. Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan keuntungan yang diperoleh dari pihak pemberi pinjaman.
c. Pembayaran bunga tetap seperti awal perjanjian tanpa memperhatikan proyek yang dijalankan penerima pinjaman rugi atau untung.	c. Bagi hasil bergantung kepada keuntungan yang diperoleh dari hasil proyek yang dijalankan. Dan apabila mengalami kerugian akan ditanggung bersama.
d. Total pelunasan bunga tidak bertambah meskipun total keuntungan berlipat.	d. Total pemberian laba bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah penghasilan.
e. Keberadaannya di ragukan bagi seluruh agama terutama agama Islam.	e. Tdak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil. ³⁴

D. Teori Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah prosedur dimana pelanggan menentukan pilihan atas jasa atau barang yang akan dibayar dan juga aspek-aspek yang mendasari keputusan pembelian. Konsumen yang termotivasi siap dalam melakukan pembelian. Unsur-unsur dari perilaku konsumen adalah:

- a. Perilaku konsumen menyoroti perilaku setiap individu.
- b. Perilaku konsumen manyangkut perilaku penggunaan dan menghabiskan produk.
- c. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti kapan, dengan siapa, oleh siapa

³⁴ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 22.

dan bagaimana barang yang telah dibeli dikonsumsi, juga termasuk variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang diinginkan konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

a. Budaya (*Culture*)

Kebiasaan masyarakat yang diperoleh dari lingkungan keluarga, agama, kebangsaan, ras, dan geografis.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian kelompok yang terdapat pada lingkungan masyarakat yang teratur secara sistematis dan masyarakat meyakini minat, nilai, dan perilaku yang sama.

c. Kelompok Acuan

Seseorang dalam suatu kelompok tertentu yang dijadikan acuan karena berpengaruh signifikan terhadap kelompok tersebut.

d. Keluarga (*Family*)

Keluarga merupakan kelompok organisasi kecil yang memberi pengaruh anggotanya dan bersumber dari orang tua. Suami, istri, dan anak memiliki perannya masing-masing dalam perilaku pembelian mereka.

3. Minat Nasabah

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah atau unit usaha syariah. Anggota atau keanggota merupakan istilah yang digunakan dalam koperasi simpan pinjam, tetapi pada dasarnya istilah nasabah atau anggota dapat dikatakan sama. Suatu proses berfikir dari pelanggan sehingga menciptakan persepsi terhadap produk yang akan dibeli dapat dikatakan sebagai minat beli.³⁵ Sesuatu yang didapatkan dari proses berfikir dan menentukan persepsi terhadap produk dan jasa tersebut dapat dikatakan sebagai minat pelanggan terhadap produk atau jasa. Jika pelanggan merasa ingin memenuhi kebutuhannya maka harus memiliki

³⁵ Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 2, No. 2 (2017): 196

minat yang akan menjadi motivasi bagi pelanggan tersebut untuk menggunakan produk dan jasa dari suatu bank. Tingkat konsumsi jasa yang ditaksir dengan tingkat kesempatan nasabah melangsungkan transaksi hal tersebut menggambarkan cara pengambilan keputusan oleh nasabah, atau dengan bahasa lain keinginan nasabah akan jasa keuangan syariah kelak bisa diistilahkan seperti berminat untuk menggunakan produk jasa perbankan.³⁶

Indikator yang mendasari adalah:

- a. Pembelian kembali
- b. Sering mengonsumsi produk tersebut
- c. Senantiasa menyukai produk tersebut
- d. Konsisten memilih produk tersebut
- e. Optimis bahwa produk itu yang unggul
- f. Merekomendasikan produk itu dengan orang lain.

4. **Kepuasan dan Loyalitas**

Menurut Tjiptono, dengan adanya kepuasan bisa memberikan berbagai kegunaan bagi konsumen, diantaranya interaksi perusahaan dan konsumen akan erat, merupakan dasar bagi pembelian kembali, dan membangun loyalitas bagi pelanggan, dan dapat menjadi saran dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi pihak perusahaan.

Bagi Kotler, kaitan antara kepuasan dan loyalitas yakni ketika konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi serta melahirkan emosi yang besar dan komitmen jangka panjang bersama pihak perusahaan.

Loyalitas yakni membahas perihal persentase dari orang yang sudah menggunakan produk dan melakukan transaksi ulang sejak penggunaan pertama. Pada saat menguji kesetiaan, perlu adanya beberapa atribut berikut:

- a. Menceritakan hal positif tentang perusahaan terhadap orang lain
- b. Menyarankan perusahaan kepada orang lain ketika meminta saran
- c. Memperhitungkan bahwa perusahaan ialah referensi pertama saat melakukan pembelian jasa
- d. Melayani lebih banyak transaksi dengan perusahaan beberapa tahun yang akan datang

³⁶ Roni Andespa, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, No. 2 (2018): 183.

Lupiyoadi mengatakan terdapat lima komponen utama yang harus diingat dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, diantaranya adalah:

- a. Kualitas produk
- b. Kualitas pelayanan
- c. Emosional
- d. Harga
- e. Biaya³⁷

5. Menabung

Menabung ialah tahap dari mempersiapkan perancangan di waktu mendatang dan juga untuk menghadapi keadaan yang tidak diinginkan. Secara tidak langsung, menabung juga dapat diartikan menyisihkan kekayaan yang dimiliki saat ini dengan tujuan memenuhi keperluan di waktu mendatang, sisa uang yang akan ditabungkan bukan merupakan sisa dari konsumsi, melainkan alokasi terencana dari pihak pemilik harta sebelum pemenuhan kebutuhan konsumsi.³⁸ Menabung juga merupakan suatu langkah yang dianjurkan oleh Islam karena pada saat menabung bermakna bahwa seorang muslim mempersiapkan diri untuk melaksanakan masa depan dan juga menuju masa depan dengan kondisi yang tidak diinginkan.

Masyarakat biasanya ingin menabung sebagian dari pendapatan dengan berbagai tujuan, diantaranya:

- a. Untuk siap sedia dengan ketidakpastian di waktu mendatang yang akan terjadi
- b. Untuk bekal pembelian peralatan di waktu yang akan datang
- c. Untuk mengakumulasikan kekayaan.³⁹

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini, peneliti akan menjelaskan beberapa hasil yang ada hubungan signifikan dengan judul yang peneliti buat. Dari sini peneliti akan menjelaskan beberapa hasil penelitian jurnal dan skripsi yang dapat digunakan sebagai pembandingan teori

³⁷ Vinna S.Y, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 239-241.

³⁸ Dewi Suwkyo, *Komplikasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 176.

³⁹ Abdillah Mundir dan Nur M.Z, *Pengaruh Syariah Marketing terhadap Mudharabah di BMT Maslaha CAPEM Sukorejo Kabupaten Pasuruan*, Volume 4 No. 1 (2016), 119.

dan juga perbandingan dalam membedah berbagai persoalan dalam penelitian ini, sehingga mendapatkan hasil simpulan baru yang benar-benar valid. Diantaranya peneliti menguraikan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa menggunakan pendekatan kuantitatif artinya pendekatan tersebut sama dengan pendekatan yang akan digunakan oleh penulis. Populasi yang ada di penelitian ini yaitu semua nasabah perbankan syariah di Sumatra Barat artinya serupa dengan populasi yang akan dijadikan objek penelitian oleh penulis yaitu seluruh anggota BMT Lumbang Artho Jepara. Sampel penelitian di dalam penelitian ini sebanyak 250 orang nasabah, sedangkan sampel yang akan dilakukan penelitian oleh penulis sebanyak 97 orang anggota, artinya terdapat perbedaan dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan *Convenience sampling* sedangkan teknik yang digunakan oleh penulis yaitu *simple random sampling*, terdapat perbedaan teknik yang digunakan dalam melakukan penelitian. Data penting yang dipergunakan yaitu data primer yang didapatkan dengan cara pemberian kuesioner untuk responden yang dijadikan sampel. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert (skala 1, 2, 3, 4 dan 5). Cara di dalam mengkaji data yaitu dengan memakai perangkat lunak Statistic Package for Social Sciences (SPSS). Analisis data penelitian yakni dengan menggunakan analisis *regresi linier berganda*, yakni suatu hubungan secara linear antara dua atau lebih *variabel independent* dan *variabel dependent*. Terdapat persamaan lainnya yaitu data yang digunakan, skala, serta alat bantu dalam penelitian ini dan yang akan dilakukan oleh penulis. Selain itu, terdapat dua variabel yang sama yaitu variabel lokasi dan minat menabung. Hasil penelitian membuktikan bahwa lokasi berdirinya bank syariah mempengaruhi minat menabung nasabah. Atribut-atribut lokasi semacam letak bank yang tepat, mudah ditemukan, jarak yang terjangkau dan lokasi yang aman menjadi aspek pendorong minat menabung masyarakat di bank syariah.⁴⁰

⁴⁰ Roni Andespa, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah", Jurnal Kajian Ekonomi Islam 3, No. 2 (2018): 187.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Suwarto dan Risa Anggraini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif sedangkan penulis hanya menggunakan pendekatan kuantitatif saja, artinya terdapat perbedaan pendekatan saat mengerjakan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penjelasan (*explanatory research*) sedangkan penulis menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Skala pengujian yang dipakai yakni skala likert sama dengan skala yang digunakan penelitian oleh penulis. Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu persamaan tersebut terdapat pada variabel yang akan dilakukan penelitian oleh penulis. Variabel tersebut yaitu lokasi, produk, dan kepuasan nasabah dalam menabung. Dalam penelitian ini lokasi sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menabung. Sedangkan untuk variabel produk mengalami penolakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Suwarto dan Risa Anggraini.⁴¹
3. Penelitian yang dilakukan oleh Maisur, Muhammad Arfan dan M. Shabri menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang artinya sama dengan jenis penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Teknik pengambilan sampel yang dipakai yakni *convenience sampling* sedangkan teknik yang digunakan penulis yaitu *simple random sampling*. Sedangkan untuk teknik penarikan sampel berdasarkan rumus slovin yang artinya sama dengan yang akan digunakan oleh penulis yaitu rumus slovin. Total sampel yang terdapat di penelitian ini yaitu 100, sedangkan jumlah sampel yang akan dijadikan objek penulis yaitu 97. Selain itu terdapat persamaan lainnya yaitu terdapat pada variabel bagi hasil, religiusitas dan keputusan menabung. Dalam variabel bagi hasil dan religiusitas termasuk ke dalam prinsip-prinsip syariah yang akan dilakukan penelitian oleh penulis. Kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.⁴²

⁴¹ Suwarto dan Risa Anggraini, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro", *Change Agent For Management Journal* 3, No.2 (2019): 45.

⁴² Maisur dkk, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan

4. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang artinya sama dengan pendekatan yang akan dilakukan penelitian oleh penulis. Alat ukur yang dipakai di penelitian ini yaitu *skala likert* sama seperti alat ukur yang akan dilakukan oleh penulis. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yakni menggunakan teknik random sampling sama dengan yang digunakan oleh penulis. Selain itu, terdapat kesamaan variabel penelitian dengan variabel yang akan dilakukan penelitian oleh penulis, yaitu variabel produk, religiusitas yang termasuk ke dalam prinsip-prinsip syariah, dan variabel menggunakan produk simpanan. Pada dasarnya produk simpanan di dalam BMT yaitu menabung dan variabel tersebut sama dengan variabel yang akan dilakukan penelitian oleh penulis.⁴³

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir yakni alasan saat merumuskan hipotesis yang menggambarkan jawaban yang hanya sementara tentang masalah yang akan dijadikan penelitian.⁴⁴ Bersumber hasil studi pendahuluan yang telah dipaparkan di latar belakang masalah yang sudah ada dan rumusan masalah, dan juga mencermati teori dan konsep yang membantu, maka dari itu dapat dinyatakan kerangka berfikir penelitian yang memaparkan pengaruh variabel bebas (produk, lokasi, dan prinsip-prinsip syariah) terhadap variabel terikat (menabung ulang). Menabung ulang dapat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya yaitu lokasi dan prinsip-prinsip syariah. Untuk variabel produk dalam penelitian terdahulu mengalami penolakan. Peneliti berharap dalam penelitian yang akan dilakukan nanti variabel produk dapat diterima.

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh”, Jurnal Magister Akuntansi 4, No. 2 (2015): 7.

⁴³ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 4, No.02 (2018): 145.

⁴⁴ Purwanto, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 110..

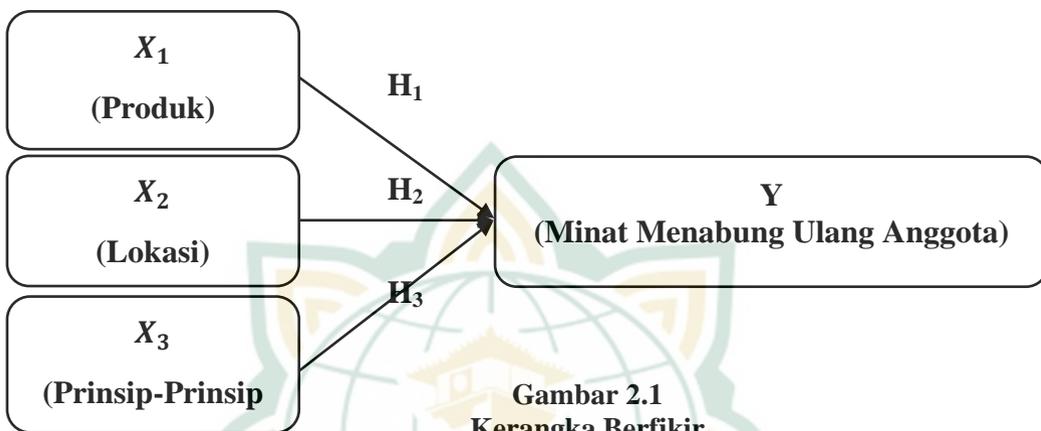
Pengetahuan tentang produk, lokasi, dan prinsip-prinsip syariah yang peneliti maksud yaitu suatu faktor yang dapat berperan penting dalam meningkatkan minat menabung ulang nasabah. Faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh langsung dalam kemajuan lembaga keuangan syariah. Lokasi merupakan variabel yang mendominasi dalam meningkatkan minat menabung ulang anggota. Sedangkan prinsip-prinsip syariah menempati posisi kedua dalam meningkatkan minat menabung nasabah. Dan produk menempati posisi terakhir. Tetapi dalam penelitian selanjutnya peneliti yakin bahwa variabel produk dapat menjadi salah satu variabel yang mampu meningkatkan minat menabung ulang. Karena lembaga keuangan syariah yang akan dijadikan penelitian penulis memiliki berbagai macam produk simpanan yang mampu meningkatkan minat nasabah.

Variabel produk merupakan variabel yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menabung ulang. Seorang calon anggota dapat memperhitungkan produk-produk yang ada di BMT, keunikan produk yang ditawarkan, serta keunggulan produk dibandingkan BMT lainnya.

Variabel lokasi juga yakni variabel yang mempengaruhi nasabah untuk menabung ulang. Nasabah dalam pemilihan tempat menabung di BMT yang letaknya dekat dengan lokasi tempat tinggalnya. Dan atas adanya fasilitas lokasi yang baik akan meningkatkan peluang nasabah agar terus menabung di BMT.

Variabel prinsip-prinsip syariah terutama dalam sistem bagi hasil juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat menabung ulang. Karena seorang calon anggota bakal memperhitungkan tingkat bagi hasil yang bakal didapatkan jika menabung di BMT, karena semakin banyak tingkat bagi hasil yang diberikan BMT maka akan tinggi juga tingkat anggota dalam menabung di BMT.

Berikut bagan yang menunjukkan pengaruh antara produk, lokasi, dan prinsip-prinsip syariah terhadap minat menabung ulang.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

G. Hipotesis

Hipotesis penelitian yakni hasil sementara tentang rumusan masalah penelitian, dan berupa kalimat pertanyaan yang bersumber pada rumusan masalah penelitian. Dibilang sementara, karena hasil yang diberikan baru dilandasi pada teori yang signifikan, belum dilandasi pada kenyataan empiris yang didapatkan dengan cara pengumpulan data. Maka dari itu hipotesis juga bisa dinyatakan semacam jawaban teoretis tentang rumusan masalah penelitian, belum hasil yang empiris menggunakan data.⁴⁵ Pengujian hipotesis dapat menegaskan atau meyakinkan suatu pendapat atau asumsi berkenaan dengan ukuran populasi yang tidak diketahui menurut informasi dari sampel yang dikumpulkan dari populasi tadi.⁴⁶

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Produk terhadap Minat Menabung Ulang Anggota

Minat nasabah terhadap suatu produk atau jasa didapatkan dari proses berfikir yang akan membentuk suatu persepsi terhadap produk atau jasa. Oleh karena itu, pihak

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 96.

⁴⁶ Sri Mulyono, *Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2005), 209.

manajemen bank syariah selalu mengedepankan produk atau jasa yang sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah. Sehingga, walaupun saat ini terdapat banyak pesaing tidak akan membuat nasabah berpaling bila mendapat tawaran yang lebih baik. Karena nasabah yang puas akan susah merubah pikirannya. Berdasarkan hasil penelitian Roni Andespa (2018), menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.⁴⁷ Dengan demikian dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung ulang anggota BMT Lumbang Artho Jepara.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Menabung Ulang Anggota

Lokasi yang memiliki daya tarik dimana orang masih ingin mendatangi pusat yang memiliki daya tarik tersebut yaitu berupa fasilitas fisik yang harus dibangun di tempat yang strategis, lokasi mudah dijangkau, dan lokasi harus bersih, aman, dan nyaman sehingga nasabah akan merasa puas. Berdasarkan hasil penelitian Suwanto dan Risa Anggraini (2019), menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan maka kepuasan nasabah untuk menabung akan meningkat.⁴⁸ Dengan demikian dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung ulang anggota BMT Lumbang Artho Jepara.

3. Pengaruh Penerapan Prinsip-prinsip Syariah terhadap Minat Menabung Ulang Anggota

Pengelolaan dana perusahaan dengan baik yang disimpan nasabah maka bagi hasil yang diperoleh akan lebih baik pulas elain keuntungan dalam prinsip bagi hasil juga terdapat prinsip keadilan, yakni tidak ada satu pihak pun yang diuntungkan atau dirugikan. Dengan kata lain, tingkat pengetahuan nasabah tentang prinsip dan sistem bagi hasil beserta manfaat bagi hasil sudah mulai tumbuh pada nasabah. Pengetahuan tentang manfaat bagi hasil menunjukkan bahwa nasabah sudah memahami konsep bagi hasil, baik dalam produk

⁴⁷ Roni Andespa, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*.

⁴⁸ Suwanto dan Risa Anggraini, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di Bmt Adzkiyah Khidmatul Ummah Di Kota Metro*.

maupun mekanisme operasional. Berdasarkan hasil penelitian Maisur (2015), menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan maka tingkat menabung nasabah akan meningkat.⁴⁹ Dengan demikian dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Penerapan prinsip-prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung ulang anggota BMT Lumbung Artho Jepara.



⁴⁹ Maisur dkk, *Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh.*