

BAB II KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Baitul Maal wa Tamwil (BMT)

a. Sejarah BMT

Didorong oleh kesadaran akan keperluan untuk memperbaiki ekonomi umat, keberadaan *Baitul Maal* (BM) perlu ditingkatkan fungsinya tidak hanya sebagai lembaga sosial yang hanya menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqoh namun juga dana-dana tersebut dapat dikembangkan sebagai modal umat untuk melakukan kegiatan usaha sehingga mampu meningkatkan kondisi ekonomi umat.

Dimulai pada tahun 1984 dikembangkan oleh aktivis Masjid Salman di IPB Bandung yang mendirikan koperasi Teknosa yang berusaha untuk melaksanakan lembaga pembiayaan berdasarkan syariah bagi usaha kecil. Putusan suatu badan hukum koperasi adalah pilihan yang paling tepat untuk memenuhi sudut hukumnya, sedangkan secara konvensional, orang menyebutnya *Baitul Tamwil* (BT) Teknosa.

Pada tahun 1988 munculnya koperasi Ridho Gusti, dan pada tahun 1991 berdirinya lembaga yang menyatukan nama *Baitul Maal dan Tamwil*, dengan nama BMT Insan Kamil. Saat ini orang semakin mengenal dan merasakan BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang menawarkan bantuan dalam bentuk uang kepada masyarakat. *Baitul tamwil* yang menyusul kemudian adalah BT Bina Niaga Utama (Binama) di Semarang pada tahun 1993. BT Binama sampai sekarang masih bertahan dengan aset lebih dari 25 milyar rupiah.

Perluasan BT dan istilah BMT pada tahun-tahun tersebut didukung melalui pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh syariah *banking institute* (SBI), *institute for shari'ah economic development* (ISED), serta lembaga pendidikan dan pengembangan bank

syariah ((LPPBS). Lembaga ini sangat berperan dalam memajukan istilah BT yang pada saat itu dianggap sebagai embrio Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

Kemajuan ekonomi islam tidak hanya berhenti di tingkat ekonomi makro saja tetapi juga menyentuh bidang yang paling bawah yaitu mikro. Lahirnya lembaga keuangan mikro islam yang dikenal sebagai lembaga sosial keagamaan kemudian pada saat itu muncul Baitul Tamwil yang ditempati oleh masyarakat bawah. Dimana saat itu bank tidak dapat menjangkau dan menangani masalah-masalah masyarakat kecil tersebut.

Pengalaman dan informasi tentang ekonomi syariah sebagian besar hanya dikalangan akademisi dan praktisi lembaga keuangan syariah, sementara masyarakat secara keseluruhan belum tentu mengenal dan memahami dengan jelas. Sementara ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang memberikan daya tawar positif, tidak hanya dari aspek hukum (syariat) namun juga dapat menjadi sistem ekonomi pilihan yang dapat mendukung proses kemajuan keuangan pembangunan. Selain itu, tugas lembaga ekonomi islam yang berfungsi sebagai lembaga yang dapat mengantarkan masyarakat-masyarakat dalam daerah untuk menjauhi dari sistem bunga.

Kehadiran Baitul Tamwil di daerah sangat berguna bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan keuangan yang saling menguntungkan dengan memanfaatkan sistem bagi hasil dan bantuan usaha produktif. Selain itu juga terdapat pembinaan dan arahan bagi para pengusaha mikro dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu peranan Baitul Tamwil hanya dapat dibangun apabila Baitul Tamwil dan masyarakat dapat bekerja sama dengan sukses, terutama dengan berjalannya usaha kecil dan menengah yang terlebih lagi rekan-tekan utama baitul tamwil.

Perkembangan berikutnya adalah dirasakan dan maraknya “ekses negatif” ketika fungsi dan kegiatan sosial digabungkan dengan bisnis/degang dalam satu manajemen yang sering membuat manajemen BMT tidak fokus dengan dua bidang (sosial: mall dan komersial: tamwil). Sejalan dengan itu BMT mulai fokus kegiatan bisnis, namun tetap menyelesaikan latihan sosial dengan pemisahan manajemen secara tegas. Pengaturan ini sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan BMT di Indonesia.

b. Pengertian BMT

BMT adalah kependekan dari Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Maal Wat Tamwil yang merupakan lembaga keuangan mikro yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah,¹ BMT secara konklusif merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya substansinya bergantung pada gagasan Baitul Maal wat Tamwil. Baitul Maal wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul maal lebih mengarah untuk menghimpun dan mengedarkan dana yang tidak benar-benar untuk kemaslahatan, sedangkan baitul tamwil adalah usaha mengumpulkan menyalurkan dana. BMT adalah metode pengelolaan dan masalah amanah yang terbebas dari riba. BMT adalah lembaga keuangan yang bersifat bisnis yang bergantung pada dana investasi berdasarkan akad/perjanjian simpan pinjam, mudharabah, wadia’ah, dan penyertaan (syirkah) ke masyarakat untuk kegiatan usaha yang bermanfaat dengan sistem bagi hasil.

Kegiatan BMT adalah untuk menumbuhkan usaha yang berguna dan investasi dalam memperluas tindakan keuangan pengusaha makro

¹ Sarwo Edy dan Rayuningsih, “Peranan Baitul Maal Wat Tamwil dalam Meningkatkan Usaha Mikro Melalui Pembiayaan Mudharabah,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* vol. 06, no. 01 (2021): 50, diakses pada 16 Januari, 2022, <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/jespb/article/view/176>

dan mikro, antara lain mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan kegiatan ekonominya. Dalam pelaksanaannya, BMT memiliki asas, visi, misi, landasan, fungsi dan prinsip-prinsip serta ciri khas yang dimiliki oleh BMT sebagai lembaga keuangan syariah non bank yang memiliki legalitas dan perbedaan hukum. BMT didirikan dalam suatu siklus dan dipercaya akan dimulai dari Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), dan jika anggota dan ketua telah memenuhi kebutuhan, mereka dapat diangkat menjadi badan hukum yang bermanfaat.²

c. Dasar Hukum BMT

a) Al-Qur'an

Surat Al-Baqarah Ayat 275

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

Artinya: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang*

² Rodoni dan Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), 61.

yang termasuk syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS Al-Baqarah: 275).³

Surat Al-Baqarah Ayat 278

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا

بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۗ اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman (QS. Al-Baqarah: 278).*⁴

Ayat tersebut secara eksplisit menyebutkan bahwa umat Islam dilarang mengambil riba karena tidak akan tenteram jiwanya seperti orang termasuk setan. Oleh karena itu jauhilah riba dan

³ Depertemen RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2007), 69.

⁴ Depertemen RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 69.

bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba jika kamu orang-orang yang beriman.

Dari Umar bin Al-Khaththab Radhiyallahu Anhu, dia berkata, Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam bersabda, 'Jual beli emas dengan emas adalah riba kecuali secara kontan, perak dengan perak adalah riba kecuali dengan kontan, biji gandum dengan gandum adalah riba kecuali secara kontan, tepung gandum dengan tepung gandum adalah riba kecuali secara kontan'. (HR. Bukhari Muslim).⁵

Dijelaskan bahwa Rasulullah akan melaknat yang memakan riba, yang dipungut riba darinya, juru tulisnya bahkan orang yang menjadi saksi dan haram jual beli emas dengan perak atau sebaliknya serta kerusakannya jika tidak dilakukan pembayaran secara kontan di antara penjual dan pembeli sebelum terpisah dari tempat akad. Inilah yang disebut *musharafah*. Begitu pula dengan menjual biji gandum dengan biji gandum atau tepung gandum dengan tepung gandum serta kerusakannya, jika tidak dilakukan secara kontan sebelum penjual dan pembeli berpisah dari tempat akad maka haram. Keabsahan akad jika dilakukan pembayaran secara kontan dalam *musharafah*.

d. Tujuan dan Fungsi BMT

Mendirikan BMT bertujuan dapat meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota secara khusus dan masyarakat secara umum. Jadi sistem perekonomian yang dianut juga menggunakan sistem syariah yang menjalankan bisnis berdasarkan prinsip bagi hasil dan jual beli yang umumnya disebut dengan *Musyarakah*, *Mudharabah*, *Bai'u Bitsaman Ajil*, *al-Qardhul Hasan* dan lain-lain. Tanpa memegang sistem bunga atau Riba. Prinsip bagi hasil pada dasarnya adalah jaminan sejauh mana pembagian

⁵ Mardani, *Ayar-Ayat dan Hadits Ekonomi Syari'ah* Cet 1 (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 133-134.

manfaat pada saat akad. Pengerian diatas dapat dipahami bahwa BMT terletak pada upaya meningkatnya kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus diaktifkan untuk dapat mandiri. Dengan menjadi anggota dari BMT masyarakat dapat bekerja secara bertahap untuk mengembangkan usahanya.⁶

Sesuai dengan aturan pembentukan BMT untuk mencapai tujuannya, fungsi BMT sebagai berikut:

- 1) Mengenali, mengaktifkan, mengatur, memberi dorongan, menumbuhkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota, kelompok usaha anggota muamalat dan daerah kerjanya
- 2) Meningkatkan kualitas SDM agar anggota menjadi lebih ahli dan islami dengan tujuan agar mereka lebih matang dan tangguh dalam menghadapi kesilitan dunia.
- 3) Menghimpun dan mengatur kemampuan masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan anggota.
- 4) Memberikan pelayanan sosial dalam bentuk pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqah, serta pinjaman seabajikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Menjadi jalur keuangan (*financial intermediary*) antara pemilik dana (*shohibul maal*) baik sebagai pendukung keuangan maupun investor dengan pengguna dana (*mudhorib*) untuk kemajuan usaha yang bermanfaat.
- 6) Dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan keuangan seperti yang dilakukan oleh bank-bank non syariah selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah, dengan bantuan

⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 127-128.

teknologi saat ini benar-benar mungkin untuk menyelesaikan layanan tersebut.⁷

e. Ciri-Ciri Utama BMT

- a) Berorientasi bisnis, mencari keuntungan bersama, memperluas penggunaan ekonomi yang paling banyak untuk anggota dan masyarakat
- b) Bukan lembaga sosial, melainkan lebih bermanfaat untuk keberhasilan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq dan sedekah untuk kesejahteraan orang banyak
- c) Dikembangkan dari bawah pada investasi masyarakat di sekitarnya
- d) Milik bersama masyarakat bawah dengan orang kaya di sekitar BMT, tidak dimiliki oleh perorang atau masyarakat. Atas dasar ini BMT tidak tahan dengan hukum persero.⁸

f. Kegiatan Usaha BMT

Sesuai dengan kegiatan perekonomian masyarakat, kegiatan usaha BMT secara luas dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. Penghimpunan Dana (*Funding*)

Penghimpunan dana oleh BMT diperoleh melalui simpanan, yaitu dana yang dipercayakan oleh nasabah dengan BMT untuk diarahkan ke sektor yang bermanfaat melalui pembiayaan dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka.

Yang dimaksud simpanan adalah sebagian simpanan anggota kepada BMT yang menyimpan dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan simpanan berjangka adalah simpanan BMT yang penyetorannya hanya

⁷ Krisna Sudjana dan Rizkison, "Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompositif," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* vol. 6 no. 02 (2020): 191, diakses pada 15 Januari, 2022, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/1086/632>

⁸ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 131-132.

dilakukan satu kali dan penarikan harus dilakukan dalam waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan antara BMT dengan anggotanya.

Sumber keuangan BMT berasal dari simpanan perorangan, pinjaman atau sumbangan dari pihak luar dan dari SHU yang di simpan. Prinsip utama dalam menggalang dana ini adalah kepercayaan artinya kemauan masyarakat untuk menempatkan dananya di BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT itu sendiri. Menurut Muhamad Ridwan karena BMT pada dasarnya merupakan lembaga amanah, sehingga setiap pekerja BMT harus memiliki pilihan untuk menunjukkan sikap amanah tersebut.

Adapun aqad yang mendasari berlakunya simpanan di BMT adalah aqad wadi'ah dan mudharabah.

a) Simpanan Wadi'ah

Simpanan wadi'ah adalah simpanan dana yang dapat diambil sewaktu-waktu oleh pemilik anggota dengan memberikan semacam surat pemindah bukuan / transfer dari perintah angsuran lainnya. Simpanan wadi'ah ada 2, yaitu:

1) Wadi'ah Amanah

Wadi'ah amanah mengandung pengertian bahwa pihak yang mendapatkan titipan tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang ditiipkannya. Penerima titipan mungkin membebankan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan.⁹

⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 148.

2) Wadi'ah Dhomanah

Wadi'ah Dhomanah adalah pihak yang mendapatkan agar pihak tersebut dapat memanfaatkan dan menggunakan uang atau barang yang ditiptkan. Dalam hal tersebut pihak penerima titipan (BMT) mendapatkan hasil dari pengguna dana. Pihak penerima titipan (BMT) dapat memberikan kapasitas motivasi kepada penitip sebagai imbalan.¹⁰

b) Simpanan Mudharabah

Simpanan mudharabah merupakan simpanan pemilik dana yang penyimpanannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai kesepakatan yang sudah disepakati sebelumnya. Simpanan yang beraqid mudharabah dapat dikembangkan ke dalam berbagai jenis simpanan seperti Simpanan Idul Fitri, Simpanan Idul Qurban, Simpanan Haji, Simpanan Pendidikan, Simpanan Kesehatan.¹¹ Secara garis besarnya simpanan mudharabah dipisahkan menjadi dua jenis, yaitu:

1) Mudharabah Mutlaqah

Sahibul Maal tidak memberikan batasan pada dana yang diinvestasikannya. Mudharib diberi kedudukan penuh untuk mengurus dana tersebut tanpa dibatasi oleh waktu, tempat, jenis usaha dan jenis pelayanannya.

¹⁰ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 150.

¹¹ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 118.

2) Mudharabah Muqayyadah

Sahibul maal menempatkan batasan pada dana yang diinvestasikannya. Mudharib dapat menangani dana ini sesuai dengan batasan yang diberikan oleh *sahibul maal*. Misalnya hanya untuk jenis usaha tertentu, waktu tertentu, tempat tertentu, dan lain-lain.

2. Penyaluran Dana (*Financing*)

Penyaluran dana merupakan kegiatan usaha BMT yang dilengkapi dengan kegiatan usaha memberikan pembiayaan. Pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan oleh BMT kepada anggotanya untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh BMT dari anggotanya.

Sesuai PINBUK ada berbagai jenis pembiayaan yang dikembangkan oleh BMT yang semuanya mengacu pada dua jenis aqad yaitu:

- a) Aqad jual beli
 - 1) Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil (BBA) yaitu pembiayaan akad jual beli dengan penggantian (harga pokok dan keuntungan) secara porsi.
 - 2) Pembiayaan Murabahah (MBH) yaitu pembiayaan akad jual beli dengan pembayaran kembali (harga pokok dan keuntungan) sesudah jatuh tempo.
- b) Aqad Syirkah
 - 1) Pembiayaan Mudharabah (MDA) adalah pembiayaan akad kerja sama (syirkah) dimana BMT dan perorangan membiayai usaha tanpa penyertaan manajemen BMT di dalamnya

- 2) Pembiayaan Musyarakah (MSA) adalah pembiayaan akad kerja sama (syirkah) dimana BMT dan perorangan membiayai usaha dengan kepentingan manajemen BMT di dalamnya
- 3) Pembiayaan Al Qordhul Hasan (QH) adalah suatu perjanjian pembiayaan antara BMT dengan anggotanya dan hanya anggota yang dianggap layak dapat diberikan pinjaman ini.

2. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak untuk pihak lain untuk membantu usaha yang diatur, baik dilakukan tanpa pihak maupun oleh lembaga keuangan. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan untuk membantu menyelesaikan bisnis yang diatur.¹²

Seperti yang ditunjukkan oleh Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Bab 1 Pasal 1 Nomer 12, yang dimaksud dengan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah pengaturan uang atau hal-hal yang dapat diperbandingkan berdasarkan kesepakatan atau persetujuan antara bank dengan satu pihak lagi yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau jaminan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan adalah tindakan lembaga keuangan syariah yang dalam menyebarkan dananya kepada pihak anggota yang membutuhkan dana. Pembiayaan sangat menguntungkan bagi lembaga keuangan syariah, nasabah dan pemerintah. Pembiayaan memberikan hasil yang luar biasa diantara penyaluran dana lainnya yang dilakukan oleh lembaga keuangan

¹² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.) 17.

syariah. Sebelum mengalihkan dana melalui pembiayaan lembaga keuangan syariah penting untuk melakukan analisis pembiayaan yang mendalam, dengan tujuan agar kerugian dapat dihindari.¹³

Istilah pembiayaan pada dasarnya mengandung arti saya percaya, saya mengasih kepercayaan. Kata pembiayaan yang mengandung makna kepercayaan mengisyaratkan bahwa lembaga pembiayaan adalah *shahibul maal* menempatkan kepercayaan pada seseorang untuk menyelesaikan amanah yang diberikan. Dana-dana ini harus digunakan dengan tepat, adil, dan harus digabungkan dengan pemahaman yang jelas dan bermanfaat bagi kedua belah pihak.¹⁴

Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan untuk membantu menyusun investasi yang telah direncanakan, baik tanpa orang lain maupun oleh orang lain. Tujuan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah untuk memperluas kesempatan kerja dan bantuan ekonomi pemerintah sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pembiayaan harus dinikmati oleh berapa pun jumlah bisnis yang secara wajar dapat diharapkan di bidang pertanian, perdagangan dan industri untuk membantu membuka kesempatan kerja dan mendukung penciptaan dan penyebaran tenaga kerja dan produk untuk memenuhi kebutuhan ekspor dan kebutuhan dalam negeri. Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak menyusahkan orang yang berhutang.¹⁵

Tujuan pembiayaan secara makro adalah untuk meningkatkan pada ekonomi masyarakat, tersedianya dana untuk peningkatan bisnis, lapangan

¹³ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011) 105-106.

¹⁴ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) 3.

¹⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 160.

kerja baru, dan terjadi distribusi pendapatan. Sementara itu, pembiayaan mikro disediakan untuk meningkatkan laba, membatasi risiko, penyalahgunaan sumber ekonomi, dan mengarahkan dana yang berlebihan Sesuai dengan tujuan pembiayaan, fungsi pembiayaan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan produk, meningkatkan energi bisnis, stabilitas ekonomi, memperluas kenyamanan uang, dan sebagai perancah untuk membangun pendapatan nasional.

Dalam lembaga keuangan syariah sebagian besar menyebarkan pembiayaan sebagai produk (*Asset*), berdasarkan pemahaman seperti konsep jual beli, bagi hasil, ataupun sewa-menyewa. Sejalan dengan itu, kesepakatan yang dibuat oleh lembaga keuangan syariah kemungkinan akan jauh dari unsur riba. Biasanya produk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat sebagian besar melalui pembiayaan yang berdasarkan akad jual beli seperti *murabahah*, *istishna*, dan *salam*, atas dasar point-point akad pada sewa-menyewa akan menciptakan dua produk yaitu *ijarah* dan *ijarah muntahiya bitamlik*, berdasarkan point-point akad bagi hasil akan menghasilkan produk *musyarakah*, *mudharabah*, *musaqoh*, dan *muzzaroah*, dan berdasarkan point-point akad pinjaman bersifat sosial maka akan menciptakan produk *qard*, dan *qard al hasan*.¹⁶

Menurut Ismail beberapa bagian penting dalam pembiayaan syariah terdiri dari bank syariah, Mitra Usaha / Pamer M, Kepercayaan/Trust, Akad adalah kesepakatan perjanjian atau kesepakatan yang dibuat antara bank syariah dan pihak nasabah/mitra, Risiko, Jangka waktu, dan Balas Jasa.¹⁷

¹⁶ Abdul Ghofur Anshori, *Lembaga Kenotarian Indonesia Perspektif Hukum dan Etika* (Yogyakarta: UII Press, 2009), 105.

¹⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2011), 107.

b. Jenis-Jenis Pembiayaan

- a) Pembiayaan Modal Kerja Syariah yaitu pembiayaan khusus yang diberikan oleh perusahaan untuk mendanai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah dalam satu siklus usaha.
- b) Pembiayaan Investasi Syariah yaitu penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan manfaat dikemudian hari atau bisa disebut pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk perolehan produk modal yang diperlukan dalam usaha.
- c) Pembiayaan Konsumtif Syariah yaitu pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan secara keseluruhan bersifat perorangan.
- d) Pembiayaan Sindikasi yaitu pembiayaan khusus yang diberikan kepada lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pembiayaan ini biasanya dibutuhkan untuk nasabah koperasi yang bermanfaat karena nilai tukarnya sangat besar.
- e) Pembiayaan *Take Over* yaitu pembiayaan yang muncul dari pengambilalihan terhadap transaksi non syariah yang berkelanjutan yang diselesaikan oleh bank syariah atas permintaan nasabah.
- f) Pembiayaan *Letter of Credit* yaitu pembiayaan yang diberikan untuk bekerja sama dengan nasabah dan pertukaran produk.¹⁸

c. Prinsip-Prinsip Pembiayaan

Islam menggambarkan sistem ekonomi yang sama sekali tidak sama dengan sistem lainnya. Hal ini mengingat bahwa masalah ekonomi islam berakar dari syariah yang merupakan sumber dan panduan bagi setiap muslim dalam menyelesaikan aktivitasnya. Islam memiliki tujuan-tujuan syariah

¹⁸ Asiyah dan bintu Nur, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 13.

(*maqosid asy-syariah*) dan petunjuk operasional (strategi) untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan itu sendiri selain mengacu pada kepentingan manusia untuk mencapai kesuksesan dan kehidupan yang lebih baik, juga memiliki nilai penting untuk persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi, sama seperti menuntut tingkat kepuasan yang seimbang antara kepuasan materi dan ruhani.¹⁹

Dalam budaya Indonesia, selain dikenal dengan istilah utang piutang, istilah kredit juga disebut kredit dalam perbankan konvensional dan istilah pembiayaan dalam perbankan syariah. Utang piutang biasanya digunakan oleh masyarakat dalam hal memberikan pinjaman kepada pihak lain. Dalam Undang-Undang Nomer 10 Tahun 1998 dinyatakan bahwa pembiayaan menurut prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu tergantung kesepakatan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁰ Dengan demikian, setiap transaksi kelembagaan syariah harus didirikan berdasarkan sistem bagi hasil dan perdagangan atau transaksinya didasari oleh adanya pertukaran uang dengan barang. Dengan demikian, kegiatan mu'amalat menerapkan prinsip ada barang/jasa uang dengan barang, sehingga akan mendukung produksi barang/jasa, mendorong kelancaran arus barang/jasa dapat dihindari adanya penyalahgunaan kredit, spekulasi, dan inflasi.²¹

¹⁹ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Bank Syariah: Konsep, Produk dan Implementasi Operasional*, Penerbit Djambatan, Jakarta, 2000, 10-11.

²⁰ Undang-undang RI Nomer 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomer 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

²¹ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 2.

Dari gambaran mengenai pengertian kredit dan pembiayaan ini dapat ditarik suatu perbedaan mengenai jenis-jenis transaksi. Pembiayaan tidak menggunakan transaksi yang berupa sharing modal dengan sistem bagi hasil atau transaksi jual beli dengan margin manfaat atau pertukaran kesepakatan dan membeli dengan pembayaran sewa bersih dan biaya untuk transaksi yang bersifat bantuan. Secara lebih rinci, perbedaan antara kredit konvensional dengan pembiayaan syariah dapat dilihat dalam matrik sebagai berikut:

Tabel 2.1
Perbedaan Kredit dan Pembiayaan

Deskripsi	Kredit Konvensional	Pembiayaan Syariah
Dasar Hukum	Undang-undang	Al-Qur'an, Al Hadist dan Undang-undang
Kontrak/Perjanjian	Utang-piutang	Adanya <i>underlying transaction</i> yang berupa transaksi jual-beli, sewa/sewa beli, dan bagi hasil
Kompensasi	Bunga/Interest	Profit margin, pendapatan sewa, bagi hasil
Penggunaan	Tidak boleh bertentangan dengan hukum	Tidak boleh bertentangan dengan

	positif	hukum positif dan hukum islam
Target bisnis	Selalu untung sesuai dengan besarnya bunga yang telah diperjanjikan	Untuk bagi hasil, keuntungan dan kerugian ditentukan oleh hasil usaha yang dikelola nasabah

Dalam bisnis islam biasanya ada tiga rencana dalam melakukan akad pada lembaga keuangan syariah yaitu:

1. Prinsip bagi hasil

Fasilitas pembiayaan yang diberikan disini adalah sebagai uang atau barang yang dihargai dengan uang. Dari segi jumlah, dapat memberikan hingga 100 % dari modal yang diperlukan, atau mungkin hanya sedikit sebagai ipaya bersama antara bank dengan pengusaha (*customer*). Jika dilihat dari sisi bagi hasilnya, ada dua macam bagi hasil (tergantung kesepakatan), yaitu *revenue sharing* atau *profit sharing*. Mengenai tingkat bagi hasil, yang dikenal sebagai nisbah, yang dapat disepakati dengan *customer* yang mendapat fasilitas pembiayaan pada saat akad pembiayaan.

- a. *Mudharabah*, yaitu suatu akad kerja sama bisnis antara dua pihak di mana pihak yang utama *shahibul maal* memberikan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Manfaat dari usaha mudharabah dibagi dengan pengertian yang terkandung dalam kesepakatan, meskipun jika kerugian

dinyatakan oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan karena kecerobohan pengelolanya. Seandainya kerugian disebabkan oleh kecurangan atau kecerobohan pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian itu.²²

- b. *Musyarakah*, yaitu suatu akad kerja sama sekurang-kurangnya dua perkumpulan untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak menyumbangkan kontribusi dana (atau amel/expertise) dengan perjanjian bahwa manfaat dan bahaya akan ditanggung bersama sesuai dengan perjanjian.
 - c. *Muzara'ah*, yaitu suatu akad kerja sama atau kombinasi penanganan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap dengan menggunakan sisem bagi hasil berdasarkan hasil panen.²³ Macam-macam muzara'ah adalah: muzara'ah yaitu kerja sama pengolahan lahan yang benihnya berasal dari para penggarap. Mukhabarah merupakan kerja sama pengolahan lahan yang benihnya berasal dari para penggarap.
2. Prinsip jual beli

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang melaksanakan teknik jual beli, dimana bank pada awalnya akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau memilih nasabah sebagai spesialis bank untuk melakukan pembelian barang atas nama lembaga keuangan, kemudian pada saat itu bank menjual barang tersebut kepada nasabah

²² Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 95.

²³ Suhartono Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), 56.

dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin/mark-up*).²⁴ Prinsip ini dilakukan karena adanya pertukaran kepemilikan barang atau benda. Keuntungan bank tidak sepenuhnya diselesaikan sebelumnya dan menjadi bagian dari biaya produk yang dipertukarkan. Berikut prinsip-prinsip yang termasuk dalam produk:

- a. *Bai' al-Murabahah*, adalah untuk akad jual beli produk. Dalam transaksi jual beli, penjual dengan jelas menyebutkan produk yang diperjualbelikan termasuk juga harga pembelian dan keuntungan yang diambil.
- b. *Bai' al-muqayyadah*, merupakan jual beli dimana terjadi jual beli antara barang dengan barang (barter) aplikasi jual beli semacam ini harus dimungkinkan sebagai jalan keluar untuk transaksi pertukaran yang tidak dapat menghasilkan *valuta asing*.
- c. *Bai' al-mutlaqah* adalah pertukaran antara barang atau jasa dengan uang tunai. Uang berfungsi sebagai metode pertukaran. Jenis jual beli ini menghidupkan ke semua produk lembaga keuangan berdasarkan prinsip jual beli.
- d. *Bai' as-salam*, merupakan akad jual beli dimana pembeli membayar uang (sebesar harga pokok) untuk barang yang telah disebutkan rinciannya, sedangkan produk yang diperjual belikan akan disampaikan kemudian, yaitu di tanggal yang sudah disepakati.
- e. *Bai' al-istisna*, merupakan kontrak jual beli dimana harga barang tersebut dibayar terlebih dahulu, namun dapat dibayar dalam segmen sesuai dengan jadwal dan

²⁴ Muhammad, *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman* (Yogyakarta: Ekonisi, 2006), 18.

persyaratan yang disepakati bersama, sementara produk dibeli dibuat dan dikirimkan di kemudian.

3. Prinsip sewa-menyewa

Selain akad jual beli yang sudah diperjelas, ada juga akad sewa-menyewa yang dilakukan di lembaga keuangan syariah. Prinsip ini terdiri dari dua macam akad yaitu akad ijarah merupakan akad pemindahan hak pakai hasil atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti oleh kepemilikan/pemindahan dari barang dagangan yang sebenarnya. Selain itu, akad *ijarah muntahiyah bi at-tamlik* adalah semacam perpaduan antara akad jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang ditutup dengan kepemilikan barang ditangan penyewa. Sifat pertukaran kepemilikan juga ditunjukkan oleh ijarah biasa.

Pengakuan bahwa lembaga keuangan syariah adalah jawaban bagi masalah keuangan untuk mencapai bantuan sosial telah muncul namun upaya nyata yang memungkinkan pelaksanaan akal sehat dari pemikir itu hampir dalam rentang sistem ekonomi dunia yang tidak bisa lepas dari premi. Namun pemikiran itu terus berkembang meski secara perlahan. Beberapa uji coba terus diselesaikan mulai dari jenis usaha dasar hingga usaha bersama yang berskala besar. Dari upaya ini para penggagas lembaga keuangan syariah dapat membayangkan untuk membuat fondasi sistem lembaga keuangan yang bebas bunga.²⁵

Meskipun lembaga keuangan syariah pada umumnya masih baru di Indonesia, perkembangan dari tahun ke tahun baik dari

²⁵ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Bank Syariah: Konsep, Produk dan Implementasi Operasional*, Penerbit Djambatan, Jakarta, 2001, 21.

segi jumlah bank maupun perluasan dari berbagai aset dan pembiayaan sangat besar dalam memperluas porsi keuangan masyarakat. Hal ini merupakan kekhasan yang harus dilihat oleh para pelaku bisnis lokal karena merupakan peluang sangat besar terencana untuk terus diciptakan mengingat bahwa penduduk Indonesia yang mayoritas beragama muslim merupakan pasar yang potensial untuk pengembangan lembaga keuangan syariah.²⁶

Untuk karena itu tugas para ahli dibidang lembaga keuangan syariah diharapkan dapat terus menciptakan ide-ide lembaga keuangan yang berlandaskan pada prinsip syariah, seperti halnya dukungan pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan undang-undang serta pedoman yang diandalkan untuk memberi ruang bagi peningkatan perbankan syariah di Indonesia.²⁷

3. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat Nasabah

Minat bisa diartikan suatu harapan yang ada berdasarkan suatu perhatian seorang terhadap barang, benda atau bisa pula dikatakan dorongan ingin melakukan aktivitas tertentu. Dibawah ini masih ada pengertian minat nasabah menurut beberapa para ahli:

Minat sama menggunakan menggunakan perhatian, antara minat dan perhatian dalam biasanya dipercaya sama tidak terdapat perbedaan. Memang keduanya hampir sama dan pada praktek selalu bergandengan satu sama lain. Bila seorang yang tertuju pada suatu objek sebenarnya dimulai menggunakan adanya minat pada hal tadi. Minat artinya perilaku jiwa orang seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi) yang

²⁶ Rahadi Kristiyanto, SH, *Jurnal Law reform* April 2010. Vol. 5 No.1

²⁷ Mariya Ulpah, "Konsep Pembiayaan dalam Perbankan Syariah," *Madani Syari'ah* vol. 3, no. 2 (2020): 149-159, diakses pada 20 Desember, 2021, <http://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah/article/download/208/174/>

tertuju dalam suatu dan pada interaksi itu unsur perasaan yang terkuat. Perhatian artinya keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu objek tertentu. Di dalam tanda-tanda perhatian, ketiga fungsi tersebut juga ada, namun unsur pikiranlah yang terkuat pengaruhnya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat bisa mengakibatkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai menggunakan minat.²⁸

Dari pengertian minat menurut Abu Ahmadi adalah suatu perhatian seseorang pribadi yang menimbulkan perasaan yang kuat dari jiwa seseorang yaitu (kognisi, konasi, emosi). Dengan demikian, menarik minat dapat menarik perhatian pada suatu objek, kemudian menimbulkan perasaan yang kuat untuk memilih objek tersebut. Minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan tindakan pada orang, kegiatan atau situasi yang menjadi objek minat, disertai perasaan senang. Dengan kata lain, ada upaya untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan menghubungkan terhadap objek yang berlangsung dengan perasaan senang, dengan adanya daya tarik objek tersebut.²⁹

Pengertian minat menurut Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab adalah orang yang memperhatikan orang, kegiatan, situasi yang menjadi objek melalui pemahaman dengan tujuan mengetahui secara mendalam dan menguasainya. Dari sana, ketertarikan dan kesenangan subjek lahir.

Perbandingan dari kedua pendapat dari para ahli yaitu pendapat Abu Ahmad minat seseorang dari pengenalan suatu objek, kemauan terhadap suatu objek dan perasaan terhadap suatu objek. Sedangkan menurut Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab minat seseorang merasa

²⁸ Abu Ahmad, *Psikologi Umum* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), 151.

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

senang dengan upaya mengetahui dan menguasai segala sesuatu yang berhubungan dengan objek tertentu.

Dari pengertian minat dari Abu Ahmadi, Abdul Rahman Shalih Muhibid dan Abdul Wahab, peneliti memilih pendapat dari Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab, Alasannya adalah sebelum minat muncul dan memilih objek kita harus mengetahui dan memahami melalui pendekatan apakah objek tersebut layak untuk diperhatikan. Jadi dengan itu kita tidak akan mendapatkan objek yang salah.

Dari buku Abu Ahmadi “Psikologi Umum” indikator dijadikan dalam penelitian ini. Berikut penjelasan dari ketiga indikator yang digunakan sebagai acuan pembentukan minat nasabah, yaitu indikator sebagai berikut:

- a. Kognisi (Gejala pengenalan): kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan termasuk kesadaran, perasaan atau mencoba untuk mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu gejala indera dan akal.

Dari pengertian diatas menurut Uswah Wardiana kognisi adalah keyakinan seseorang tentang sesuatu yang berasal dari pemikiran tentang objek tertentu. Proses yang dilakukan meliputi memperoleh pengetahuan dan penerapan pengetahuan melalui kegiatan mengingat, menganalisis, memahami, mengevaluasi, menyimpulkan, dan membayangkan.³⁰

- b. Emosi (Gejala perasaan): kecenderungan untuk mengalami perasaan tertentu ketika berhadapan dengan objek tertentu di lingkungan.

Emosi dapat dipahami sebagai perasaan yang muncul sebagai akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Artinya perasaan yang

³⁰ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum* (Jakarta: PT Bina Ilmu, 2004), 58.

mendorong individu untuk merespon atau bertindak dalam stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar.

- c. Konasi (Gejala kemauan): merupakan salah satu fungsi kehidupan kejiwaan manusia, dapat dipahami sebagai kegiatan spiritual yang mengandung upaya positif dan terkait dengan pencapaian suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir pergerakan dalam satu arah.

Menurut Abu Ahmadi pengertian dari konasi dapat disamakan dengan kemauan atau keinginan. Kehendak merupakan fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu. Kehendak ini dapat digambarkan sebagai kekuatan yang datang dari dalam, sedangkan dari luar sebagai suatu gerakan.³¹

Minat adalah segala pemusatan pertimbangan yang tidak disengaja yang telah terlahir dengan perasaan penuh kemauan yang dapat mengandalkan kemampuan dan lingkungan sekitarnya.³² Minat adalah perasaan kecenderungan dan perasaan tertarik pada suatu aktivitas, tanpa orang lain yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah pengakuan dari suatu hubungan di suatu tempat di dalam jangkauan seseorang di luar diri sendiri, semakin dekat hubungan tersebut, semakin penting minat tersebut. Crow and Crow mengatakan bahwa minat adalah suatu hubungan yang berkaitan dengan gaya gerak yang secara konsisten mendorong seseorang untuk melakukan dan menghadapi hal-hal yang mengatur orang lain, benda, dan kegiatan-kegiatan, pengalaman yang dapat dijiwai oleh suatu kegiatan itu sendiri.

Dengan cara ini minat dapat disampaikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa orang lain suka satu hal dari pada hal lain, juga dapat ditunjukkan melalui partisipasi dalam suatu

³¹ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum* (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 2004), 58.

³² Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 92.

tindakan. Minat tidak diturunkan sejak kita lahir yaitu itu diperoleh di hari yang akan datang.³³

Minat nasabah terhadap suatu produk yang dapat ditawarkan oleh suatu kelembagaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhinya. Oleh karenanya, minat adalah perspektif yang sekarang dimiliki oleh seseorang yang dapat menimbulkan rasa cinta dengan minat pada semua yang dapat mempengaruhi aktivitas orang tersebut. Seseorang yang tertarik pada suatu objek dengan tujuan agar terlihat akan lebih sering memberikan pertimbangan yang luar biasa untuk sebuah proyek. Dengan demikian perasaan awal yang dapat dilihat oleh nasabah dalam suatu kesepakatan yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak lembaga sangat mempengaruhi terhadap suatu keputusan nasabah dalam memutuskan penentuan suatu barang yang untuk situasi ini merupakan suatu produk pembiayaan.

b. Macam-Macam Minat

Minat dapat diklasifikasikan menjadi beberapa macam, itu sangat tergantung pada sudut pandang dan cara menggolongkannya. Minat dapat dibagi menjadi tiga macam menurut tingkat kemunculan, arah dan cara pengungkapannya yaitu sebagai berikut:³⁴

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kultural*. Minat primitif adalah minat yang muncul karena kebutuhan biologis atau dari jaringan tubuh. Sedangkan minat *kultural* atau minat *social* adalah minat yang timbul dari proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung

³³ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 121.

³⁴ Abdul Rahman Sholeh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263-268.

berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu: a) *expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya, b) *manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung, c) *tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan d) *inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distadarisasikan.

Dari macam-macam minat yang terdapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu tergantung pada cara berfikir atau cara pandangnya masing-masing. Karena manusia diciptakan dengan kemampuan yang berbeda-beda, maka cara menentukan minat atau perhatian dari seseorang juga berbeda-beda.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

a. Faktor Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah yang bertujuan untuk memuaskan suatu keinginan nasabah. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada nasabah agar cukup menonjol untuk diperhatikan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik sejauh memenuhi kebutuhan sehari-hari atau yang pasti harus dimiliki oleh nasabah.

Menurut Orville, Larrevhe, dan Boyd indikator kualitas produk yaitu sebagai berikut:³⁵

- 1) Kinerja, dalam kaitannya dengan karakteristik operasional dasar dari sebuah produk.
- 2) Daya tahan yaitu berapa lama produk yang bersangkutan bertahan atau berapa lama sebelum produk perlu diganti. Semakin besar frekuensi penggunaan produk oleh konsumen maka semakin besar daya tahan produk tersebut.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi adalah sejauh mana karakteristik operasional dasar suatu produk memenuhi spesifikasi konsumen tertentu atau tidak ditemukan cacat pada produk.
- 4) Fitur adalah fitur produk yang rancang untuk meningkatkan fungsi produk atau meningkatkan minat konsumen terhadap produk.
- 5) Reliabilitas adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam selang waktu. Semakin rendah kemungkinan kerusakan, semakin dapat diandalkan produk tersebut.
- 6) Estetika yang berhubungan pada bagaimana penampilan luar suatu produk dapat dilihat dari penampilan, rasa, bau dan bentuknya.
- 7) Kesan kualitas, yang umumnya dianggap sebagai hasil dari penggunaan tindakan yang diambil secara tidak langsung karena ada kemungkinan konsumen tidak memahami atau kekurangan informasi tentang produk yang bersangkutan. Dengan demikian, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari merek, periklanan, harga, dan reputasi.

Produk ditawarkan untuk mendapatkan permintaan, penggunaan, perhatian, atau

³⁵ Orville, Larrevhe dan Boyd, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* (Jakarta: Erlangga, 2005), 422.

konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia. Untuk produk yang akan ditawarkan, produk tersebut harus dibuat dengan memperhatikan kualitas, produk yang berkualitas tentunya memiliki nilai yang lebih dibandingkan dengan produk pesaing sehingga menarik minat nasabah.³⁶

b. Faktor Promosi

Menurut Swastha promosi adalah perkembangan data atau pengaruh terarah yang dilakukan untuk melakukan perdagangan dalam mempromosikan. Selain itu juga memperkerjakan, melatih dan memotivasi wiraniaganya.³⁷ Menurut Tjiptono promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.³⁸

Promosi dapat didefinisikan sebagai metode yang digunakan untuk menginformasikan, meyakinkan dan memperluas nasabah baik secara langsung maupun dengan tidak langsung tentang produk dan merek yang akan dijual dengan harapan nasabah membeli produk-produk tersebut. Promosi dalam sudut pandang syariah adalah sesuatu yang penting untuk menyampaikan informasi yang benar tentang suatu produk kepada calon nasabah. Promosi adalah suatu tindakan yang dapat ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat lebih mengenal produk-produk yang akan di perkenalkan oleh pihak-pihak BMT

³⁶ Siti Maisharah Amanda, dkk, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* vol. 1 no. 2 (2019): 202-203, diakses pada 16 Januari, 2022, <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/view/14470>

³⁷ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Liberry, 2007)

³⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 387.

tersebut kepada para nasabah yang nantinya dipercaya nasabah akan selalu senang menggunakannya.

Menurut Boyd, Walker, dan Larreche menyatakan strategi promosi adalah sebuah program yang dikendalikan dan digabungkan dari strategi komunikasi dan materi khusus yang dimaksudkan untuk memperkenalkan produk-produknya kepada pelanggan yang mungkin, menyampaikan ciri-ciri produk yang memenuhi kebutuhan untuk memberdayakan kesepakatan yang dengan demikian menambah untuk pelaksanaan pada kinerja laba jangka panjang.³⁹

Adapun fungsi dari promosi yang dikemukakan oleh Swastha sebagai berikut:

- 1) Memberikan Informasi, promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada nasabah. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada nasabah. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.
- 2) Membujuk dan Mempengaruhi, promosi tidak hanya menginformasikan tetapi juga menyakinkan, terutama kepada calon nasabah, dengan mengatakan bahwa suatu produk lebih baik dari yang lain.
- 3) Menciptakan kesan, promosi dapat memberikan kesan yang berbeda pada

³⁹ Boyd, dkk, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2000), 65.

calon nasabah untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi terbaik seperti promosi periklanan yang menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

- 4) Promosi merupakan alat mencapai tujuan, promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi.⁴⁰

Menurut Kotler dan Keller Indikator promosi meliputi pesan promosi, ini adalah ukuran bagaimana pesan promosi dibuat dan disampaikan kepada nasabah. Media promosi, media yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi. Waktu promosi, ini merupakan masa promosi yang dilakukan oleh perusahaan.⁴¹

c. Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁴² Menurut Kasmir pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.⁴³

Pelayanan adalah perilaku produsen untuk mengatasi masalah dan keinginan nasabah untuk mencapai kepuasan pada nasabah. Pelayanan

⁴⁰ Basu Swatha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), 245-246.

⁴¹ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2* (Jakarta: PT. Indeks, 2016), 272.

⁴² Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 83.

⁴³ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

adalah suatu aktifitas atau rangkaian aktifitas yang terjadi sebagai adanya hubungan antara nasabah dengan pemilik lembaga keuangan.

Pelayanan adalah semua tindakan lapangan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah untuk mengatasi masalah, memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah demi terciptanya suatu loyalitas dan kepuasan terhadap nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan tingkat kepercayaan kepada perusahaan. Apabila suatu perusahaan meningkatkan pelayanan yang maksimal dan berkualitas, maka dapat meningkatkan perasaan puas dan nyaman terhadap nasabah. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan pandangan nasabah atas layanan yang benar-benar mereka dapatkan. Dengan asumsi bahwa nasabah senang dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, nasabah akan menggunakan produk atau jasa itu secara terus menerus, dan nasabah akan mengenalkan perusahaan itu kepada orang lain.

Dalam hal ini perusahaan telah menetapkan yang didukung oleh dengan sarana dan prasarana yang ada untuk dapat memenuhi kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini perusahaan menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik didorong oleh sejumlah faktor pendukung yang secara langsung mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan. Ciri-ciri pelayanan yang baik sebagai berikut:

- 1) Pertama adalah faktor manusia yang menyediakan pelayanan. Karyawan yang melayani nasabah harus dapat melayani nasabah secara akurat dan cepat. Selain itu, karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, ramah,

sopan santun, dan bertanggung jawab penuh kepada nasabahnya.

- 2) Kedua adalah faktor ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung ketetapan, kecepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi dengan kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga kedua faktor tersebut saling menjaga satu sama lainnya.⁴⁴

Menurut William dan Tiurniari Purba Indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. *Tangible* (bukti fisik) yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

⁴⁴ Khoirun Nisa, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Bangkalan," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* vol. 3 no. 3 (2020): 185, diakses pada 15 Januari, 2022, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/10780>

4. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi.
5. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi.⁴⁵

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penemuan-penemuan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya apakah ada perubahan / pembaharuan terhadap masalah yang diteliti. Penelitian terdahulu digunakan untuk membantu membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini adalah:

1. Luluk Latifah dengan Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Galis Bangkalan”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat terdapat lima faktor yang memengaruhi minat nasabah pada produk tabungan berjangka di BMT UGT Sidogiri Capem Galis Bangkalan yaitu faktor lokasi, faktor

⁴⁵ William dan Tiurniari Purba, “Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam,” *Jurnal EMBA* vol. 8 no. 1 (2020): 1989, diakses pada 27 Februari, 2022, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/28051/27524>

promosi, faktor keunggulan, faktor kualitas pelayanan, dan faktor kelompok referensi. Adapun faktor yang paling dominan memengaruhi minat nasabah pada produk tabungan berjangka di BMT UGT Sidogiri Capem Galis Bangkalan yaitu faktor lokasi dengan nilai % of variance sebesar 31,501.⁴⁶

Letak perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Luluk Latifah dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu merupakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penelitian sekarang merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi atau tempat penelitian juga berbeda. Penelitian terdahulu faktor yang mempengaruhi yaitu lokasi, promosi keunggulan kualitas pelayanan dan kelompok referensi sedangkan faktor yang mempengaruhi dalam penelitian sekarang yaitu faktor produk, faktor promosi, dan faktor pelayanan.

2. Ihsan Fahmi dengan Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memilih Produk Bank Garansi (Kafalah) pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan variabel independen (pengetahuan, agama, lokasi dan pelayanan). Dari hasil penelitian diketahui faktor yang signifikan dan mempengaruhi minat adalah faktor agama. Sedangkan faktor-yang lain tidak memiliki pengaruh dan signifikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat memiliki pengaruh sebesar 57,3 %. Sedangkan 42,7 % lagi dipengaruhi oleh variabel lainnya.⁴⁷

Letak perbedaan antara penelitian yang dilakukan Ihsan Fahmi dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu metode penelitian yang digunakan adalah

⁴⁶ Luluk Latifah, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Berjangka Di BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Galis Bangkalan” (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), 108-110.

⁴⁷ Ihsan Fahmi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Garansi (Kafalah) Pada Bank Aceh Syariah” (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), 82-84.

metode kuantitatif sedangkan penelitian sekarang metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Lokasi atau tempat penelitian juga berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen pengetahuan, agama, lokasi dan pelayanan sedangkan pada penelitian sekarang variabel yang digunakan adalah faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan.

3. Nur Ayasi dengan Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan, bagi hasil, dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat di KSPPS BMT Mentari Bumi secara simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Sumber angket dengan membagikan pada nasabah yang menabung di KSPPS BMT Menterri Purbalingga. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji t dan uji F. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel produk, bagi hasil tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat manabung masyarakat. Sedangkan variabel pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Dari koefisien determinasi diketahui bahwa 61,8% terhadap minat manabung masyarakat di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga dapat dijelaskan oleh faktor produk, pelayanan, bagi hasi, dan lokasi, sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi faktor lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis.⁴⁸

Letak perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Nur Ayasi dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan metode penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi atau tempat

⁴⁸ Nur Ayasi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga” (Skripsi, IAIN Purbalingga, 2021), 70-72.

penelitian berbeda. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah faktor produk, pelayanan, bagi hasil dan lokasi. Sedangkan variabel pada penelitian sekarang adalah faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan.

4. Heni Juliana dengan Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari survai, kepustakaan, dan kuesioner tertutup. Hasil pengujian kelayakan terhadap 5 variabel sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah, dengan menggunakan analisis *Barlett Test f Sphericity metode* dan *measure of sampling adequency* (MSA) diketahui 5 faktor yaitu faktor produk, pelayanan, reputasi, dan prosedur yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam. Untuk nilai MMA pada faktor pertama yaitu faktor produk memiliki nilai MSA $> 0,5$ yaitu 0,559, untuk faktor promosi memiliki nilai MSA $> 0,5$ yaitu 0,649, untuk faktor pelayanan memiliki nilai MSA $> 0,5$ yaitu 0,673, faktor reputasi memiliki nilai MSA $> 0,5$ yaitu 0,520 dan faktor prosedur memiliki nilai MSA juga $> 0,05$ yaitu 0,583.⁴⁹

Letak perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Heni Juliana dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan metode penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi atau tempat penelitian berbeda. Variabel independen pada penelitian

⁴⁹ Heni Juliana, “Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu” (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021), 60-63.

terdahulu adalah faktor produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur. Sedangkan variabel pada penelitian sekarang adalah faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan.

5. Ahmad Nurul Hamdani dengan Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman KC Tulungagung”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman Kc Tuluangagung. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pertama faktor pelayanan dengan nilai *eigenvalue* sebesar 4,123, kedua faktor *marketing mix* dengan nilai *eigenvalue* sebesar 3,082, ketiga faktor fasilitas dengan nilai *eigenvalue* 1,948, keempat faktor motivasi dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,792, kelima faktor psikologis dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,523, keenam pengetahuan dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,158 dan ketujuh faktor kualitas produk dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,037.⁵⁰

Letak perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurul Hadayani dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif sedangkan penelitian sekarang metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Lokasi atau tempat penelitian juga berbeda. Adapun faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada penelitian terdahulu adalah faktor faktor pelayanan, *marketing mix*, fasilitas, motivasi, psikologis, pengetahuan, dan kualitas produk sedangkan pada penelitian sekarang yaitu faktor produk, promosi dan pelayanan.

⁵⁰ Ahmad Nurul Hamdani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Indonesia Sudirman KC Tulungagung” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021), 85-94.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah suatu pandangan atau sikap yang menunjukkan suatu masalah untuk diteliti yang juga mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang harus dijawab melalui penelitian.

