

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori Perilaku Terencana (*Theory Planned of Behavior*)

Teori perilaku terencana (*theory planned of behavior*) merupakan pengembangan dari teori beralasan (*theory of reasoned action*). Secara mendasar perilaku individu setiap manusia dipengaruhi oleh niat individu (*behavior intention*). Niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjektif norm*), dan persepsi control berperilaku (*perceived behavior control*). *Attitude* adalah perasaan yakin secara positif ataupun negatif seseorang terhadap suatu perilaku. Norma subjektif merupakan persepsi individu secara emosional yang menilai penting atau tidaknya perilaku harus dilakukan. *Perceived behavior control* adalah persepsi individu terhadap hambatan dalam melakukan suatu perilaku.¹

Hubungan teori perilaku terencana (*theory planned of behavior*) dengan penelitian ini ialah perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh niat atau minat seseorang. Teori ini dapat digunakan untuk memprediksi niat individu dalam mengambil produk pembiayaan di KSPSS “KUD” Bahagia. Minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan bergantung pada perilaku dan sejauh mana dia memilih untuk melakukan tindakan tersebut, dia akan mendapat dukungan dari orang lain yang bisa mempengaruhi niatnya. Misalnya dari persepsi kualitas jasa atau pelayanan yang didapatkan. Ketika jasa atau pelayanan yang didapatkan memuaskan, maka niat atau minat seseorang dalam mengambil produk pembiayaan juga meningkat.

2. Teori *Flow Concept*

Definisi teori *flow concept*, kata *flow* (arus) mempunyai arti luapan sedangkan *concept* (konsep) berarti konsep. Artinya rancangan, gagasan atau makna yang di abstraksikan dari suatu peristiwa tertentu. Konsep kas adalah kas berarti konsep. Dalam hal ini, tingkat arus kas atau *cash*

¹ Laela dan Muhammad Asdar, *Manajemen Pemasaran Digital (Kunci Sukses Masa Depan)*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management), 62

flow. Al-Ghazali mengklaim bahwa siapapun yang mengumpulkan uang adalah penjahat. Karena mengumpulkan uang berarti menyimpan uang agar tidak keluar dari peredaran sementara waktu. Dalam ekonomi Islam, esensi uang adalah uang yang mengalir dan berputar cepat tanpa hambatan. Semakin tinggi kecepatan uang, semakin baik. Baik masuk atau keluar. Ketika air mengalir disebut uang dan air tergenang itu disebut modal. Wadah air adalah barang probadi, dan air adalah *public goods*. Uang itu seperti air, jika air (uang mengalir), itu bersih dan baik untuk perekonomian, sebaliknya jika air menggenang (untuk mengumpulkan uang) air akan menjadi kotor.²

Penerapan teori *flow concept* dalam bagi hasil adalah bahwa uang tidak hanya sebagai alat untuk menimbun kekayaan. Sehingga ketika ada praktek riba atau bunga merupakan permintaan uang untuk spekulasi dan menimbun kekayaan kelompok. Untuk itu, uang harus bisa produktif atau mengalir yang mana bisa digunakan untuk pembiayaan perdagangan. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan memberikan pembiayaan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil yang bisa disepakati kedua belah pihak sehingga adanya kejelasan dan kepastian.³

3. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat Nasabah

Pengertian minat menurut Shaleh dan Muhibb dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan mendefinisikan minat sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.⁴

² Susila, dkk, "Konsep *Public Goods* dan *Flow Concept* dalam Uang Menurut Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomika* 6, no. 1 (2022): 373

³ Muchlis Yahya dan Edy Yusuf Agunggunanto, "Teori Bagi Hasil (Profit And Loss Sharing) dan Perbankan Syariah dalam Ekonomi Syariah, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1(2011): 67.

⁴ Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan, "Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat terhdap Minat Menabung Pada Nasabah BMT AL IKHWAN Kantor Cabang Condong Catur", 31.

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bisa permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan, minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.⁵

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses-proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan dan menghabiskan produk/jasa ataupun kegiatan mengevaluasi.⁶

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah berikut ini:

1) Faktor *Marketing Mix*

Marketing mix adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya dipasar sasaran. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran:

- a) Produk, yaitu sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan.
- b) Harga, yaitu sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya

⁵ Abdul Roni, "Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Muara Bungo", *Jurnal Nur El-Islam* 6, no.2 (2019): 21.

⁶ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran)*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2013), 8.

ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

- c) Distribusi, suatu produk atau jasa didistribusikan oleh principal secara terencana. Perusahaan berusaha agar produk atau jasa dapat tersebar melalui penggunaan sales force yang cukup banyak. Setelah produk atau jasa tersebar barulah perusahaan mendorong dengan promosi. Sistem distribusi ini dikenal dengan sistem push distribution.
 - d) Promosi, yaitu arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
- 2) Faktor Budaya
- a) Budaya, yaitu karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur yang lainnya.
 - b) Kelas sosial, adalah pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.
- 3) Faktor Sosial
- a) Kelompok acuan, semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
 - b) Keluarga, merupakan institusi sosial yang paling penting bagi beberapa konsumen, karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi dan perilaku pembelian
 - c) Peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Sedangkan status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.
- 4) Faktor Psikologis
- a) Motivasi, yaitu suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

- b) Persepsi, yaitu proses dimana kita memilih, mengatur dan menginterpretasi rangsangan tersebut kedalam gambaran yang member makna dan melekat.
- c) Pembelajaran, perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- d) Keyakinan dan sikap. Keyakinan merupakan suatu gambaran pikiran yang dianut seseorang tentang sesuatu hal. Sedangkan sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek.

c. Indikator Minat Nasabah

Indikator dari minat nasabah menurut Ferdinand dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Siti Chotifah adalah sebagai berikut:

- 1) Minat Transaksional
Yaitu suatu kecenderungan dari konsumen untuk membeli produk ataupun jasa.
- 2) Minat Referensial
Yaitu kecenderungan konsumen untuk mereferensikan atau menginformasikan produk atau jasa kepada orang lain.
- 3) Minat Prefensial
Yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki minat utama pada produk atau jasa tersebut.
- 4) Minat Eksploratif
Yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi-informasi lain mengenai produk atau jasa yang diminatinya, sehingga mengetahui sifat-sifat positif yang terdapat dalam produk atau jasa tersebut.⁷

⁷Yuliana Siti Chotifah, “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program *Office Channeling*”, *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no.1 (2018): 67.

4. Pengertian Kualitas pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁸ Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu motivasi kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Parasuraman mendefinisikan kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.⁹ Menurut Tjiptono apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima atau disarankan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan akan buruk. Dengan demikian, baik atau tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.¹⁰

b. Aspek Kualitas Pelayanan

Berikut ini adalah beberapa aspek kemampuan dari kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Aspek Sumber Daya Manusia. Kemampuan sumber daya manusia terdiri dari ketrampilan, pengetahuan dan sikap.
- 2) Aspek Sarana dan Prasarana. Apabila pengelolaan atau pemanfaatan sarana dan prasarana dilakukan secara cepat, tepat dan lengkap sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat pelanggan, maka hal tersebut

⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset; 2013), 99.

⁹ Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan, "Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT AL IKHWAN Kantor Cabang Condong Catur", *Jurnal Manajemen* 6, no.2 (2016): 32.

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 100.

akan menghasilkan kualitas pelayanan yang lebih baik.

- 3) Aspek Prosedur yang dilaksanakan. Kualitas pelayanan diharapkan oleh masyarakat pelanggan dapat diciptakan bila memperhatikan dan menerapkan ketepatan, kecepatan serta kemudahan prosedur, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya.
- 4) Aspek Jasa yang diberikan. Aspek jasa yang diberikan peningkatan kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat pelanggan dapat dilakukan dengan cara memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi, kecepatan, dan ketepatan pelayanan sehingga pelayanan yang lebih baik dapat diwujudkan.¹¹

c. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut Nasir ada beberapa karakteristik kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan
- 2) Aksebilitas dan kemudahan untuk mendapatkan jasa meliputi lokasi, keterjangkauan waktu pelayanan, keberadaan pegawai pada saat konsumen memerlukan jasa public.
- 3) Akurasi pendampingan/ pelayanan jasa yang diberikan
- 4) Sikap sopan santun karyawan yang memberikan pelayanan
- 5) Kecukupan informasi yang diseminasikan kepada pengguna potensial
- 6) Kondisi dan keamanan fasilitas yang digunakan oleh konsumen
- 7) Kepuasan konsumen terhadap karakteristik atau aspek-aspek tertentu dari jasa public yang diberikan
- 8) Kepuasan konsumen terhadap jasa public secara keseluruhan.¹²

¹¹ Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan (Tinjauan Aspek Kualitas dan Biaya Peralihan)*, (Sidoarjo: Zifatama publisher, 2014),72.

¹² Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan (Tinjauan Aspek Kualitas dan Biaya Peralihan)*, 73.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- 1) *Tangibles* (penampilan fisik seperti: gedung, ruangan front office, tempat parker, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan dan penampilan karyawan)
- 2) *Reliability* (kemampuan melaksanakan jasa sesuai yang dijanjikan secara tepat waktu)
- 3) *Responsiveness* (kemampuan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap)
- 4) *Assurance* (pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan)
- 5) *Empathy* (kemampuan karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen).¹³

5. Bagi Hasil

a. Pengertian Bagi Hasil

Istilah bagi hasil dalam kamus Inggris dikenal dengan *profit sharing* yaitu pembagian laba. Secara definitif dalam kamus ekonomi *profit sharing* diartikan sebagai distribusi beberapa bagian dari laba kepada para pegawai dari suatu perusahaan. Hal ini dapat berbentuk bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun sebelumnya atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.¹⁴

Istilah *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, dimana hal ini dapat diartikan sebagai

¹³ Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan, “Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat terhdap Minat Menabung Pada Nasabah BMT AL IKHWAN Kantor Cabang Condong Catur”, 32.

¹⁴ Sri Wahyuni, “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap MInat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari’ah”, *Jurnal At-Tawassuth* 2, no.2 (2017): 441

pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan. Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (investor) dan pengelola modal (entrepreneur) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonominya, dimana diantara keduanya akan terikat kontrak bahwa didalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi dua pihak sesuai dengan nisbah kesepakatan diawal perjanjian dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan porsi masing-masing.¹⁵

Jadi, dapat disimpulkan bahwa bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal ini terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang telah dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu presentase yang disetujui oleh kedua pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjakasikan.¹⁶

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Faktor-faktor yang dapat menjadi pengaruh bagi hasil adalah sebagai berikut:

1) *Investment rate*

Yaitu presentase dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah baik kedalam pembiayaan maupun penyaluran dana lainnya. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari Bank Indonesia bahwa sejumlah presentasi tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus ditempatkan dalam giro wajib minimum (GWM) merupakan dana yang wajib

¹⁵ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung di Bank Syariah"< *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no.2 (2016): 3.

¹⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta :Prenadamedia Group2011), 95-96.

dicadangkan oleh setiap bank untuk mendukung likuiditas bank.

Misalnya giro wajib minimum sebesar 8%, maka total dana yang dapat diinvestasikan oleh bank syariah maksimum sebesar 92%. Hal ini akan mempengaruhi terhadap bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor.¹⁷

2) Total Dana Investasi

Total dana investasi yang diterima oleh bank syariah akan mempengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi mudharabah dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimum bulanan atau saldo harian. Saldo minimal bulanan adalah saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulan. Saldo minimal yang akan digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil. Saldo harian adalah saldo rata-rata pengendapan yang dihitung secara harian kemudian minimal saldo harian yang digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil.

3) Jenis Dana

Investasi mudharabah dalam penghimpunan dana, dapat ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu: tabungan mudharabah, deposito mudharabah, dan sertifikat investasi mudharabah antar bank syariah (SIMA). Setiap jenis dana investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga akan berpengaruh terhadap bagi hasil.¹⁸

4) Nisbah

Nisbah merupakan presentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha (mudharabah dan musyarakah) yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor. Karakteristik nisbah akan berbeda-beda dilihat dari beberapa segi antara lain:

- a) Presentase nisbah antar bank syariah akan berbeda, hal ini tergantung pada kebijakan masing-masing bank syariah.

¹⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, 75

¹⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*, 76

- b) Presentase nisbah akan berbeda sesuai dengan jenis dana yang dihimpun. Misalnya, nisbah antara tabungan dan deposito akan berbeda
- c) Jangka waktu investasi mudahrabah akan berpengaruh pada besarnya persentase nisbah bagi hasil. Misalnya, nisbah untuk deposito berjangka dengan jangka waktu satu bulan akan berbeda dengan deposito berjangka dengan jangka waktu tiga bulan dan seterusnya.

5) Metode Perhitungan Bagi Hasil

Bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhtungan bagi hasil yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep revenue sharing dan bagi hasil dengan menggunakan profit/loss sharing. Bagi hasil yang menggunakan revenue sharing dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dengan profit/loss sharing dihitung berdasarkan presentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum pajak.

6) Kebijakan Akuntansi

Kebijakan akuntansi akan berpengaruh pada besarnya bagi hasil. Beberapa kebijakan akuntansi yang mempengaruhi bagi hasil antara lain penyusutan. Penyusutan akan berpengaruh pada laba usaha bank. Bila bagi hasil menggunakan metode profit/loss sharing, maka penyusutan akan berpengaruh pada bagi hasil, akan tetapi bila menggunakan revenue sharing maka penyusutan tidak mempengaruhi bagi hasil.¹⁹

c. Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

Ada perbedaan mendasar antara bunga dan nisbah bagi hasil dalam perbankan syariah, yaitu:

Tabel 2.1
Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

No	Bagi Hasil	Bunga
1	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung

¹⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, 76

	untung rugi	
2	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan
3	Pembagian bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan digantung bersama oleh kedua belah pihak	Pembayaran bunga tetap seperti yangdijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi
4	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan	Jumlah pembayaran bunga tidak mengingatkan sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “booming”
5	Tidak ada ynag meragukan keabsahan bagi hasil	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk islam. ²⁰

d. Metode Perhitungan Bagi Hasil

1) Bagi Hasil dengan menggunakan *Renevenue Sharing*

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

Contoh berikut untuk mempermudah penjelasan:

²⁰ Yulika Khasanah dan Arie Indra Gunawan, “Pengaruh Sistem Bagi Hasil terhdap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kota Cirebon”, *Jurnal Volume 2*, no. 1 (2014): 39.

Nisbah yang telah ditetapkan adalah 10% untuk bank dan 90% untuk nasabah. Dalam hal bank sebagai mudharib dan nasabah sebagai shahibul maal, bila bank syariah memperoleh pendapatan Rp. 10.000.000., = Rp. 1.000.000., dan bagi hasil yang diterima oleh nasabah sebesar Rp. 9.000.000.,

Pada umumnya bagi hasil terhadap investasi dana dari masyarakat menggunakan revenue sharing.

2) Bagi Hasil dengan menggunakan Profit/Loss Sharing

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

Dalam contoh tersebut, misal total biaya Rp. 9.000.000., maka:

- a) Bagi hasil yang diterima oleh nasabah adalah Rp. 900.000., ($90\% \times (\text{Rp. } 10.000.000., - \text{Rp. } 9.000.000.,)$)
- b) Bagi hasil untuk bank syariah sebesar Rp 100.000., $- (10\% \times (\text{Rp. } 10.000.000., - \text{Rp. } 9.000.000.,))$ ²¹

e. Perhitungan Bagi Hasil Dana Pihak Ketiga

Beberapa tahap yang diperlukan untuk menghitung bagi hasil antara lain:

- a) Metode perhitungan yang digunakan adalah revenue sharing yaitu dasar perhitungan yang berasal dari pendapatan sebelum dikurangi dengan bebab/biaya
- b) Memilih anantara dana yang berasal dari investasi mudharabah dengan dana selain investasi mudhaarabah
- c) Menjumlahkan semua dana yang berasal dari investasi mudharabah baik tabungan mudaharabah muthlaqoh dan deposito mudaharabah muthlaqoh
- d) Menghitung rata-rata pembiayaan pada bulan laporan. Rata-rata pembiayaan berasal dari semua pembiayaan dengan berbagai jenis aka, baik akad kerja sama usaha, akad jual beli dan akad sewa.

²¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta :Prenadamedia Group2011), 77-78

- e) Menjumlahkan pendaapatan pada bulan laporan yang terdiri dari pendapatan bagi hasil, margin keuntungan dan pendapatan sewa
- f) Mengurangkan total investasi mudhaarabah sebesar persentase tertentu sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia, yaitu persentase tertentu dari dana nasabah investor yang tidak dapat diinvestasikan oleh bank karena digunakan sebagai cadangan wajib minimum
- g) Menentukan pendapatan yang akan dibagi hasil antara nasabah investor dan bank syariah, disebut dengan *income distribution*.
- h) Bagi hasil untuk masing-masing investasi mudharabah dihitung dengan mengalikan *income distribution* dengan nisbah masing-masing dana investasi, kemudian dikalikan dengan perbandingan antara investasi mudharabah tertentu dengan total dana investasi mudharabah.²²

f. Indikator Bagi Hasil

Indikator untuk bagi hasil adalah sebagai berikut:

- a. Kerjasama
Yaitu hubungan antara kedua belah pihak dan hubungan timbale balik yang di dapat untuk kedua belah pihak.
- b. Perjanjian
Yaitu kesepakatan yang jelas yang telah di sepakati antara kedua belah pihak
- c. Profit *Sharing* (Nisbah)
Yaitu prosentase pembagian nisbah antara kedua belah pihak
- d. Tepat Waktu (*On time*)
Yaitu penyediaan dana yang tepat waktu serta pelayanan jasa yang maksimal yang ditawarkan oleh pihak pengelola dana.
- e. Pengelola Dana (*Mudharib*)
Yaitu suatu kepercayaan dari nasabah kepada pihak pengelola dana terhadap keputusan nasabah.²³

²² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta :Prenadamedia Group2011), 78-79

²³Yulika Khasanah dan Arie Indra Gunawan, “Pengaruh Sistem Bagi Hasil terhdap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kota Cirebon”, 41.

6. KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah)

a. Pengertian KSPPS

UU Nomor 25 tahun 1992 berbunyi, Koperasi yaitu salah satu lembaga yang memiliki anggota yang setiap anggotanya memiliki tugas serta pertanggung jawaban setiap orang yang memiliki asas kekeluargaan sebagai prinsip koperasi yang berdasarkan ekonomi rakyat.²⁴

Salah satu tugas pokok KSPPS adalah pembiayaan atau kredit, yaitu fasilitas yang memberikan penyediaan dana dalam memenuhi kebutuhan pihak yang termasuk devisi unit. Selain itu ada juga jenis pembiayaan yang ditujukan sebagai bentuk kerja sama agar memperoleh barang atau jasa berdasarkan prinsip bagi hasil. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil sendiri diantaranya Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Al-Muzara'ah, Al-Musaqoh

KSPPS merupakan LKS non bank yang melakukan kegiatan operasionalnya dalam skala mikro dan bertujuan menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya. Tujuan dari KSPPS yakni pemberian manfaat dalam perekonomian dengan menciptakan sumber pembiayaan dan menyediakan modal untuk sekor UMKM sebagai pelaku usaha produktif.

Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi tercantum dalam peraturan Menteri Koperasi dan Unit Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 16/per/M.KUKM/IX/2015, pada tahun 2015 dikenal sebagai Sistem Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).²⁵

b. Prinsip-prinsip Utama KSPPS

Prinsip-prinsip dasar KSPPS adalah sebagai berikut:

- 1) Keanggotaan mempunyai sifat sukarela dan tidak tertutup.

²⁴ Wahid Wachyu Adi Winarto dan Fatimatul Falah, "Analisis Sistem Pengelolaan Keuangan Pembiayaan Syariah dengan Akad Murabahah", *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no. 2 (2020): 152.

²⁵ Wahid Wachyu Adi Winarto dan Fatimatul Falah, "Analisis Sistem Pengelolaan Keuangan Pembiayaan Syariah dengan Akad Murabahah", 153.

- 2) Ketetapan yang diputuskan secara musyawarah dan dalam pelaksanaannya dilakukan secara tekun atau terus menerus dijalankan serta konsekuen (*isstiqamah*).
- 3) Dalam pengorganisasian atau pengendalian dilakukan secara terbuka dan kompeten (terlatih).
- 4) Proses pengalokasian SHU (sisa hasil usaha) dilaksanakan secara merata selaras besar pelayanan serta usaha dari masing-masing anggota.
- 5) Pemberian imbalan modal dalam kegiatannya dilaksanakan secara terbatas dan kompeten berdasar sistem bagi hasil yang ditentukan.
- 6) Lurus hati (jujur), dapat dipercaya, serta mandiri.
- 7) Mampu menumbuh kembangkan sumber daya manusia (SDM) yang handal, sumber daya ekonomi mumpuni, dan mampu memberikan informasi secara maksimal.
- 8) Membangun hubungan yang baik, menguatkan kerja sama bagi para anggota, antar koperasi, dan berbagai lembaga lain.²⁶

c. Produk-produk KSPPS

Berdasarkan Permenkop Nomor 16 Tahun 2016, yang dimaksud Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan kegiatan usaha yang dalam aktivitasnya terdiri dari simpanan maupun pinjaman, serta pembiayaan berdasar prinsip syariah. Produk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, yaitu:

- 1) Simpanan (*Funding*)
Simpanan ialah suatu dana dari anggota, koperasi lain, maupun anggotanya yang diamanahkan kepada koperasi meliputi simpanan dan tabungan.
- 2) Pembiayaan (*Financing*)
Pembiayaan ialah pencadangan dana atau suatu permintaan yang dipersamakan dengan itu dalam bentuk persejutuan dua belah pihak dalam kaitannya bagi hasil, sewa-menyewa, jual beli pinjam meminjam, dan sewa menyewa.²⁷

²⁶ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Kencana, 2017), 261.

²⁷ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 146-147.

7. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah salam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti terbayar. Penerima pembiayaan mendapatkan kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya dengan jangka waktu yang telah dijanjikan dalam akad pembiayaan.

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam perbankan syariah, return atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, akan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan oleh bank syariah. Dalam Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, kredit adalah *penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.*

Istilah kredit dalam perbankan syariah tidak dikenal, karena bank syariah memiliki skema yang berbeda dengan bank konvensional dalam menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan. Bank syariah menyalurkan dananya kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan. Sifat pembiayaan, bukan merupakan utang piutang, akan tetapi merupakan investasi yang diberikan bank kepada nasabah dalam melakukan usaha.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah *penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.* Didalam perbankan

syariah pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan prinsip syariah. aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum Islam.²⁸

b. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Secara rinci pembiayaan memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa
- 2) Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund*
- 3) Pembiayaan sebagai lata pengendali harga
- 4) Pembiayaan dapat mengkatifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.²⁹

c. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan dalam penelitian yang dilakukan oleh adalah berikut ini:

- 1) Secara makro, yaitu bisa meningkatkan ekonomi, tersedianya dana bagi peningkatan usaha, meningkatkan produktivitas, membuka lapangan kerja baru dan terjadi distribusi pendapatan.
- 2) Secara mikro, yaitu upaya memaksimalkan laba, upaya meminimalkan resiko, pendaysahgunaan sumber ekonomi, penyaluran kelebihan dana.³⁰

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pada teori dan riset sebelumnya, pada penelitian ini mencoba secara spesifik menguji pengaruh pelayanan dan bagi hasil terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan KSPPS “KUD Bahagia” Gembong, Pati. Sebagai bahan perbandingan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan beberapa penelitian yaitu:

²⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta :Prenadamedia Group2011), 83-84.

²⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta :Prenadamedia Group2011), 86

³⁰ Russely Inti Dwi Permata, dkk, “Analisis Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah terhadap Tingkat Profitabilitas (Return ob Equity)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 12, no.1 (2014): 3.

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	
1.	Nama Peneliti	Sri Wahyuni
	Judul dan Jurnal Penerbit	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah diterbitkan oleh <i>Jurnal At-Tawassuth</i> ³¹
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menyebutkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada variabel yang diteliti yaitu 2 variabel indenpenden (X) dan satu variabel dependen (Y), metode penelitian kuantitatif, sama-sama memiliki variabel indenpenden (pelayanan dan bagi hasil) dan variabel dependen (minat)
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada studi kasusnya. Pada penelitian selanjutnya memilih studi kasus pada BMT sedangkan dalam penelitian ini memilih lembaga keuangan Bank Syariah
2.	Nama Peneliti	Fatimah, dkk
	Judul dan Jurnal Penerbit	Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug diterbitkan oleh <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis</i> ³²
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa kualitas

³¹ Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah", *Jurnal At-Tawassuth* 2, no.2 (2017): 452.

³² Fatimah,dkk, "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no.1 (2016)

		pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitiannya kuantitatif, sama-sama memiliki variabel independen (pelayanan dan bagi hasil)
	Perbedaan Perbedaan	Posisi penelitian ini untuk mengembangkan penelitian sebelumnya dengan mengganti variabel y yaitu minat nasabah
3.	Nama Peneliti	Wirdayani Wahab
	Judul dan Jurnal Penerbit	Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah diterbitkan oleh <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam</i> . ³³
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian tersebut menyatakan bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, sama-sama memiliki variabel independen (bagi hasil) dan variabel dependen (minat)
	Perbedaan Penelitian	Posisi dalam penelitian ini untuk mengembangkan pada penelitian sebelumnya dan menambahkan variabel x yaitu kualitas pelayanan
4.	Nama Peneliti	Gicella Fanny Andriani dan Halmawati
	Judul dan Jurnal Penerbit	Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan, dan Budaya Terhadap Minat Nasabah Bank

³³Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1 no.2 (2016).

		Syariah diterbitkan oleh <i>Jurnal Eksplorasi Akuntansi</i> ³⁴
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian tersebut menyatakan bagi hasil tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, sama-sama memiliki variabel independen (bagi hasil) dan variabel dependen (minat nasabah)
	Perbedaan Penelitian	Posisi dalam penelitian ini untuk mengembangkan pada penelitian sebelumnya dan menambahkan variabel x yaitu kualitas pelayanan
5.	Nama Peneliti	Bagja Sumantri
	Judul dan Jurnal Penerbit	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah diterbitkan oleh <i>Jurnal Economia</i> ³⁵
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, sama-sama memiliki variabel independen (pelayanan) dan variabel dependen (minat nasabah)
	Perbedaan Penelitian	Posisi dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel penelitian x yaitu bagi hasil

³⁴Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah”, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1, no.3 (2019).

³⁵ Bangja Sumantri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah”, *Jurnal Economia* 10, no.2 (2014).

Beberapa penelitian terdahulu untuk menunjukkan minat nasabah di suatu BMT sudah menunjukkan hasil yang baik, hanya saja faktor yang menjadi pengaruh minat nasabah untuk produk pembiayaan bisa dikatakan belum sepenuhnya optimal. Hal itu bisa dilihat dari hasil perbedaan penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni³⁶ yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syari'ah. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Fatimah dkk³⁷ menunjukkan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Persamaan dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama meneliti variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat. Sedangkan yang menjadi pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah pada lokasi penelitiannya pada penelitian tersebut studi kasusnya berada pada perbankan syariah sedangkan untuk penelitian selanjutnya berada pada KSPPS serta mengembangkan penelitian sebelumnya dengan mengganti variabel y yang pada mulanya loyalitas nasabah menjadi minat nasabah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab³⁸ yang menyatakan bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di Bank Syari'ah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gicella Fanny Andriani dan Halmawati³⁹ yang menyatakan bahwa bagi hasil tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah bank syariah. Persamaan dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama meneliti variabel bagi hasil terhadap minat nasabah. Sedangkan yang menjadi pembeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah tidak adanya variabel pelayanan, sehingga untuk penelitian selanjutnya penulis mengembangkan dengan menambahkan variabel pelayanan untuk variabel independenya.

³⁶ Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah".

³⁷ Fatimah, dkk, "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug".

³⁸ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah".

³⁹ Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah".

Penelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri⁴⁰ menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah. Persamaan dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama meneliti dalam variabel independenya yaitu variabel kualitas pelayanan. Perbedaan dengan penelitian selanjutnya yaitu dalam penelitian selanjutnya penulis menambahkan variabel X dengan variabel bagi hasil.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda dan cenderung tidak konsisten, sehingga dalam penelitian ini peneliti kembali mengkaji dan meneliti fakto-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah produk pembiayaan di KSPPS dengan menggunakan variabel Pelayanan dan Bagi Hasil dengan objek penelitiannya adalah nasabah produk pembiayaan di KSPPS “KUD Bahagia” Gembong, Pati. Pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan KSPSS ini salah satu KSPPS yang mengalami perkembangan yang cukup pesat yang awalnya hanya unit usaha simpan pinjam menjadi KSPPS yang berbasis syariah yang memiliki kepercayaan anggotanya sangat tinggi dengan dibuktikan memiliki keanggota 3.600 orang. Selain itu, pada koperasi ini memiliki pembiayaan yang berbasis syariah yang tidak kalah diminati oleh anggotanya. Banyaknya anggota yang ada pada koperasi tersebut yang artinya koperasi tersebut memiliki kepercayaan yang besar dikalangan masyarakat. Dengan hal itu peneliti ingin mengetahui apakah yang menjadi faktor minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan apakah dari segi kualitas pelayanan dan bagi hasil benar-benar memiliki pengaruh dalam menarik minat nasabah.

C. Kerangka Berpikir

Dalam teori perilaku terencana (*theory planned of behavior*) disebutkan adanya perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh niat atau minat seseorang. Teori ini dapat di gunakan untuk memprediksi niat individu dalam mengambil produk pembiayaan di KSPSS “KUD” Bahagia. Minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan bergantung pada perilaku dan sejauh mana dia memilih untuk melakukan tindakan

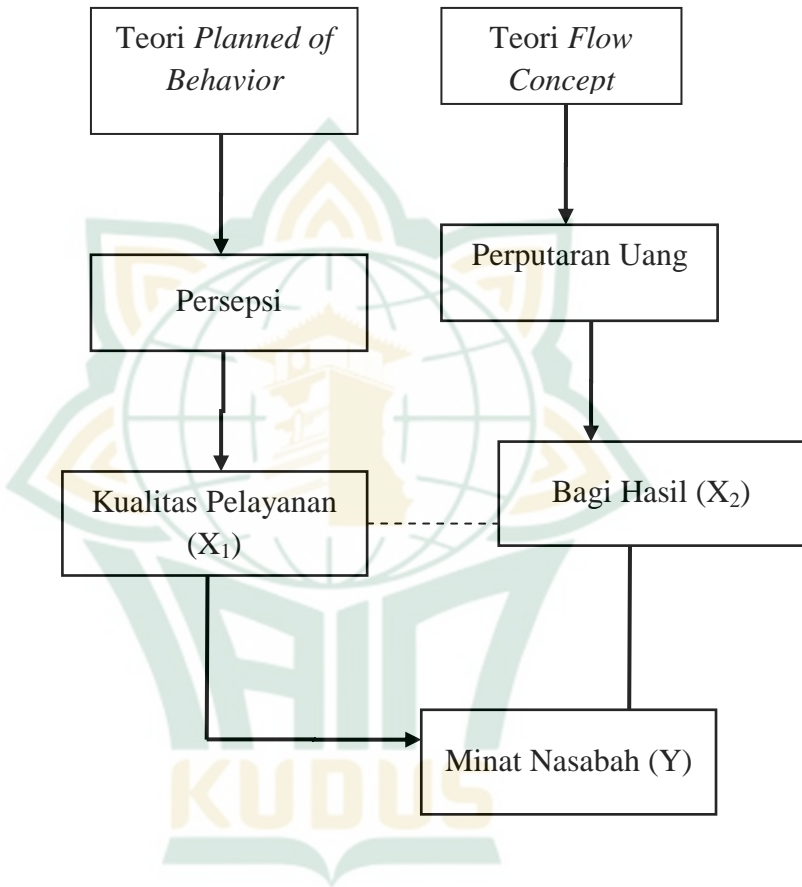
⁴⁰ Bagja Sumantri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah”.

tersebut, dia akan mendapat dukungan dari orang lain yang bisa mempengaruhi niatnya. Misalnya dari persepsi kualitas jasa atau pelayanan yang didapatkan. Ketika jasa atau pelayanan yang didapatkan memuaskan, maka akan mempengaruhi niat atau minat seseorang dalam mengambil produk pembiayaan tersebut.

Dalam teori *flow concept* dijelaskan bahwa uang tidak hanya sebagai alat untuk menimbun kekayaan. Sehingga uang perlu dilakukan perputaran atau di alirkan supaya uang tersebut menjadi sehat dan produktif. Untuk itu, salah satunya uang bisa produktif atau mengalir yang mana bisa di gunakan untuk pembiayaan perdagangan. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan memberikan pembiayaan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil yang bisa di sepakati kedua belah pihak sehingga adanya kejelasan dan kepastian.

Berdasarkan penjabaran teori dan tinjauan pustaka terhadap masing-masing variabel yang dibahas dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat nasabah produk pembiayaan di KSPPS “KUD Bahagia Gembong”, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Sri Wahyuni⁴¹ dikembangkan peneliti

Keterangan:
 —————> = Komponen pembentuk
 - - - - -> = Komponen yang mempengaruhi

Berdasarkan teori *planned of behavior* yaitu adanya perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh niat atau minat seseorang. Minat seseorang dipersepsikan dari jasa atau

⁴¹ Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah".

pelayanan yang diberikan, ketika persepsi kualitas pelayanan yang diharapkan baik maka akan mempengaruhi niat atau minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan. Selain teori perilaku terencana, teori *flow concept* dimana terjadinya perputaran uang agar uang tersebut bisa dikatakan sehat. Melalui perputaran uang salah satu yang dapat digunakan adalah dengan melakukan bagi hasil. Karena didalam bagi hasil tersebut terdapat akad yang pasti dan jelas, maka bisa saja dapat mempengaruhi minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis penelitian ini merupakan pernyataan tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Hipotesis ini juga diartikan sebagai dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.⁴²

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada produk pembiayaan KSPPS “KUD Bahagia”, Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.⁴³ Menurut Tjiptono dalam bukunya Etta Mamang Sangadji dan Sopiha yang berjudul “Perilaku Konsumen” apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa di persepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima atau disarankan lebih rendah dari yang di harapkan, maka kualitas jasa yang di persepsikan akan buruk. Dengan demikian, baik atau

⁴² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 68.

⁴³ Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan, “Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat terhdap Minat Menabung Pada Nasabah BMT AL IKHWAN Kantor Cabang Condong Catur”, *Jurnal Manajemen* 6, no.2 (2016): 32.

tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.⁴⁴

Hal itu, di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bagja Sumantri yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah”⁴⁵, menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar 0,185 dan *critical ratio* sebesar 2,194 dengan probabilitas 0,028 (<0,05). Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Citra Ermawati dan Asah Wiari Sidiq “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (PERSERO) Tbk KCP Kendal Boja”⁴⁶ yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, jika nasabah merasa bahwa pelayanan yang diterimanya dari karyawan bank baik, maka nasabah akan mau untuk beminat menabung di bank.

Berdasarkan beberapa penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap minat nasabah, peneliti belum menemukan pengaruh negatif dari kualitas pelayanan terhadap minat nasabah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan KSPPS “KUD Bahagia”, Gembong, Pati.

2. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan KSPPS “KUD Bahagia” Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati.

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal ini

⁴⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset;2013), 100.

⁴⁵ Bagja Sumantri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah”, *Jurnal Economia* 10, no.2 (2014), 145.

⁴⁶ 207

terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang telah dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu presentase yang disetujui oleh kedua pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.⁴⁷ Sedangkan minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan konsumen. Abdul Roni dalam penelitiannya mengatakan bahwa hal yang harus menjadi pertimbangan oleh bank syariah mandiri salah satunya adalah tidak mengabaikan kebijakan mengenai tingkat bagi hasil yang di tawarkan kepada nasabah.⁴⁸

Hal itu, di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachmat Sugeng dan Nur Fadillah “Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah pada Tabungan Mudharabah Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Makasar”⁴⁹ yang menyatakan bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah. Bagi hasil mempunyai t hitung $> t$ tabel sebesar $5,836 > 1,98498$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” menyakatan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.⁵⁰ Hasil temuan ini terjadi karena tingkat bagi hasil adalah hal yang begitu dominan dalam mendorong seseorang nasabah dalam membuka rekening tabungan di bank syariah.

⁴⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, 95-96.

⁴⁸ Abdul Roni, “Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Muara Bungo”, *Nur-El-Islam* 6, no.2 (2019):32.

⁴⁹ Rachmat Sugeng dan Nur Fadilah “Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah pada Tabungan Mudharabah Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Makasar”, *Indonesian Journal of Business Analytics ((IJBA)* 1, no.2 (2021):138.

⁵⁰ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 1, no. 2 (2016): 182.

Berdasarkan beberapa penelitian tentang bagi hasil terhadap minat nasabah, peneliti belum menemukan pengaruh negatif dari bagi hasil terhadap minat nasabah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut

H₂: Terdapat pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan KSPPS “KUD Bahagia”, Gembong, Pati.

