

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pengertian BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)

BMT merupakan kependekan dari *baitul mal wa tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul mal wa baitul tamwil*. secara *harfiah/lughowi baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *baitul maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa Nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus *mentasyarufkan* dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. peran sosial BMT akan terlihat pada definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi *baitul tamwil*.⁹

Secara garis besar BMT memiliki 2 fungsi utama :

1. *Bait al Maal*: lembaga yang mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti halnya *zakat, infaq, dan sadaqoh*.

⁹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Pres, 2004, hlm.126.

2. *Bait at Tamwil*: lembaga yang mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.

Dari definisi Sudarsono diatas dapat disimpulkan bahwa BMT mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi *non profit* departemen sebagai landasan histories bahwa *Baitul Maal* pada masa Islam klasik adalah berfungsi sebagai dana umat dan penyeimbang perekonomian, sedangkan fungsi kedua yaitu fungsi *profit department* karena sebagai panjang tangan dari bank syari'ah yang di atas sudah dijelaskan bahwa kemampuan perbankan sangat terbatas untuk menjangkau sektor usaha mikro dan kecil sehingga dibutuhkan lembaga keuangan yang komersial seperti bank, sehingga dapat menjangkau sektor tersebut dan alternatif pemikir ekonomi Islam untuk lembaga itu adalah BMT tersebut.

2.1.2 Pengertian Pelayanan Karyawan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang

dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.¹⁰

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank (dan lembaga keuangan lainnya seperti asuransi, leasing, pegadaian, dan lain-lain) ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai, pengajuan kredit atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekadarnya atau secara rinci. Dalam praktiknya, pelanggan/nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi empat macam yaitu sebagai berikut:¹¹

1. Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (*customer service*, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.
2. Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005, hlm. 15.

¹¹ *Ibid*, hlm,16.

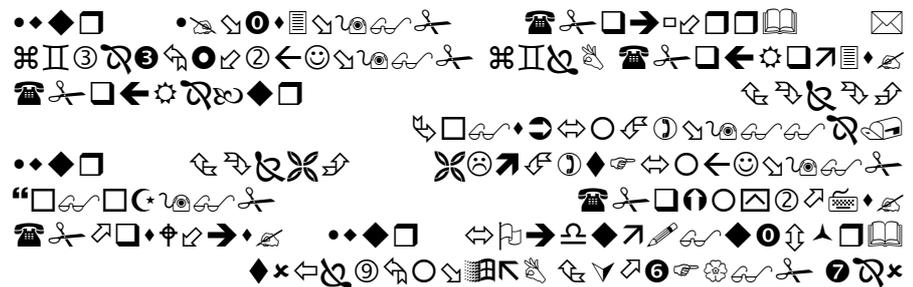
baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar. walaupun memerlukan bantuan hanya sekedar bertanya singkat seperti tempat barang dijual.

3. Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara.
4. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat. artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

2.1.3 Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:¹²

1. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al – Qur`an Surat Asy-Syu`ara: 181-183.



Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang- orang yang merugikan;(181). Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.(182). Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu

¹² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm.153.

*merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan(183).
(Q.S. Asy-syu'ara: 181-183).*

2. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
3. Tidak Menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
4. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
5. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.¹³
6. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

2.1.4 Etika Pelayanan Islami

Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar marketing dan *International Business* di St. Cloud State

¹³ Johan Arifin, *ibid*, hlm. 161.

University dan guru besar Business Administration di Mankata State University, merumuskan etika pelayanan Islami sebagai berikut:¹⁴

1. Etika untuk selalu menyampaikan yang benar.
2. Etika untuk selalu dapat dipercaya.
3. Etika untuk selalu mengerjakan sesuatu dengan ikhlas.
4. Etika persaudaraan.
5. Penguasaan ilmu pengetahuan dan
6. Etika keadilan

Jadi siapa pun dia, bila melaksanakan etika bisnis niscaya akan meraih sukses dalam bisnis. Sebaliknya, walaupun ia seorang muslim dan berbisnis berlabel Islam, tapi meninggalkan etika bisnis, niscaya ia sulit mengembangkan bisnisnya.

2.1.5 Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹⁵ Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil.¹⁶

¹⁴ Adiwarmanto Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Irwan Kelana, Cet.1, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hlm.166.

¹⁵ Anton M. Moeliono dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999, hlm. 225.

¹⁶ Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, Semarang: IKIP, 1994, hlm. 4.

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.¹⁷ Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁸

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.¹⁹

Ada beberapa tahapan minat antara lain:

- Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah
- Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah
- Keputusan menjadi nasabah

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat

¹⁷ WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982, hlm. 650.

¹⁸ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997, hlm. 62.

¹⁹ Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, hlm. 120.

timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung dengan akad syari'ah.

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu dan seks.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.²⁰

2. Penentuan minat

Karena pentingnya peran minat dalam kehidupan manusia, maka minat perlu sekali ditemukan dan dipupuk. Ada beberapa metode untuk menentukan minat seseorang antara lain:

- a. Pengamatan kegiatan
- b. Pertanyaan
- c. Membaca
- d. Keinginan
- e. Laporan mengenai apa saja yang diminati.²¹

²⁰ Abdul Rahman Saleh, *op. cit.*, hlm. 264.

Sebagaimana terkandung dalam Al-qur'an, berkaitan dengan minat terdapat pada surat pertama yang perintahnya adalah agar kita membaca. Bukan sekedar membaca buku atau secara tekstual, tetapi dalam semua aspek. Termasuk tuntunan membaca cakrawala dunia yang merupakan kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri sehingga kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam kehidupan ini.

Firman Allah SWT.:

اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ . الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ . عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ.

*Artinya: "Bacalah! Bacalah, dan Tuhanmu Yang Maha Pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya" (Q.S. Al-Alaq: 3-5).*²²

Jadi minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT kepada kita semua. Namun demikian bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat tersebut dapat berkembang dengan sendirinya. Tetapi kita harus ada upaya mengembangkan anugerah Allah itu secara maksimal sehingga karunianya dapat berguna dengan baik pada diri dan lingkungan kita berada.²³

²¹ Andi Mappiare, *op.cit*, hlm. 65

²² Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta: DEPAG, 1989, hlm. 939.

²³ Abdul Rahman Saleh, *op. cit*, hlm. 272

2.1.6 Akad Syari'ah

1. Pengertian

Akad (*al-'aqd*, jamaknya *al-'uqud*) secara bahasa berarti *al-rabth* yaitu “ikatan, mengikat” jadi *al-rabth*, ialah menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikatkan salah satu pada yang lainnya hingga keduanya bersambung dan menjadi seperti seutas tali yang satu.²⁴

Pengertian *lafdiyah* ini sebagaimana terdapat pada surat al-Maidah ayat 1:



Artinya: Hai orang-orang beriman penuhilah *aqad* (perjanjian atau perikatan diantara kamu).

Dari terminologi hukum Islam akad adalah pertalian antara *ijab* dan *qabul* yang dibenarkan oleh syara' yang menimbulkan akibat hukum terhadap obyeknya. Yang dimaksud dengan *ijab* dalam definisi akad adalah ungkapan atau pernyataan kehendak melakukan perikatan (akad) oleh suatu pihak, biasanya disebut sebagai pihak pertama. Sedangkan *qabul* adalah pernyataan atau ungkapan yang menggambarkan kehendak pihak lain, biasanya dinamakan pihak kedua, menerima atau menyetujui pernyataan *ijab*. Maksud term yang dibenarkan oleh syara' (*'ala wajhin masyru'in*) adalah bahwasanya setiap akad tidak boleh bertentangan dengan ketentuan syari'at Islam.

²⁴ Mas'adi Gufon A, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Ed.1., Cet., Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002, hlm.75.

Term ini batasan normatif yang sangat prinsip dengan fikih muamalah. Misalnya mengkonsumsi narkoba menurut ajaran hukum Islam haram, maka segala hal yang terkait dengan produksi dan distribusi narkoba (termasuk akad-akad yang terkait dengannya) juga bertentangan dengan ajaran Islam, karena itu hukumnya haram juga.

Akad seperti yang disampaikan dalam definisi diatas merupakan salah satu perbuatan atau tindakan hukum. Maksudnya akad (perikatan) tersebut menimbulkan konsekuensi hak dan kewajiban yang mengikat pihak-pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan akad. Tindakan hukum (*tasharruf*) dibedakan menjadi dua, yaitu *tasharruf* yang berupa perbuatan dan *tasharuf* yang berupa perkataan.

2. Rukun dan Syarat Akad

Terdapat perbedaan pandangan dikalangan *fuqaha'* berkenaan dengan rukun akad. Menurut *fuqaha' jumhur* rukun akad terdiri atas:

- a. *Al-'aqidain*, para pihak yang terlibat langsung dengan akad.

Mahallul 'aqd, yaitu obyek akad, yaitu sesuatu yang hendak diakadkan.

- b. *Sighat al-'aqad*, yaitu pernyataan kalimat akad, yang lazimnya dilaksanakan melalui pernyataan *ijab* dan pernyataan *qabul*.

Menurut *fuqaha' hanafiyah*, rukun akad hanya satu, yaitu *sighat al-'aqd*. Menurut mereka *al-'aqidain* dan *mahallul 'aqd* bukan

sebagai rukun akad, melainkan lebih tepat sebagai syarat akad. Untuk memahami perbedaan pendapat ini penulis akan menyampaikan uraian singkat tentang pengertian rukun dan syarat.

Rukun menurut pengertian istilah *fuqaha'* dan ahli ushul adalah sesuatu yang menjadikan tegaknya dan adanya sesuatu sedangkan ia bersifat internal (*dakhily*) dari sesuatu yang ditegakkannya. Berdasarkan pengertian diatas rukun adalah kesepakatan dua kehendak, *ijab* dan *qabul*.

Adapun syarat menurut pengertian istilah *fuqaha'* dan ahlu ushul adalah segala sesuatu yang dikaitkan pada tiadanya sesuatu yang lain, tidak pada adanya sesuatu yang lain, sedang ia bersifat eksternal (*kharijy*).

Demikianlah bahwa beberapa rukun akad yang berkembang dikalangan *fuqaha'* jumbuh sebagaimana disampaikan diatas menunjukkan pengertian rukun dari aspek keniscayaannya dalam pelaksanaan akad, bukan dari sifatnya yang internal. Musthafa Ahmad Al-Zarqa' menawarkan istilah lain atas sejumlah hal yang dipandang sebagai rukun oleh *fuqaha'* jumbuh. Al-Zarqa' menyebutnya dengan istilah *muqawwimat aqad* (unsur penegak akad) yang terdiri:

1. *Al-aqidain*
2. *Mahallul 'aqd* (obyek akad)
3. *Maudhu'ul 'aqd* (tujuan akad)
4. *Shigat aqd* (ijab dan *qabul*)

Terhadap tiga unsur yang pertama (1,2, dan 3) *Muqawwimat al-‘aqd* berlaku syarat-syarat umum yang harus terpenuhi dalam setiap akad, sebagai berikut:

1. Pihak-pihak yang melakukan akad (*al-aqidain*) harus memenuhi persyaratan kecakapan bertindak hukum (*mukallaf*)

Obyek akad (*mahallul ‘aqd*) dapat menerima hukum akad, artinya pada setiap akad berlaku ketentuan-ketentuan khusus yang berkenaan dengan obyeknya, apakah dapat dikenai hukum akad atau tidak.

2. Tujuan (*maudhu’ul ‘aqd*) diizinkan oleh syarat atau tidak bertentangan dengannya.

3. Akadnya sendiri harus mengandung manfaat.

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

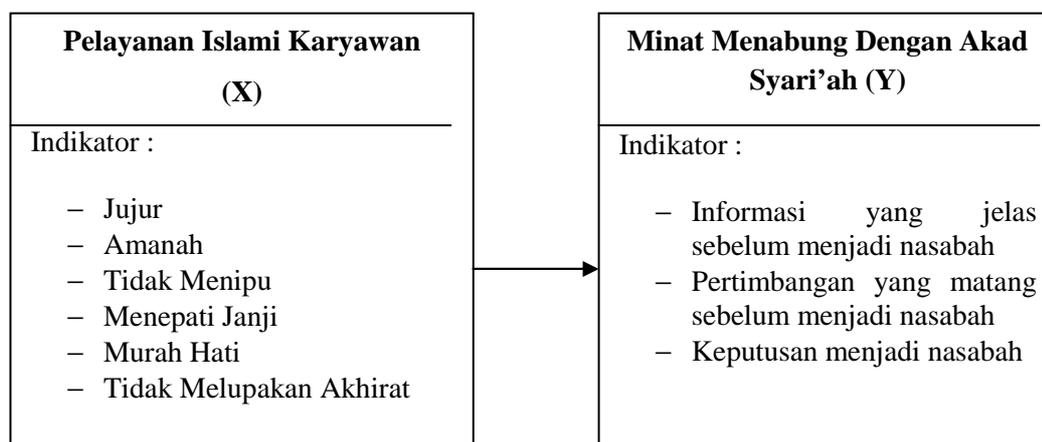
Penelitian yang dilakukan oleh Rifa’atul Machmudah dengan judul “*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syari’ah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*”. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

lokasi, variabel pelayanan, variabel *religius stimuli*, variabel reputasi, variabel *profit sharing*, dan variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang.²⁵

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Nur Cahyati dengan judul “*Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada Bank BRI Semarang*”. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

2.1.8 Kerangka Pemikiran Teoritik

Gambar 2.2



²⁵ Rifa'atul Machmudah, “*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syari'ah (studi kasus pada bank CIMB Niaga Syari'ah Cabang Semarang)*” Semarang : Skripsi IAIN Walisongo, Ekonomi Islam, 2009

2.2 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu konklusi yang sifatnya masih sementara atau pernyataan berdasarkan pada pengetahuan tertentu yang masih lemah dan harus dibuktikan kebenarannya. Dengan demikian hipotesa merupakan dugaan sementara yang nantinya akan diuji dan dibuktikan kebenarannya melalui analisa data.²⁶

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

Pelayanan Islami karyawan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung dengan akad syari'ah.

²⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992, hlm. 65.