

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG FAKTOR-FAKTOR, PENGARUH DAN NASABAH SIMPANAN MUDHARABAH

A. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor adalah suatu unsur yang merupakan hal yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya suatu hasil atau keadaan. Pengertian Faktor agak lebih luas daripada unsur, karena suatu kumpulan faktor selalu merupakan penyebab atau pendorong timbulnya suatu hal lain yang merupakan kebulatan.¹ Sedangkan menurut kamus Bahasa Indonesia faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.²

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang terhadap sesuatu, berbagai klasifikasinya disajikan di bawah ini :

- 1) Menurut W.I. Thomas dan Florian Znaniecki :
 - a) Keinginan memperoleh pengalaman baru
 - b) Keinginan untuk mendapat respons
 - c) Keinginan akan pengakuan
 - d) Keinginan akan rasa aman
- 2) Menurut David McClelland :
 - a) Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*)
 - b) Kebutuhan akan kasih sayang (*need for affiliation*)

¹ The Liang Gie, *Ensiklopedi Administrasi*, Jakarta: PT Air Agung Putera, hal. 162.

² Djaka P., *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surakarta: Pustaka Mandiri, hal. 231.

c) Kebutuhan berkuasa (*need for power*)

3) Menurut Abraham Maslow :

a) Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*)

b) Kebutuhan akan ketertarikan dan cinta (*belongngingness and love needs*)

c) Kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*)

d) Kebutuhan untuk pemenuhan diri (*self-actualization*)

4) Menurut Melvin H.Marx :

a) Kebutuhan organismis :

1) Faktor ingin tahu (*curiosity*)

2) Faktor kompetensi (*competence*)

3) Faktor prestasi (*achievement*)

b) Faktor-faktor sosial :

1) Faktor kasih sayang (*affiliation*)

2) Faktor kekuasaan (*power*)

3) Faktor kebebasan (*independence*)

Klasifikasi di atas tidak menunjukkan perbedaan yang tegas. Kalau tidak terjadi perulangan dengan istilah lain (seperti faktor prestasi dengan faktor pemenuhan pemenuhan diri), maka yang terjadi adalah penambahan. Secara singkat, faktor-faktor sosiogenis di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Faktor ingin tahu : mengerti, menata, dan menduga (*predictability*). Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. Kita

memerlukan kerangka rujukan (*frame of reference*) untuk mengevaluasi situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai. Orang tidak sabar dalam suasana ambigu, tidak menentu, atau sukar diramalkan. Karena kecenderungan untuk memberi arti pada apa yang dialami, bila informasi yang diperoleh terbatas, orang akan mencari jawaban sendiri; orang akan menarik kesimpulan tanpa menunggu sampai informasi itu lengkap lebih dahulu.

- b) Faktor kompetensi. Setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apa pun. Perasaan mampu amat bergantung pada perkembangan intelektual, sosial dan emosional. Faktor kompetensi erat hubungannya dengan kebutuhan akan rasa aman. Kita ingin memperoleh jaminan masa tua; kita ingin anak kita sekolah yang baik sehingga merupakan investasi ekonomi. Bila orang sudah memenuhi kebutuhan biologinya, dan yakin bahwa masa depannya gemilang, ia dianggap sudah memenuhi kebutuhannya akan kemampuan diri (*kompetensi*).
- c) Faktor cinta. Sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Orang ingin diterima di dalam kelompoknya sebagai anggota sukarela bukan sukar rela. Kehangatan persahabatan, ketulusan kasih sayang, penerimaan orang lain yang hangat amat dibutuhkan manusia. Berbagai penelitian membuktikan bahwa kebutuhan kasih sayang yang tidak terpenuhi akan menimbulkan perilaku yang kurang baik: orang akan menjadi agresif, kesepian, frustrasi, bunuh diri.

- d) Faktor harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas. Erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang, ialah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia. Kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap bilangan, tetapi juga diperhitungkan. Karena itu bersamaan dengan kebutuhan akan harga diri, orang mencari identitas dirinya. Hilangnya identitas diri akan menimbulkan perilaku yang patologis (penyakit): impulsif, gelisah, mudah terpengaruh dan sebagainya.
- e) Kebutuhan akan nilai, kedambaan dan makna kehidupan. Dalam menghadapi gejolak kehidupan, manusia membutuhkan nilai-nilai untuk menuntunnya dalam mengambil keputusan untuk memberikan makna pada kehidupannya. Termasuk ke dalam faktor ini ialah faktor-faktor keagamaan. Bila manusia kehilangan nilai, tidak tau apa tujuan hidupnya sebenarnya, ia tidak memiliki kepastian untuk bertindak. Dengan demikian, ia akan lekas putus asa dan kehilangan pegangan.
- f) Kebutuhan akan pemenuhan diri. Kita bukan saja ingin mempertahankan kehidupan, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan kita; ingin memenuhi potensi-potensi kita. Dengan ucapan Maslow sendiri. "What a man *can* be, he *must* be." Kebutuhan akan pemenuhan diri dilakukan melalui berbagai bentuk:
- 1) Mengembangkan dan menggunakan potensi-potensi kita dengan cara yang kreatif konstruktif, misalnya dengan seni, musik, sains atau hal-hal yang mendorong ungkapan diri yang kreatif.

- 2) Memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas rentangan dan kualitas pengalaman serta pemuasan, misalnya dengan jalan darmawisata.
- 3) Membentuk hubungan yang hangat dan berarti dengan orang-orang lain di sekitar kita.
- 4) Berusaha "memanusia", menjadi persona yang kita dambakan.³

Pengaruh merupakan daya kekuasaan (keadaan), sedangkan mempengaruhi yaitu mendatangkan pengaruh.⁴ Pengertian lain yaitu suatu pihak yang dipengaruhi atau yang terkena pengaruh serta yang menjadi obyek pihak yang mempengaruhi dalam proses kepemimpinan. Pihak yang mempengaruhi dalam suatu situasi tertentu dengan melalui proses komunikasi disebut pemimpin (*leader*), dan yang dipengaruhi disebut pengikut (*follower*); pengaruh mempengaruhi demikian ditujukan kepada maksud untuk mencapai suatu tujuan atau tujuan-tujuan tertentu.⁵

1) Pengertian Minat

Minat adalah perhatian, kesungguhan hati.⁶ Kata lain dari minat adalah keinginan yaitu kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.⁷ Minat adalah suatu kecenderungan seseorang dalam bertingkah laku yang dapat diarahkan untuk memperhatikan suatu

³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, hal. 37-39.

⁴ Reksosiswojo dkk, *Kamus Saku Bahasa Indonesia*, Djakarta: Pradnja Paramita, hal. 88.

⁵ The Liang Gie, *op. Cit*, hal. 216.

⁶ Reksosiswojo dkk, *ibid*, hal.79.

⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, hal. 38.

objek atau melakukan suatu aktivitas tertentu yang didorong oleh perasaan senang karena dianggap bermanfaat bagi dirinya.

Di samping itu, dari beberapa pengertian di atas, dapat diambil beberapa pengertian berikut:

1. Perasaan sadar dari individu terhadap suatu objek atau aktivitas, karena adanya anggapan bahwa objek dan aktivitas tersebut bermanfaat bagi dirinya.
2. Perasaan senang terhadap subjek atau objek ataupun juga aktivitas.
3. Perasaan sadar dan suka tersebut pada gilirannya akan menimbulkan rasa untuk memperhatikan suatu objek, subjek atau aktivitas.
4. Dorongan tersebut akan berlangsung secara terus menerus untuk selalu melakukan aktivitas yang berhubungan dengan objek atau subjek yang diminati, dan
5. Kuatnya kecenderungan individu untuk memberikan perhatian terhadap objek, subjek atau aktivitas yang memuaskan dan bermanfaat bagi objek, subjek atau aktivitas tersebut.

Minat merupakan aspek kognitif dari motivasi, atau merupakan gambaran kognitif yang memberikan arah pada suatu tindakan (Franken, 1982). Besar kecilnya minat seseorang terhadap suatu tugas atau pekerjaan, banyak menentukan keberhasilan yang bersangkutan dalam melaksanakan tugas tadi, karena motivasi, efisiensi, gerak dan kepuasan kerja, akan didapat apabila pekerjaan tersebut sesuai dengan lapangan yang diminatinya.

Sebagaimana yang telah disebutkan di atas, minat yang berbentuk perhatian yang intens tadi merupakan suatu reaksi organisme, baik yang tampak nyata maupun yang imajiner, yang disebabkan karena rasa suka terhadap suatu objek tertentu. Minat ini mempunyai kecenderungan mempengaruhi perilaku individu dalam aktivitas tertentu (Guilford, 1956; Jones, 1963).

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa minat dalam diri individu sangat penting artinya bagi kesuksesan yang akan dicapai. Individu yang mempunyai minat terhadap suatu objek atau aktivitas berarti ia telah menetapkan tujuan yang berguna bagi dirinya sehingga ia akan cenderung untuk menyukainya. Dari sana kemudian, segala tingkah lakunya menjadi terarah dengan baik dan tujuan pun akan tercapai. Ada pula yang berpendapat bahwa minat merupakan suatu asas dalam komunikasi yang menyangkut soal bagaimana minat dan penerimaan seseorang penerima berita terhadap sesuatu berita dalam komunikasi. Minat dan penerimaan ini merupakan asas penting untuk mewujudkan komunikasi yang efektif. Minat dan penerimaan dapat ditumbuhkan antara lain dengan:

- a) Setiap komunikasi dilakukan secara teratur dan berencana dengan memperhatikan asas-asas komunikasi.
- b) Menggunakan wewenang (*effect of authority*).
- c) Menciptakan suasana komunikasi yang menguntungkan (*the atmosphere for communication*).⁸

⁸ The Liang Gie, *op. Cit*, hal. 164-165.

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang. Manakah dari ketiga macam lingkungan itu yang lebih berpengaruh, ini sangat sulit untuk menentukannya karena ada minat seseorang timbul dan berkembangnya lebih dipengaruhi oleh faktor keluarga, tetapi ada juga yang oleh lingkungan sekolah atau masyarakat, atau sebaliknya. Di samping itu juga karena objek dari minat itu sendiri sangat banyak sekali macamnya. Crow and Crow (1973) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu :

- Faktor dorongan dari dalam, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini merupakan dorongan dari individu itu sendiri, sehingga timbul minat untuk melakukan aktivitas atau tindakan tertentu untuk memenuhinya. Misalnya dorongan untuk makan menimbulkan minat untuk mencari makan.
- Faktor motif sosial, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat

untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman. Minat ini merupakan semacam kompromi pihak individu dengan lingkungan sosialnya. Misalnya minat pada studi karena ingin mendapatkan penghargaan dari ortunya.

- Faktor emosional, yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang. Minat erat hubungannya dengan emosi karena faktor ini selalu menyertai seseorang dalam berhubungan dengan obyek minatnya. Kesuksesan seseorang pada suatu aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka atau puas, sedangkan kegagalan akan menimbulkan perasaan tidak senang dan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan yang bersangkutan.

Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi agak sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.

Macam-macam minat, minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan misalnya berdasarkan timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.

- Berdasarkan timbulnya, minat dan dapat di bedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kulturil*. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktivitas dan seks. Minat kultural atau minat sosial, adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan diri kita. Sebagai contoh: keinginan untuk memiliki mobil, kekayaan, pakaian mewah, dengan memiliki hal-hal tersebut secara tidak langsung akan menganggap kedudukan atau harga diri bagi orang yang agak istimewa pada orang-orang yang punya mobil, kaya, berpakaian mewah dan lain-lain. Contoh yang lain: misalnya minat belajar, individu punya pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang-orang terpelajar dan berpendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat individu untuk belajar dan berprestasi agar mendapat penghargaan dari lingkungan, hal ini mempunyai arti yang sangat penting bagi harga dirinya (Witherington, 1982).
- Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan *ekstrinsik*. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Sebagai contoh: seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan.

Dalam bermain sepak bola, minat instruksinya adalah kesenangan dalam menyepak bola, bergerak bebas dalam alam terbuka dan sebagainya. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Sebagai contoh: seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas atau lulus ujian saringan SIPENMARU, setelah menjadi juara kelas atau lulus ujian saringan SIPENMARU minat belajarnya menjadi turun. Dalam bermain sepak bola, minat instrinsiknya adalah bagaimana mencetak gol sebanyak mungkin, bagaimana mengalahkan lawan dan sebagainya. Nadi dalam minat instrinsik ada usaha untuk melanjutkan aktivitas sehingga tujuan akan menjadi menurun atau hilang, (Joner, 1963).

- Berdasarkan cara mengungkapkan minat dibedakan menjadi empat yaitu:
 - a) *Exspressed interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi. Dari jawabannya dapatlah diketahui minatnya.
 - b) *Manifest interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

- c) *Tested interest*, adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d) *Inventoried interst*, adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau suatu objek yang ditanyakan.

2) Aspek-Aspek atau Kategori Minat

Krathwohl dkk. (dalam Galloway, 1976) mengemukakan bahwa minat termasuk dalam taksonomi afektif (istilahnya Bloom). Taksonomi afektif Bloom ini meliputi lima kategori:

- a. Penerimaan (*receiving*) yang terdiri dari sub-kesadaran kemauan untuk menerima perhatian yang terpilih.
- b. Menanggapi (*responding*) yang terdiri dari sub-kategori persetujuan untuk menanggapi kemauan dan kepuasan.
- c. Penilaian (*valuing*) yang terdiri dari sub-kategori penerimaan, pemilihan dan komitmen terhadap nilai-nilai tertentu.
- d. Organisasi (*organization*) yang terdiri dari sub-kategori penggambaran dan pengorganisasian terhadap nilai.

Pencirian (*characterization*) yang terdiri dari sub-kategori pencirian dan pemasyarakatan nilai.

3) Beberapa kondisi yang mempengaruhi minat

a) Status ekonomi

Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka.

b) Pendidikan

Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelek yang dilakukan.

Seperti yang dikutip Notoatmojo, 1997 dari L.W. Green mengatakan bahwa “Jika ada seseorang yang mempunyai pengetahuan yang baik, maka ia mencari pelayanan yang lebih kompeten atau lebih aman baginya”. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pelayanan kesehatan akan mempengaruhi pemanfaatan fasilitas pelayanan yang ada sehingga berpengaruh pada kondisi kesehatan mereka.

c) Tempat tinggal

Dimana orang tinggal banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi pada kehidupan sebelumnya masih dapat dilakukan atau tidak.⁹

4) Pengertian Nasabah

Nasabah merupakan orang atau perusahaan/badan/lembaga yang memiliki rekening pada suatu bank.¹⁰ Menurut kamus Bahasa Indonesia nasabah yaitu perbandingan pertalian; orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank; pelanggan.¹¹

Apa itu pelanggan ? seorang pelanggan adalah orang yang membawa keinginannya kepada kita, adalah tugas kita untuk menanganinya secara menguntungkan baik bagi dia dan bagi kita sendiri.¹² Ada pula yang berpendapat bahwa pelanggan yaitu istilah yang mewakili tamu/klien/penumpang/pembeli/nasabah/pasien. Kunci utama keberhasilan suatu usaha industri jasa pelayanan terletak pada cara perusahaan jasa tersebut memperlakukan pelanggannya. Bila pelanggan semakin merasa tidak berada di tempat yang asing ketika berinteraksi dengan perusahaan kita, semakin besar kesempatan perusahaan untuk berhasil. Seperti dikatakan oleh Peter F. Drucker tujuan pendirian perusahaan adalah

⁹ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Prenada Media, 2004, hal. 263-268.

¹⁰ Sigit Winarno, dan Sujana Ismaya, SE., *Kamus Besar Ekonomi*, Bandung: Pustaka Grafika, 2003, hal. 49.

¹¹ Djaka P., *op. Cit*, hal. 294.

¹² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *op. cit*, hal. 24.

menciptakan pelanggan. Perusahaan hanya akan bertahan hidup bila ia memproduksi dan mendistribusikan apa yang diperlukan dan disukai oleh pelanggan.

Tom Nielsen (VP.HR & CS K Mart Corp.) menyatakan bahwa pada masa yang akan datang, pemimpin di bidang usaha eceran adalah perusahaan yang saat ini mampu memberikan layanan yang luar biasa kepada pelanggannya, dan melakukan terobosan-terobosan justru berdasarkan masukan-masukan pelanggannya. Bahkan bekas Presiden Utah Restaurant Association, Honer R. Bandley memberikan penilaian yang tinggi terhadap pelanggan dengan mengatakan bahwa pelanggan adalah penasihat perusahaan, dan perusahaan perlu mendengarkan apa yang dikatakan oleh pelanggan, baik yang berupa keluhan, pujian, atau saran. Para petugas dapat mencatat dan mengingat apa yang diutarakan oleh para pelanggan dan menyampaikannya kepada pihak manajemen untuk dibahas. Walaupun pendapat atau masukan dari pelanggan belum tentu dapat dijalankan pihak manajemen perlu berterima kasih kepada mereka.¹³

Ada delapan tahap nasabah membuat keputusan dan akhirnya menjatuhkan pilihan pada suatu lembaga keuangan, yaitu :

- 1) Mencatat dan memperhatikan kemungkinan pilihan.
- 2) Menopang kebebasan perasaan dan pikiran masing-masing dari kemungkinan pilihan.

¹³ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, 193-197

- 3) Meneliti pikiran dan perasaan tentang masing-masing pilihan dan menggabungkan dengan perasaan.
- 4) Hubungan antara pilihan dan untuk menetapkan prioritas.
- 5) Mengambil sebuah kesimpulan dengan mengangkat satu pilihan dan mengesampingkan yang terpilih.
- 6) Mendafatar keputusan.
- 7) Menyadari bahwa lebih mudah meninggalkan seseorang, tempat, pekerjaan aktivitas atau sesuatu yang lain daripada menemukan sesuatu yang telah pergi.
- 8) mempraktekkan keputusan ke dalam perbuatan yang optimis.¹⁴

Adapula beberapa tehnik nasabah dalam mengambil keputusan :

- Mengamati dan mempertimbangkan beberapa alternatif
- Menghubungkan alternatif-alternatif dengan bidang kehidupan diutamakan
- Menentukan polihan utama dan memikirkan alternatif lainnya
- Memikirkan hasil keputusan atau tindakan itu
- Mewujudkan pilihan yang diputuskan itu dengan keberhasilan
- Dan lain sebagainya¹⁵

¹⁴ Theodore Isaac Rubin, 8 *Strategi Keputusan Yang Efektif*, Jakarta: Effhar&Dahara Size, 2010, hal: 76.

¹⁵ Bambang Marhijanto & I. Hanafi Ridlwan, *Tehnik Mengambil Keputusan*, Surabaya: CV. Bintang Remaja, 2005, hal: 82.

B. Produk Penghimpunan Dana Simpanan Mudharabah

Produk yaitu istilah umum untuk barang/jasa yang dihasilkan.¹⁶

Produk menurut Kotler adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.¹⁷

Sedangkan menurut kotler konsep produk adalah gagasan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik dan bahwa organisasi harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan produk terus-menerus.¹⁸

Sesuai dengan definisi diatas, produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, berikut:

1. Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain.

Produk yang tidak berwujud, biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.

Bagian dari kualitas produk adalah perihal kualitas produk. Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa perlu ditentukan

¹⁶ Sigit Winarno dan Sujana Ismaya, *op. cit.*, hal. 357.

¹⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, hal. 174.

¹⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *op. cit.*, hal. 22.

melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk dapat dipaparkan berikut ini.

Kualitas sebuah produk menurut David Garvin yang dikutip Vincent Gasperz yang memiliki 8 dimensi yang akan mempengaruhi minat konsumen (nasabah), yaitu:

- a. *Performance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- b. *Features* , yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- c. *Realibility*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- d. *Conformance*, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
- e. *Durability*, yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
- f. *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

- g. *Aesthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
2. *Fit and finish*, sifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.¹⁹

a) Pengertian Penghimpunan Dana

Penghimpunan Dana adalah tidak adanya pemberian imbalan berupa bunga atas dana yang disimpan oleh nasabah di dalam koperasi. imbalannya diberikan atas dasar prinsip bagi hasil.²⁰ Sedangkan menurut Ahmad Sumiyanto kegiatan KJKS BMT yang utama adalah penghimpunan dana dan penyaluran dana. Penghimpunan dana ini harus dilakukan dengan perencanaan yang matang, karena membutuhkan upaya yang serius, sistematis dan berorientasi hasil sehingga dana yang disalurkan sebagai pembiayaan dapat tercapai. Artinya secara umum, dalam kondisi normal, SHU KJKS BMT akan meningkat seiring peningkatan biaya yang diberikan. Sedangkan dana yang disalurkan sebagai pembiayaan, besaran nominalnya amat sangat tergantung oleh penghimpunan dana yang dilakukan.²¹ Dalam memobilisasi dana, misalnya, KJKS BMT lebih menyukai produk berbagi hasil mudharabah sebagai wahana

¹⁹ Kasmir, *loc. Cit.*

²⁰ Totok Budisantoso dan Sigit Triandaru, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, hal. 172.

²¹ Ahmad Sumiyanto, *op. cit*, hal. 109.

utamanya dengan pertimbangan tidak terlalu beresiko karena kapasitasnya sebagai mudharib, serta relatif mudah dalam penerapan.

b) Simulasi simpanan *mudharabah*

Adapun contoh produk penghimpunan dana simpanan mudharabah yakni tabungan atas dasar prinsip mudharabah kesepakatan awal dibuat bukan atas bunga. Melainkan atas proporsi bagi hasil atas pengembangan saldo rata-rata dan tabungan deposito nasabah.²² Contoh bagi hasil atas dana deposito ini adalah sebagai berikut:

Pembagian keuntungan dapat dilakukan setiap bulan berdasarkan saldo minimal yang mengendap selama periode tersebut. Umpamanya, seorang pemilik simpanan *mudharabah* sebesar Rp 5 juta. Nisbah (perbandingan) bagi hasil 50% : 50%. Diasumsikan total saldo rata-rata dari simpanan *mudharabah* di KJKS BMT ada Rp 100 juta dan keuntungan yang diperoleh dari dana simpanan sebesar Rp 3 juta. Pada akhir bulan, nasabah akan memperoleh dana bagi hasil sebagai berikut :

$$\frac{\text{Rp } 5.000.000,00}{\text{Rp } 100.000.000,00} \times \text{Rp } 3.000.000,00 \times 50\% = \text{Rp } 75.000,00$$

(sebelum pajak)²³

²² Totok Budisantoso dan Sigit Triandaru, *op. cit*, hal 172-173.

²³ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hal. 176.

c) Karakteristik simpanan *mudharabah*:

1. Kerjasama usaha antara *Shahibul maal* dan *mudharib* dengan pembagian keuntungan sesuai nisbah yang disepakati dari awal.
 - a) Jika rugi, maka ditanggung oleh *Shahibul maal*, tetapi apabila akibat kelalaian/penyimpangan, maka ditanggung *mudharib*.
 - b) Bank/KJKS BMT dapat menjadi:
 - 1) Sebagai *Shahibul maal*; dana yang diberikan disebut pembiayaan *mudharabah*.
 - 2) Sebagai *mudharib*; dana yang diterima:
 - a) *Akad mudharabah muqayyadah* disajikan pada laporan perubahan investasi terikat.
 - b) *Akad mudharabah mutlaqah* disajikan dalam neraca sebagai investasi tidak terikat.²⁴
2. Sesuai dengan Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tabungan *mudharabah* ketentuannya sebagai berikut:
 - a) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
 - b) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.

²⁴ Hasbi Ramli, *Teori Dasar Akuntansi Syariah*, Jakarta: Renaisan, 2005, hal. 40-41.

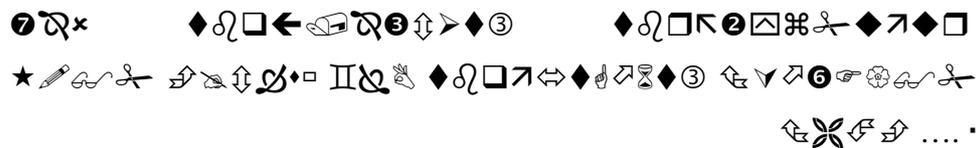
- c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukuan rekening.
- e) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.²⁵

Al-Qur'an tidak secara langsung menunjuk istilah *mudharabah*, melainkan melalui akar kata *d-r-b* yang diungkapkan sebanyak lima puluh delapan kali. Dari beberapa kata inilah yang kemudian mengilhami konsep *mudharabah*, meskipun tidak dapat disangkal bahwa *mudharabah* merupakan sebuah perjalanan jauh yang bertujuan bisnis. *Mudharabah* tidak merujuk langsung pada al-Qur'an dan sunnah, tapi berdasarkan kebiasaan (tradisi) yang dipraktikkan oleh kaum muslimin, dan bentuk kerjasama perdagangan model ini tampak langsung terus di sepanjang masa awal Islam sebagai instrument utama yang mendukung para kafilah untuk mengembangkan jaringan perdagangannya secara luas.²⁶

²⁵ DSN-MUI, Himpunan Fatwa DSN, Jakarta: PT Intermesa, 2003, hal. 13.

²⁶ Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, hal. 91-92.

Akad *mudharabah* dibenarkan dalam Islam, karena bertujuan selain membantu antara pemilik modal dan orang yang memutarakan uang. Sebagai landasannya adalah firman Allah:



...dan orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah (**Al-Muzammil: 20**).²⁷

Prinsip *mudharabah* dibagi dua jenis, yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Dalam kegiatan penghimpunan dana pada KJKS BMT, prinsip *mudharabah mutlaqah* dapat diterapkan untuk pembukaan rekening tabungan dan deposito. Berdasarkan prinsip ini, tidak ada pembatasan bagi KJKS BMT dalam menggunakan dana yang dihimpun. KJKS BMT wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberian keuntungan dan/atau perhitungan pembagian keuntungan serta resiko yang dapat timbul dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad. Ketentuan umum dari *mudharabah mutlaqah* adalah:

- ❖ KJKS BMT wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara perhitungan keuntungan dan tata cara pembagian keuntungan secara resiko yang dapat

²⁷ M. Ali Hasan, *op. cit*, hal. 170.

ditimbulkan dari penyimpanan dana yang tercantum dalam akad

- ❖ Untuk simpanan *mudharabah* KJKS BMT dapat memberikan buku simpanan sebagai bukti penyimpanan. Sedangkan untuk simpanan berjangka *mudharabah* KJKS BMT wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan simpanan berjangka kepada anggota
- ❖ Simpanan *mudharabah* dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif
- ❖ Simpanan berjangka *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Simpanan berjangka yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti simpanan berjangka dan simpanan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan syariah.

Sedangkan dalam prinsip *mudharabah muqayyadah* merupakan simpanan khusus di mana nasabah penyimpan dana menetapkan syarat-syarat penyaluran dana yang harus diikuti oleh pihak KJKS BMT. Karakteristik jenis simpanan ini adalah:

- ❖ Pemilik dana wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh KJKS BMT

- ❖ KJKS BMT wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan
- ❖ Sebagai tanda bukti simpanan, KJKS BMT menerbitkan bukti simpanan khusus
- ❖ Untuk simpanan berjangka *mudharabah*, KJKS BMT wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan simpanan berjangka kepada pemilik dana²⁸

C. Prinsip-prinsip Penghimpunan Dana

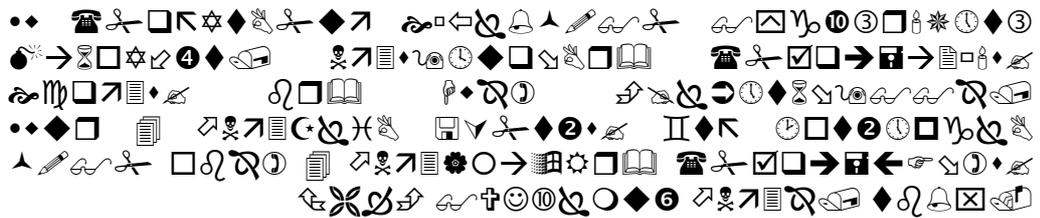
Adapun prinsip utama yang dianut adalah :

1. Larangan menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi
2. Menjalankan aktifitas bisnis dan perdagangan berdasarkan pada kewajaran dan keuntungan yang halal
3. Mengeluarkan zakat dari hasil kegiatannya
4. Larangan menjalankan monopoli
5. Bekerjasama dalam membangun masyarakat, melalui aktivitas bisnis dan perdagangan yang tidak dilarang oleh Islam.²⁹

Kekuatan penggerak utama ekonomi Islam adalah kerja sama. Seorang muslim harus berpegang pada tuntutan Allah SWT dalam Al-Qur'an. Ini berdasarkan firman Allah:

²⁸ Edy Wibowo & Untung Hendy Widodo, *op. Cit*, hal: 41.

²⁹ Ahmad Sumiyanto, *op. cit*, hal. 36.



“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan batil , kecuali dengan perdagangan yang dilakukan dengan suka sama suka di antara kamu” (Q.S. An-Nisa 29).³⁰

D. Bagi Hasil

Islam memandang uang sebagai *flow concept*. Uang harus berputar dalam perekonomian. Islam tidak mengenal metode *time value of money* karena metode ini menambahkan nilai kepada uang semata-mata dengan bertambahnya waktu dan bukan usaha. Islam justru mengenal *money value of money*, yaitu waktu memiliki nilai ekonomi. Sesuai dengan ajaran Islam, manajemen moneter yang efisien dan adil tidak didasarkan pada penerapan metode bunga. Pada KJKS BMT, kepentingan nasabah penyimpan dana dapat diharmoniskan karena dengan metode bagi hasil, kepentingan piha ketiga, yaitu memperoleh imbalan bagi hasil sesuai dengan keadaan yang benar-benar terjadi. Untuk itu manajemen KJKS BMT akan berusaha mengoptimalkan keuntungan pemakai dana.³¹

Apa itu bagi hasil ? Bagi Hasil biasa dikenal juga dengan istilah *profit sharing*, menurut kamus ekonomi *profit sharing* berarti pembagian laba.

³⁰ Ahmad Sumiyanto, *op. cit*, hal. 35.

³¹ Edy Wibowo & Untung Hendy Widodo, *Op. Cit*, hal.45-46.

Namun secara istilah *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan.³²

Sedangkan menurut Ali Hasan, sistem bagi hasil merupakan salah satu bentuk kerja sama antara pemilik modal dan seseorang, yang dilandasi oleh rasa tolong menolong. Sebab ada orang yang mempunyai modal, tetapi tidak mempunyai keahlian dalam menjalankan roda perusahaan. Ada juga orang yang mempunyai modal dan keahlian, tetapi tidak mempunyai waktu. Sebaliknya ada orang yang mempunyai keahlian dan waktu, tetapi tidak mempunyai modal.³³

Firman Allah QS. al-Baqarah (2): 198

... ﴿...﴾
 “...tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu...”³⁴

E. Prinsip-Prinsip Bagi Hasil Simpanan

Prinsip bagi hasil di sini adalah beberapa hal yang harus ada dan atau dipenuhi oleh seseorang dalam melakukan kegiatan kerjasama dengan orang lain yang menggunakan akad *syirkah*. Dengan pengertian ini, diharapkan semua pihak yang melakukan kegiatan kerjasama dengan akad *syirkah*, mampu berusaha memenuhi prinsip-prinsipnya. Selain itu, agar kerjasama tersebut memenuhi harapan dan memuaskan kedua belah pihak.

Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah:

³² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004, hal. 120.

³³ M. Ali Hasan, *op. cit.*, hal. 169.

³⁴ DSN-MUI, *op. Cit.*, hal. 16.

1) Keadilan

- a) Adanya keseimbangan dan kesetaraan antara pemilik modal di satu pihak dengan ukuran sejumlah dana dan pengelola dana di pihak lain dengan ukuran kemampuan mengelola yang ditunjukkan dengan kelayakan usaha, prospek usaha atau proposal.
- b) Adanya kesetaraan dimaksud adalah adanya sikap masing-masing pihak dalam menghadapi usaha yang menjadi tujuan kerjasama dalam arti tidak ada yang merasa lebih berkuasa atau lebih berhak.
- c) Adanya keseimbangan dalam pembagian hasil dalam pengertian bahwa nisbah bagi hasil yang disepakati seimbang dengan kontribusi modal dan manajemen yang digunakan.

2) Peningkatan prestasi

- a) Adanya masing-masing pihak senantiasa mengutamakan perhatiannya dalam rangka peningkatan kinerja usaha. Maksudnya adalah bahwa masing-masing mendapatkan keuntungan (bagi hasil) yang layak sehingga ada peningkatan kinerja usaha sebagai proses awal.
- b) Memperhatikan peningkatan kualitas sumberdaya.
- c) Mengutamakan keuntungan melalui sebuah proses yang rasional dan adil.

3) Kebersamaan dan tolong menolong

- a) Menumbuhkan rasa saling memiliki, sebagai wujud adanya tolong menolong.

- b) Saling memperhatikan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Saling memberikan kontribusi sesuai dengan kelebihannya masing-masing dan menyadari kelemahan dan kekurangannya.
 - c) Saling memahami kesulitan dalam arti memahami keterbatasan seseorang dalam menjaga kesulitan.
- 4) Keterbukaan
- a) Adanya kejujuran dalam kondisi perkembangan usaha.
 - b) Adanya penerapan manajemen terbuka sehingga pihak pemilik dana dapat melakukan koreksi seperlunya.
 - c) Adanya perencanaan yang diketahui kedua belah pihak dengan tujuan agar dapat diketahui adanya kesinambungan antara rencana dan realisasi.
- 5) Tanggung jawab
- a) Adanya kemauan masing-masing pihak menanggung resiko yang terjadi.
 - b) Adanya pihak yang berusaha sekuat tenaga untuk memperkecil resiko.
 - c) Tanggung jawab tersebut harus diikuti dengan pembina dan bimbingan oleh pihak lainnya.
- 6) Pemenuhan rukun dan syarat
- a) Terpenuhinya rukun dalam kerjasama (*syirkah*).
 - b) Terpenuhinya syarat untuk tiap rukun.

- c) Dua hal di atas mutlak diperlukan untuk memenuhi ketentuan syari'ah yang menjadi dasar pemberlakuan ekonomi syari'ah.³⁵

³⁵ Ahmad Sumiyanto, *op. cit*, hal. 129-130.