

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Koperasi

a. Pengertian koperasi

Menurut Moh. Hatta koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong. semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan seorang buat semua dan semua buat seseorang.¹

b. Unsur-Unsur Koperasi Indonesia

Berdasarkan batasan koperasi, koperasi Indonesia mengandung 5 unsur sebagai berikut :

1. Koperasi adalah badan usaha

Sebagai badan usaha, maka koperasi harus memperoleh laba. Laba merupakan elemen kunci dalam suatu sistem usaha bisnis, dimana sistem itu akan gagal bekerja tanpa memperoleh laba.

2. Koperasi adalah kumpulan orang-orang dan atau badan-badan hukum koperasi

Ini berarti bahwa, koperasi Indonesia bukan kumpulan modal. UU No 25 Tahun 1992

¹ Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Koperasi Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga, 2001, h. 17

memberikan jumlah minimal orang-orang (anggota) yang ingin membentuk organisasi koperasi (minimal 20 orang), untuk kopreasi primer dan 3 badan hukum koperasi untuk koperasi sekunder. Syarat lain yang harus dipenuhi, bahwa anggota mempunyai kepentingan ekonomi yang sama.

3. Koperasi Indonesia adalah koperasi yang bekerja berdasarkan prinsip-prinsip koperasi
4. Koperasi Indonesia adalah gerakan rakyat
Koperasi Indonesia merupakan bagian dari sistem perekonomian nasional. Kegiatan usaha koperasi tidak hanya ditujukan kepada anggota, akan tetapi untuk masyarakat umum.
5. Koperasi Indonesia adalah berazaskan kekeluargaan
Keputusan yang berkaitan dengan usaha dan organisasi dilandasi dengan jiwa kekeluargaan. Segala keputusan yang diambil berdasarkan musyawarah dan mufakat.²
 - c. Pantangan yang harus dihindari dalam bisnis koperasi berbasis syari'ah yaitu:
 - Maysir, yaitu segala bentuk spekulasi judi yang mematkan sektor riil dan tidak produktif.

² Ibid. h 18-19

- Asusila, yaitu praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma sosial.
 - Gharar, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
 - Haram, yaitu objek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syari'ah.
 - Riba, yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman dan pertukaran/barter lebih antar barang sejenis.
 - Ihtikar, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.
 - Berbahay, yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan maslahat syari'at.³
- d. Koperasi sebagai badan usaha

Koperasi adalah badan usaha (UU No.25 tahun 1992). Sebagai badan usaha, koperasi tetap tunduk terhadap kaidah-kaidah perusahaan dan prinsip-prinsip ekonomi yang berlaku, dengan mengacu kepada konsepsi sistem yang bekerja pada suatu badan usaha juga merupakan kombinasi dari

³ Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta: Erlangga,2010,h.16

manusia, aset-aset fisik dan non fisik, informasi, dan teknologi. Koperasi harus dapat menghasilkan keuntungan dalam mengembangkan organisasi dan usahanya.

Ciri utama koperasi yang membedakannya dengan badan usaha lainnya adalah posisi anggota. UU No 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian menyebutkan bahwa, anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Dalam bahasa ekonomi atau teori pemasaran, penggunaan jasa ini disebut pelanggan. Untuk koperasi primer di Indonesia anggotanya minimal 20 orang. Anggota koperasi adalah orang sebagai individu yang merupakan subjek hukum dan subjek ekonomi tersendiri. Anggota koperasi memiliki kepentingan ekonomi yang sama, yang diwadahi oleh koperasi dalam memenuhi kepentingan ekonomi tersebut.

Badan usaha koperasi merupakan wadah kesatuan tindakan ekonomi dalam rangka mempertinggi efisiensi dan efektifitas pencapaian tujuan ekonomi individu anggotanya. Koperasi sebagai badan usaha

dan unit ekonomi, harus memasukkan sistem keanggotaan.⁴

2.1.2. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Dalam produk tersebut dan faktor lain yang diharapkan oleh konsumen tersebut, yang sering dikatakan sebagai produk plus (pelayanan). Faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu/kualitas, penampilan (*features*), pilihan yang ada (*options*), gaya (*styles*), merek (*brand names*), pengemasan (*packaging*), ukuran (*sizes*), jenis (*product lines*), macam (*product items*), jaminan (*warrantie*), dan pelayanan (*services*).⁵

Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah menjadi tiga bagian besar yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*Financing*), produk jasa (*service*). Namun yang akan dikaji lebih lanjut hanya produk penghimpunan dana (*funding*). Penghimpunan dana di

⁴ Arifin Sitio dan Holomoan Tamba. H 72

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011, h. 200.

Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposit. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan masyarakat adalah *wadi'ah* dan *mudharabah*.

2.1.3. Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasioal No 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan ada dua jenis yaitu: pertama, tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan dengan berdasarkan perhitungan bunga. Kedua, tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah yakni tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.⁶

Tabungan adalah simpanan dana yang dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah

⁶ Nur Riantno AL Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 33-34.

membutuhkannya. Produk penghimpunan dana dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati oleh nasabah dan pihak bank

2.1.4. *Wadi'ah Yad Dhamanah*

2.1.4.1. Pengertian

Dalam penghimpunan dana dari masyarakat, BMT dapat menawarkan produk jasa *wadi'ah*, yang dari segi bahasa berarti titipan. Akad *wadi'ah* termasuk kategori akad *tabarru*, yakni akad yang bersifat kebijakan karena menganndung unsur tolong menolong antara sesama manusia dalam lingkungan sosialnya. ⁷*Wad'iah* dibagi atas *wadi'ah yadh dhamanah* dan *wadiah amanah*.

Wadi'ah amanah adalah wadiah dimana uang atau barang yang dititipkan hanya boleh disimpan dan tidak boleh didayagunakan. Si penerima titipan tidak bertanggung jawab atas kehilangan dan kerusakan yang terjadi pada barang titipan selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan penerima titipan dalam memelihara titipan tersebut. *Wadi'ah yadh dhamanah*, yaitu *wadi'ah* dimana sipenerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan izin pemiliknya dan menjamin

⁷ Makhalul Ilmi Sm, *Teori dan Praktik Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2002, h.30.

mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat, saat pemilik menghendakinya. Hasil dari pemanfaatan barang tidak wajib dibagihasilkan dengan pemberi titipan, namun penerima titipan boleh saja memberikan bonus dan tidak boleh dijanjikan sebelumnya kepada pemilik barang. Contohnya tabungan dan giro tidak berjangka dengan akad *wadi'ah*.⁸

Dalam menjalankan produk *wadi'ah yad dhamanah* BMT harus mampu mengembalikan kapan saja jika anggotanya ingin mengambil dana titipan tersebut. BMT juga bisa memanfaatkan dana tersebut atau mengembakan dana tersebut tanpa harus menyatakan bagi hasil dari keuntungan perputaran dana tersebut. Namum BMT boleh saja memberikan bonus kepada anggotannya, akan tetapi degan syarat tidak boleh dijanjikan diawal akad. Selain itu juga BMT boleh meminta atau mengenakan biaya administrasi atas penitipan dana tersebut dari para anggotanya.

Pada saat memanfaatkan dana dari anggota apabila mengalami kerugian anggota tidak dibebani oleh kerugiannya. Kerugian tersebut harus ditanggung

⁸ Sri Nurhayati dan Wasilah, Akuntansi syariah di Indonesia, Jakarta: Salemba Empat, 2014, h.250-251.

oleh BMT sebagai si penerima titipan. Hal ini dikarenakan BMT boleh memanfaatkan dana tersebut akan tetapi harus tetap menjaga titipan tersebut sehingga harus menjamin keutuhan dan kecukupan dana dari anggota BMT tersebut. Meskipun jika mendapatkan keuntungan BMT akan memberikan bonus akan tetapi jika mengalami kerugian anggota tidak boleh menanggung atas resiko kerugian dari pemutaran dana tersebut.

2.1.4.2. Ketentuan

Pemberian bonus dari BMT kepada anggotanya tidak disebutkan diawal atau dijanjikan diawal dan pihak BMT boleh memberikan bonus tersebut berapa saja besarnya. Pemberian bonus kepada anggotanya ini bersifat sukarela. Jadi jika BMT itu tidak memberikan bonus atas hasil laba dari perputaran dana tersebut juga tetap diperbolehkan. Ini karena BMT tidak wajib memberikan bonus setiap kali mengalami keuntungannya, karena BMT boleh memanfaatkan titipan tersebut tanpa izin terlebih dahulu kepada aggotanya. Dan akan menanggung atas resiko-resiko yang terjadi atas perputaran dana titipan dana dari para anggotanya.

Sifat akad *wadi'ah*, karena *wad'iah* termasuk akad yang tidak lazim, maka kedua belah pihak dapat membatalkan perjanjian akad ini kapan saja. Karena

dalam *wadi'ah* terdapat unsur permintaan tolong, maka memberikan pertolongan itu adalah hak dari *wadi'* (orang yang dititipi). Kalau ia tidak mau, maka tidak ada keharusan untuk menjaga titipan. Namun kalau *wadi'* mengharuskan pembayaran, semacam biaya administrasi misalnya, maka akad *wadi'ah* ini berubah menjadi akad sewa atau *ijaroh* dan mengandung unsur kelaziman. Artinya *wadi'* harus menjaga dan bertanggung jawab terhadap titipan. Pada saat itu *wadi'* tidak dapat membatalkan akad ini secara sepihak karena dia sudah dibayar.⁹

Apabila BMT sudah membebankan atau meminta bayaran atau biaya administrasi kepada anggota atas titipan dana tersebut, maka BMT wajib menjaga dana tersebut dengan baik dan harus bertanggung jawab atas dana tersebut. BMT harus bertanggung jawab mengembalikan dana atau siap mengembalikan dana titipan dari anggota kapan saja akan diambilnya. Jadi BMT itu harus memiliki kecukupan dana jika sewaktu-waktu anggota akan mengambil dana tersebut. Hal ini karena *wadi'ah* sifatnya adalah titipan yang boleh diputar

⁹ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djambatan, 2002, h. 60.

dan wajib dikembalikan kapan saja anggota menginginkannya.

Mengingat *wadi'ah yad dhamanah* ini mempunyai implikasi hukum yang sama dengan *qardh*, maka nasabah penitip dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagikan keuntungan harta tersebut. Namun demikian, bank diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan dimuka. Dengan kata lain pemberian bonus merupakan kebijakan Bank Syariah semata yang bersifat suka rela.

Dalam memperhitungkan bonus *wadi'ah* tersebut, hal-hal yang harus diperhatikan adalah :

- a. Tarif bonus *wadi'ah* merupakan besarnya tarif yang diberikan bank sesuai keuntungan.
- b. Saldo terendah adalah saldo terendah dalam satu bulan.
- c. Saldo rata-rata harian adalah total saldo dalam satu bulan dibagi hari bagi hasil sebenarnya menurut bulan kalender. Misalnya, bulan Januari 31 hari, bulan februari 28/29 hari, dengan cacatan satu tahun 365 hari.
- d. Saldo harian adalah saldo pada akhir hari.
- e. Hari efektif adalah hari kalender tidak termasuk hari tanggal pembukuan atau tanggal penutupan, tapi termasuk hari tanggal tutup buku.

- f. Dana tabungan yang mengendap kurang dari satu bulan karena rekening awal dibuka awal bulan atau ditutup tidak pada akhir bulan tidak mendapatkan bonus *wadi'ah*, kecuali apabila perhitungan bonus *wadi'ahnya* berdasarkan dasar saldo harian.¹⁰

2.1.4.3. Pengakuan dan pengukuran dana *wadi'ah*

Dana *wadi'ah* diakui sebesar jumlah dana yang dititipkan pada saat terjadinya transaksi. Penerimaan yang diperoleh atas pengelolaan dana titipan diakui sebagai pendapatan bank dan bukan merupakan unsur keuntungan yang harus dibagikan.

Pengakuan bonus dalam transaksi *wadi'ah* adalah sebagai berikut :

- a. Pembelian bonus kepada nasabah diakui sebagai beban pada saat terjadinya.
- b. Penerimaan bonus dari penempatan dana pada bank syariah lain diakui sebagai pendapatan pada saat kas diterima.
- c. Penerimaan bonus dari penempatan dana syariah pada bank sentral diakui sebagai pendapatan pada saat kas diterima.

¹⁰ Adiwarman Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, h.272-273.

- d. Penerimaan bonus dari penempatan dana pada bank nonsyariah diakui sebagai pendapatan dana *qordhul hasan* pada saat kas diterima

Persyaratan akad penghimpunan dana dalam bentuk Giro atau tabungan berdasarkan *wadi'ah*, minimal mencangkup (PBI No.7/46/PBI/2005 :

- a. Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah sebagai pemilik dana titipan.
- b. Dana titipan disetor penuh kepada bank dan dinyatakan dalam jumlah nominal.
- c. Dana titipan dapat diambil setiap waktu.
- d. Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah.

Transaksi simpanan diakui pada saat :

- a. Setoran tunai sebesar uang yang diterima.
- b. Setora melalui kliring sebesar uang setoran telah efektif diterima.

Saldo simpanan disajikan di neraca sebesar jumlah nominal yang tercatat pada bank.¹¹

2.1.4.4. Landasan Hukum

- a. Al-qur'an

* إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ...

¹¹ Osmad Muthaher, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, h. 40-41.

“ Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan) kepada yang berhak menerimanya ...” (an-nisa:58)

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ
اللَّهَ رَبَّهُ

“... jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...” (Al-Baqarah:283)

b. Al-hadist

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
أَدُّ الْأَمَانَاتِ إِلَى مَنْ أئْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah saw bersabda :” sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu”. (HR Abu Dawud dan menurut Tirmidzi hadist ini hasan, sedangkan Imam Hakim mengkategorikan sah)

Ibnu Umar berkata bahwasanya Rasulullah telah bersabda,” Tiada kesempurnaan iman bagi setiap orang yang tidak beramanah, tiada shalat bagi yang tiada bersuci”. (HR Thabrani) ¹²

¹² Muhammad Syafi'i Atonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, h.85-86.

c. Ketentuan Dewan Syari'ah Nasional (DSN)

Dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional ditetapkan ketentuan tentang tabungan *wadi'ah*, yaitu diatur dalam Fatwa DSN No. 02/DSNMUI/200, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Bersifat simpanan.
- Simpanan bisa diambil kapan saja, atau berdasarkan kesepakatan.
- Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat suka rela dari pihak Bank atau BMT.

2.1.4.4. Rukun dan syarat

a. Rukun *wadi'ah*

- 1) Pihak yang berakat
 - a. Orang yang menitipkan (*muwaddi'*)
 - b. Orang yang dititipi barang (*wadi'*)
- 2) Obyek yang diakadkan
 - a. Barang yang dititipkan (*wadiyah*)
- 3) Sigot
 - a. Serah (*ijab*)
 - b. Terima (*qobul*)

b. Syarat wadi'ah

- 1) Pihak yang berakat
 - a. Cakap hukum

- b. Suka rela (*ridha*), tidak dalam keadaan dipaksa/ terpaksa dibawah tekanan
- 2) Obyek yang dititipkan merupakan milik mutlak si penitip
- 3) Sigot
 - a. Jelas apa yang dititipkan
 - b. Tidak mengandung persyaratan-persyaratan lain.¹³

2.1.5. Minat

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁴

Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Reber (1988), minat tidak termasuk istilah populer dalam psikologi karena ketergantungannya yang banyak pada faktor-

¹³ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut bankir Indonesia, Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah, Jakarta: Karya Unipress, 2002,h.59-60.

¹⁴ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1982,h. 62.

faktor internal lainnya seperti: pemusatan perhatian, rasa ingin mengetahui, motivasi dan kebutuhan.¹⁵

Apabila seseorang berminat terhadap sesuatu biasanya mereka akan cenderung memusatkan perhatiannya terhadap suatu objek yang diminati itu dari pada kebanyakan orang yang tidak meminatinya. Biasanya karena memusatkan perhatiannya itu, maka seseorang akan mengamati secara terus menerus terhadap hal yang diminatinya. Karena pemusatan perhatian terhadap objek tersebut maka seseorang akan menginginkan tercapainya tujuannya atau ingin mengetahui lebih banyak lagi tentang objek yang diminatinya itu.

Dengan demikian hasil yang akan dicapai seseorang terhadap objek akan maksimal dan mudah didorong untuk mengetahui atau mendapatkannya, dan sebaliknya mereka yang meminati terhadap sesuatu tidak mudah disuruh menghentikan untuk tidak mendapatkan informasi atau melepaskan objek yang mereka minati.

Setelah memusatkan perhatian, kemudian seseorang akan lebih mengetahuinya. Rasa ingin mengetahui itu akan memicu seseorang mencari dan mencari

¹⁵ Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar*, Jakarta: PT Loggos Wacana Ilmu, 1999, h.136.

bagaimana dan seperti apa objek yang diminati tersebut. keingintahuan memiliki, mendapatkan, dan memperoleh informasi tentang hal-hal apa saja yang menyangkut dengan objek yang diminatinya itu.

Setiap keinginan manusia biasanya didasari oleh adanya dorongan untuk mencapai tujuan atau terpenuhinya kebutuhan. Adanya daya dorong ini dinamakan motivasi. Dalam beberapa terminologi, motivasi dinyatakan sebagai suatu kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), gerakan hati (*impulse*), naluri (*instincts*), dan dorongan (*drive*), yaitu sesuatu yang memaksa organisme manusia untuk berbuat atau bertindak. Motivasi adalah sebuah konsep yang digunakan untuk menjelaskan inisiasi, arah dan intensitas perilaku individu. Motivasi merupakan kekuatan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan.¹⁶

Minat Nasabah yaitu adanya ketertarikan terhadap objek pada BMT, sehingga mendorong nasabah untuk mempercayakan melakukan transaksinya pada BMT dengan maksimal. Karena minat merupakan faktor yang berperan mendorong nasabah untuk menitipkan kelebihan dana yang mereka miliki, sehingga ia akan

¹⁶ NyayuKhodijah, Psikologi Pendidikan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014, h. 149-150.

bersedia melakukan kegiatan berkisar objek yang diminatinya. Minat inilah yang akan membuat nasabah rutin dan datang terus menerus untuk selalu menggunakan jasa dari BMT yang mereka minati.

Dengan adanya minat, maka nasabah akan menjalankan *prosedure* atau peraturan yang dibuat oleh BMT tersebut. Dan dengan adanya minat pula akan membentuk kerja sama yang baik antara nasabah dan BMT. Karena dengan adanya minat, nasabah tidak mungkin melanggar perjanjiannya dan memberi sikap yang positif terhadap BMT yang mereka minati.

Jika seseorang memiliki minat untuk menabung di suatu BMT atau lembaga keuangan syariah, ia akan lebih mudah diperkenalkan tentang produk-produk simpanan pada suatu BMT dan akan sering menitipkan kelebihan dananya tersebut. Karena minat yang besar akan suatu BMT atau Lembaga Keuangan Syari'ah itulah yang akhirnya akan membuat seseorang memutuskan untuk menabung atau menitipkan uangnya ke lembaga keuangan syariah. Namun apabila seseorang itu tidak memiliki minat untuk menabung di lembaga keuangan syariah maka tak khayal akan memicu pemikiran-pemikiran yang negatif terhadap lembaga keuangan syariah tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu:

1. Faktor produk

Produk merupakan hal penting guna untuk menarik seseorang untuk menggunakannya. Adapun indikator yang digunakan adalah produk yang bervariasi, kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan, biaya administrasi yang murah, jasa pembiayaan yang lebih rendah dibandingkan biaya administrasi di bank konvensional.

2. Faktor promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh BMT kepada nasabah yang kemudian diharapkan nasabah menjadi senang lalu menggunakannya. Adapun indikator yang publisitas, tersedianya media informasi, adanya pemberian hadiah.

3. Faktor pelayanan

Pelayanan adalah suatu tindakan langsung yang diberikan lembaga kepada nasabahnya demi terciptanya loyalitas dan kepuasan nasabah. Adapun indikator yang digunakan adalah keramahan pelayanan, efisiensi dan kecepatan layanan, kejelasan informasi, pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, serta pelayanan yang merata yang tidak membedakan terhadap status sosial.

4. Faktor fasilitas pelayanan

Fasilitas pelayanan tidak jauh beda dengan kualitas pelayanan yang juga sangat berpengaruh terhadap seseorang untuk menggunakan produk simpanan yang dimiliki BMT. Adapun indikator yang digunakan adalah tersedianya fasilitas yang memadai, kenyamanan ruang kantor BMT, serta tampilan gedung, sehingga nasabah merasa nyaman ketika berada didalam kantor guna melakukan transaksi.

5. Faktor kebutuhan

Kebutuhan merupakan sifat alamiah seseorang sehingga dijadikan sebagai suatu motivasi dalam berperilaku, yaitu dengan memanfaatkan fasilitas simpanan yang ada di BMT. Adapun indikator yang digunakan adalah adanya karyawan yang mendatangi nasabah dalam melakukan transaksi simpanan dan penarikan.

6. Faktor referensi

Referensi merupakan suatu kelompok sosial yang dapat dijadikan sebagai ukuran seseorang dalam membentuk kepribadian dan perilaku. Adapun indikator yang digunakan adalah telah mengenal dengan baik salah satu atau lebih karyawan BMT pengaruh teman atau saudara, ketertarikan setelah melihat kelompok referensi lain menabung.

7. Faktor kemudahan

Khususnya kemudahan dalam mendapatkan jasa yang mana turut berperan penting dalam menarik seseorang untuk menggunakan jasa BMT yang tersedia. Indikator yang digunakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, kemudahan dalam prosedur, serta dekat dengan tempat tinggal.

8. Faktor keyakinan

Keyakinan serta pemahaman agama seseorang memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga terbatas dari larangan agama. Indikator yang digunakan adalah kesesuaian produk dengan syariat Islam, terbebas dari bunga akad dalam melakukan transaksi, keyakinan akan bank konvensional.¹⁷

2.2. Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian, penelitian ini juga pernah dikaji dan diteliti sebelumnya, diantaranya yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Ali Maskhur jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang tahun 2011 dengan judul *Hubungan Citra Murabahah dengan Minat Nasabah di BMT NU Sejahtera Mangkangdegan* hasil “ dapat diketahui bahwa nilai kofesiensi kolerasi antara citra

¹⁷Muhammad Imam Fauzi, Skripsi Analisis Minat Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Ijarah diBMT Bina Ihsanul Cabang Bugisan Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.

produk dengan minat nasabah adalah sebesar 0,901. Koefisien korelasi sebesar 0,901 berada di interval nilai korelasi $\geq 0,90-1,00$. Selain itu, hasil tersebut juga mengandung makna bahwa hubungan antara citra perusahaan dengan minat nasabah sebesar 90,01%. Keberadaan tersebut sekaligus mengindikasikan bahwa tingkat keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah sangat kuat atau tinggi.

Selain itu juga penelitian pernah dilakukan oleh Rifa'atul Machmudah Fakultas Syariah jurusan EI IAIN Walisogo Semarang tahun 2009 dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah di Bank*, dengan hasil penelitiannya “ semua variabel independen berpengaruh (secara parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang) dengan dilakukan uji secara parsial”.

Penelitian yang dilakukan oleh Driya Primasthi, jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malang dengan judul *Studi Komparasi Kualitas Tabungan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah di BRI Syariah dan BNI Syariah*. Hasil dalam penentuan bonus tabungan wadi'ah yad dhamanah BRI Syariah dan BNI Syariah sama-sama menerapkan kriteria bonus berdasarkan minimal rata-rata saldo nasabah dan minimal jangka waktu BNI Syariah

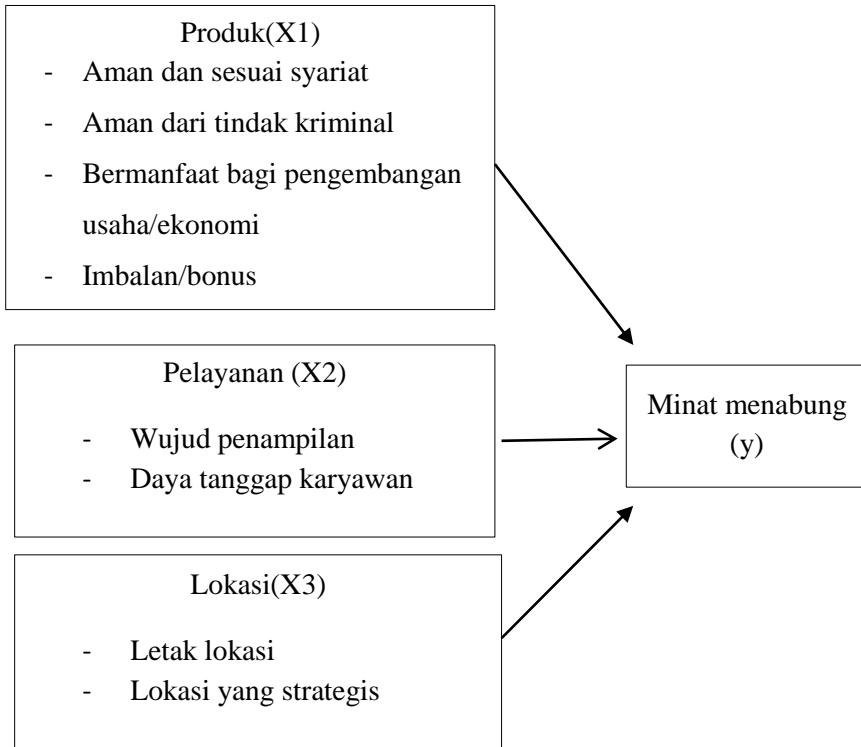
menawarkan nasabah dan ER yang lebih besar untuk tabungan *mudharabah mudlaqah*.

Penelitian yang dilakukan oleh Muzayyan Nugroho Mahasiswa Fakultas Syari'ah & Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul *Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah, dan Dana Simpanan Wadi'ah Terhadap Bonus Wadi'ah* dengan hasil penelitian, pendapatan bagi hasil, pendapat margin *murabahah*, dan dana simpanan *wadi'ah* terbukti berpengaruh simultan atau bersama-sama secara signifikan terhadap bonus *wadi'ah* ketiga Bank Umum Syariah tersebut. gabungan variabel independen penelitian ini dapat meenjelaskan variabilitas bonus *wadi'ah* sebesar 71,7%. Sedangkan secara persial hanya pendapatan bagi hasil yang berpengaruh negatif terhadap bonus *wadi'ah*, sedangkan pendapatan margin *murabahah* dan dana simpanan *wadi'ah* berpengaruh positif pada ketiga Bank Umum Syariah tersebut

2.3. Kerangka Penelitian

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya yang mempengaruhi minat masyarakat menabung adalah faktor produk, faktor promosi, faktor pelayanan, faktor fasilitas pelayanan, faktor kebutuhan, faktor kemudahan, faktor keyakinan. Penulis akan mengambil tiga yang akan digunakan sebagai acuan yaitu faktor pelayanan, faktor lokasi dan faktor produk.

Gambar 2.3.
Kerangka penelitian



2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari dua kemungkinan jawaban, kemungkinan jawaban tersebut dipilih berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka berdasarkan paparan diatas pada penelitian ini hipotesisnya adalah :

- Ho : Tidak terdapat pengaruh produk simpanan mutiara, pelayanan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di KJKS Tamzis cabang Batur.
- Ha : Terdapat pengaruh produk simpanan mutiara, pelayanan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di KJKS Tamzis cabang Batur.