

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Bank Syari'ah

1) Pengertian Bank Syariah

Menurut undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syari'ah yang menjelaskan pengertian bank syari'ah pada pasal 1 ayat (1) yaitu segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. secara kelembagaan perbankan syariah di indonesia dapat dipetakan menjadi bank umum syari'ah, bank pembiayaan rakyat syari'ah (BPRS) dan Baitul Maal Wat Tamwil(BMT).¹

Sedangkan menurut Muhammad, Bank Syari'ah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau bank Syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga.² Bank Islam atau biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2009, Cet Ke 1, hlm 45.

² Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002, hlm 7.

dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'at Islam.³ Bank syari'ah berbeda dengan bank konvensional.

Perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional disajikan dalam tabel 2.1 berikut ini⁴ :

Tabel 2.1

Bank syariah	Bank konvensional
1. Melakukan investasi yang halal	1. Investasi yang halal dan haram
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa	2. Memakai perangkat bunga
3. Profit dan falah oriented	3. Profit oriented
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan	4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur-kreditur
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	5. Tidak terdapat dewan sejenis

³ *Ibid*, hlm 13.

⁴ M.Sholahuddin, *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006, hlm 16.

2) Tujuan Bank Syari'ah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut :

- a) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat.
- b) Meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan
- c) Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya
- d) Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank Syari'ah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi bank – bank dengan metode lain.⁵

3) Peran Bank Syari'ah

Peran bank syari'ah adalah :

- a) Manajer Investasi, bank Islam dapat mengelola investasi dana nasabah.

⁵ Edy Wibowo, dan Untung Handy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syari'ah?*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005, hlm 37.

- b) Investor, bank Islam dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c) Penyediaan Jasa Keuangan dan Lalu Lintas Pembayaran, bank Islam dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagai mana lazimnya institusi perbankan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah.
- d) Pelaksanaan Kegiatan Sosial, sebagai suatu ciri yang melekat pada entitas keuangan Islam.⁶

4) Struktur Organisasi Bank Syari'ah

Bank Syari'ah dapat memiliki struktur yang sama dengan bank konvensional, misalnya dalam hal komisaris dan direksi, tetapi struktur yang amat membedakan antara bank Syari'ah dan bank konvensional adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syari'ah yang bertugas mengawasi operasional bank. Dan adanya Dewan Syari'ah Nasional yang bertugas mengawasi produk-produk lembaga keuangan Syari'ah agar sesuai dengan Syari'ah Islam.⁷ Secara jelas posisi DPS dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut⁸:

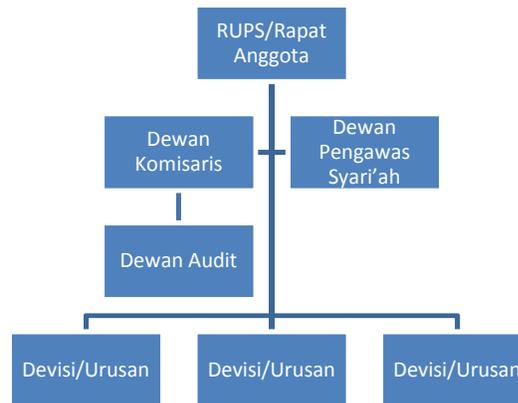
⁶ Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institute Banking Indonesia, *Konsep, Produk, Implementasi Operasional Bank Syari'ah*, Jakarta: Karya Unipress, 2002, hlm 23-24.

⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm 30-32.

⁸ Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah, *op cit*, hlm 30.

Gambar 2.1

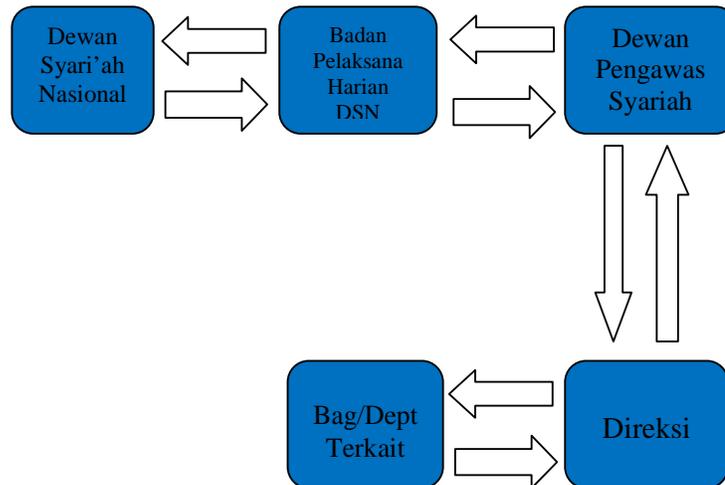
Bank Umum Syari'ah



a) Dewan Pengawas Syari'ah (DPS)

Peran utama para ulama dalam dewan pengawas syari'ah adalah mengawasi jalannya operasional bank sehari-hari agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan syari'ah. Dewan pengawas syari'ah harus membuat pernyataan secara berkala (biasanya tiap tahun) bahwa bank diawasi telah berjalan sesuai dengan ketentuan syari'ah. Tugas lain dari dewan pengawas syari'ah adalah meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari bank yang diawasinya. Dengan demikian, dewan pengawas syari'ah bertindak sebagai penyaring pertama sebelum suatu produk diteliti kembali dan difatwakan oleh dewan syari'ah nasional.

Gambar 2.2

Struktur Dewan Syariah Nasional

b) Dewan Syari'ah Nasional (DSN)

Dewan syari'ah nasional dibentuk pada tahun 1997 dan merupakan hasil rekomendasi lokakarya reksadana syari'ah pada bulan juli tahun yang sama. Fungsi utama dewan syari'ah nasional adalah mengawasi produk-produk lembaga keuangan syari'ah agar sesuai dengan syari'ah islam, meneliti dan memberi fatwa bagi produk-produk yang dikembangkan oleh lembaga keuangan syari'ah. Selain itu dewan syari'ah nasional bertugas memberikan rekomendasi para ulama yang akan ditugaskan

sebagai dewan syari'ah nasional pada suatu lembaga keuangan syari'ah.⁹

2.1.2 Atribut produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi panca indera). Produk dapat berupa obyek fisik, jasa (tidak terdeteksi panca indera), orang, tempat, organisasi dan ide.¹⁰

b. Pengertian Atribut Produk

Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ditetapkan oleh pembeli.¹¹ Menurut Fandy Tjiptono, atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.¹²

Dengan adanya atribut yang melekat pada suatu produk yang digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan. Bagi perusahaan dengan mengetahui atribut-atribut apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian maka dapat ditentukan strategi

⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *op cit*, hlm 31-32.

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 1997, hlm. 274

¹¹ Kotler, *Prinsip – Prinsip Pemasaran.*, Jakarta: Prenhallindo, Jilid 1, 1997, hlm. 72

¹² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, Cet.1, 1997, hlm. 103

untuk mengembangkan dan menyempurnakan produk agar lebih memuaskan konsumen. Suatu produk harus memiliki atribut yang mendukungnya, contohnya adalah harga yang berfungsi sebagai harga beli yang berlaku bagi konsumen.

Di samping itu perlu dilakukan beberapa inovasi terhadap atribut produk yang dihasilkan seperti peningkatan kualitas suatu produk. Hal ini perlu dilakukan untuk memperluas pangsa pasar dan agar perusahaan bisa tetap mempertahankan konsumennya.

c. Unsur-unsur dalam Atribut Produk

Atribut-atribut produk dari bank syari'ah adalah:

- 1) Tidak mengandung unsur riba.
- 2) Hasil investasi dibagi menurut sistem bagi hasil.
- 3) Menghindari unsur *gambling*/ judi (*maisir*).
- 4) Melakukan investasi yang halal.
- 5) Melakukan aktivitas sesuai dengan syari'ah.¹³

Kotler dan Gary membagi atribut produk menjadi 3 yaitu:¹⁴

1) Mutu Produk

Mutu adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk didalamnya keawetan,

¹³ Iqbal dalam Rahman El-Yunusi, *Jurnal: Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah (pada Bank Muamalat Kota Semarang)*, Jurnal: *Annual Converence on Islamic Studies* ke 9 tahun, Dosen Prodi Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, 2009, hlm. 2

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *op.cit.*, hlm. 279

keandakan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lain.¹⁵

2) Sifat-Sifat Produk

Suatu produk dapat ditawarkan dengan berbagai sifat. Sifat adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan sifat baru yang dibutuhkan dan dinilai tinggi oleh pelanggan adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing.¹⁶

3) Rancangan Produk

Rancangan produk adalah proses merancang gaya dan fungsi produk: menciptakan produk yang menarik, mudah, aman, tidak mahal untuk dipergunakan dan diservis serta sederhana dan ekonomis untuk dibuat dan didistribusikan.¹⁷

2.1.3 Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan.¹⁸

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 281

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 282

¹⁸ Anton M. Moeliono dkk, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1999, hlm. 225.

aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil.¹⁹

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.²⁰ 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.²¹

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.²²

Ada beberapa tahapan minat dalam menabung antara lain:

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

¹⁹ Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, Semarang: IKIP, 1994, hlm. 4.

²⁰ WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982, hlm. 650.

²¹ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997, hlm. 62.

²² Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, hlm. 120.

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 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.

2.1.3.1 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.²³

²³ Abdul Rahman Saleh, *op. cit*, hlm. 264.

2.1.3.2 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.²⁴

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!, dan Tuhanmu Yang Maha Pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia

²⁴ Andi Mappiare, *op.cit*, hlm. 65

*mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahui-Nya”(Q.S. Al-Alaq: 3-5).*²⁵

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 karunia-Nya dapat berguna dengan baik pada diri dan lingkungan kita berada.²⁶

2.2 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 *religijs stimuli*, variabel reputasi, variabel *profit sharing*, dan variabel

²⁵Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan Terjemahnya*, Jakarta: DEPAG ,1989, hlm. 939.

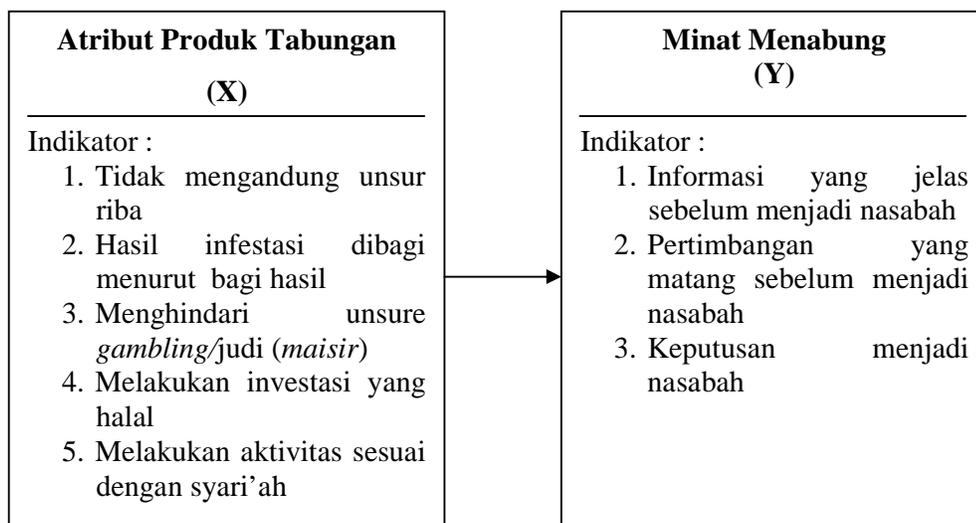
²⁶ Abdul Rahman Saleh, *op. cit*, hlm. 272

promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang.²⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Yunny Novia Aminati dengan judul “*pengaruh atribut produk dan citra merek (brand image) terhadap motivasi nasabah bank muamalat indonesia cabang kodus menggunakan shar’e*”. alat analisis yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen (atribut produk dan citra merek) berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik

Kerangka fikir mengenai pengaruh atribut produk tabungan terhadap minat nasabah menabung di bank BNI syari’ah cabang semarang yaitu:



²⁷ 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

2.4 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.²⁸

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut: “Atribut produk tabungan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung.”

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992, hlm. 65.