

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Bank

Bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2003). Dari definisi bank diatas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, Artinya usaha perbankan selalu berkaitan dengan bidang keuangan. Usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama yaitu :

- a. Menghimpun dana
- b. Menyalurkan dana
- c. Memberikan jasa bank lainnya

Kata bank sendiri berasal dari kata *banque* yang diambil dari bahasa Perancis dan dari kata *banco* yang diambil dari bahasa Italia, yang mempunyai arti peti atau lemari atau bangku. Kata lemari atau peti mempunyai arti sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga seperti emas, berlian, uang dan sebagainya. Sedangkan istilah bank di dalam Al Quran tidak disebutkan secara terperinci. Tetapi, jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur,

manajemen fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebutkan dengan jelas seperti zakat, *sodaqoh*, *ghanimah* (rampasan perang), *ba'i* (jual beli), *dayn* (utang dagang), *maal* (harta), dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi (Sudarsono dalam Maysun, 2005)

2. Jenis Bank

Jenis bank dapat digolongkan menjadi beberapa golongan tidak hanya berdasarkan jenis kegiatan usahanya, melainkan juga mencakup bentuk badan hukumnya, pendiriannya, kepemilikannya dan target pasarnya. Sebelum diberlakukannya undang-undang nomor 7 Tahun 1992, bank digolongkan berdasarkan jenis kegiatan usahanya, seperti bank tabungan, bank pembangunan dan bank ekspor-impor. Setelah undang-undang tersebut berlaku, jenis bank yang diakui secara resmi hanya terdiri dari 2 jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan. Sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas. Jenis- jenis bank terdiri dari

- a. Jenis Bank Menurut Jenis Kegiatan Usahanya.
- b. Jenis Bank Menurut Badan Hukumnya.
- c. Jenis Bank Menurut Pendiriannya
- d. Jenis Bank Menurut Kepemilikannya.
- e. Jenis Bank Menurut Target Pasarnya.

3. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut UU No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip sesuai syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Syariah (Andri Soemitra, 2009). Triandu Budisantoso dan Sigit (2006) mendefinisikan bank syariah sebagai bank yang dalam aktivitasnya, baik menghimpun dana maupun dalam penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Sedangkan Kuncoro (2002) mendefinisikan bank syariah sebagai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang mengacu kepada ketentuan-ketentuan dalam Al-Quran dan Al-Hadist diharapkan dapat menghindari kegiatan- kegiatan yang mengandung unsur-unsur riba dan bertentangan dengan syariat islam. Pengertian Bank Syariah itu sendiri menurut praktisi ekonomi islam yaitu Syafi'i Antonio dan Karnaen Perwaatmadja, Bank Syariah dibedakan menjadi dua, yaitu:

1) Bank Islam, adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang telah dijelaskan dalam agama Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al Quran dan Hadits.

2) Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam, adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.

Dalam tata cara yang ada dalam Agama Islam yang dilakukan untuk menjauhi praktek riba adalah dengan melakukan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan. (Lestari,2006) mengatakan bahwa syariah mempunyai arti peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah SWT untuk dipatuhi oleh kaum muslimin. Syariah disini merupakan salah satu penghubung antara Allah SWT dengan umat manusia, maka jelas bahwa bank syariah merupakan bank yang berdasarkan aturan – aturan yang telah ada pada Agama Islam.

Sedangkan Bank Indonesia memberikan pengertian bahwa Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Dasar sistem perbankan syariah sebenarnya dapat dikemukakan secara sederhana. Operasi institusi keuangan Islam terutama berdasarkan pada prinsip *profit and loss sharing*. Bank Islam tidak

membebankan bunga, melainkan mengajak partisipasi dalam bidang usaha yang didanai. Pada deposito juga sama-sama mendapat bagian dari keuntungan bank sesuai dengan rasio yang telah ditetapkan pada akad yang telah disepakati. Dengan demikian, ada kerjasama antara bank Islam dan para deposan di satu pihak, dan antara bank dan nasabah investasi sebagai pengelola sumber daya para deposan dalam berbagai usaha produktif di pihak lain. Sistem ini berbeda dengan bank konvensional yang pada intinya meminjam dana dengan membayar bunga pada satu sisi neraca dan memberikan pinjaman dana dengan menarik bunga pada sisi lainnya.

b. Produk Bank Syariah

Bank syariah tugas yang mempunyai sebagai lembaga intermediasi menerima pendanaan dari nasabah dan meminjamkannya kepada nasabah (unit ekonomi) lain yang membutuhkan dana. Atas pendanaan para nasabah itu bank memberi imbalan berupa bagi hasil. Demikian pula, atas pemberian pembiayaan itu bank mewajibkan bagi hasil kepada para peminjam. Peran bank syariah dianggap mampu untuk membantu masyarakat, dan kegiatan perbankan dapat dianggap sebagai hal bagi masyarakat untuk membawa mereka kepada kegiatan tolong-menolong dan menghindari adanya dana yang tidak dijalankan sebagaimana mestinya (dana menganggur). Selain itu bank syariah

juga menyediakan produk-produk jasa yang dapat dimanfaatkan oleh nasabahnya.

Secara umum keseluruhan transaksi di perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yakni (Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2008):

1) Produk penghimpunan dana (*funding*)

Produk-produk yang disebutkan disini adalah produk yang bertujuan untuk menghimpun dana yang berasal dari masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah simpanan diterima berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharab*, yaitu:

a) Giro syariah

Giro merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindah bukuan.

b) Tabungan Syariah

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

c) Deposito Syariah

Deposito merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank.

2) Produk pembiayaan/penyaluran dana (*financing*)

Definisi pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang disetujui oleh kedua belah pihak yaitu Bank Syariah dengan pihak lain yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujroh*, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Produk-produk yang ada di sini adalah produk yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah pembiayaan dibedakan menjadi:

a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk:

- (1) *Mudharabah* adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai dengan syariah Islam, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

(2) *Musyarakah* adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan atau barang untuk menjalankan usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.

b) Transaksi jual beli dalam bentuk:

(1) *Murabahah* adalah transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

(2) *Salam* adalah transaksi jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh.

(3) *Istishna* yaitu transaksi jual beli barang yang dilakukan dengan cara melakukan pemesanan

c) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk:

(1) *Ijarah* adalah transaksi sewa menyewa yang berwujud barang atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan

(2) *Ijarah muntahiyah bittamlik* adalah transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan pilihan perpindahan hak milik objek sewa.

d) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk:

Piutang *Qardh* adalah transaksi pinjam meminjam dana yang dilakukan dengan cara tanpa menerima imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

e) Transaksi multijasa dalam bentuk:

(1) *Ijarah* adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.

(2) *Kafalah* adalah transaksi penjaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga atau yang bertanggung (*makful lahu*) untuk memenuhi kewajiban pihak kedua (*makful anhulashil*).

3) Produk pelayanan jasa (*service*)

Produk-produk yang tergabung disini adalah produk yang dibuat untuk melayani kebutuhan masyarakat yang berbasis pendapatan tanpa *exposure* pembiayaan. Dalam sistem perbankan syariah produk pelayanan jasa , yaitu:

a) *Letter of Credit (L/C) Import Syariah*

Letter of Credit (L/C) Import Syariah yaitu surat pernyataan akan membayar kepada Eksportir (*beneficiary*) yang diterbitkan oleh Bank (*issuing bank*) atas permintaan Importir dengan pemenuhan persyaratan tertentu (*Uniform Custom and Practice for Documentary Credits / UCP*)

b) Bank Garansi Syariah

Bank Garansi Syariah yaitu jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah bank selaku pihak yang dijamin kepada pihak ketiga dimaksud.

c) Penukaran Valuta Asing (Sharf)

Penukaran Valuta Asing (Sharf) merupakan jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama (*single currency*) maupun

berbeda (*multi currency*), yang hendak ditukarkan atau diinginkan oleh nasabah.

c. Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik bank syariah tidak sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah (Andri Soemitra:2009)

- 1) Penghapusan riba
- 2) Pelayanan kepentingan publik dan realisasi sosio-ekonomi islam
- 3) Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersil dan bank investasi
- 4) Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal karena bank komersil syariah menerapkan *profit and loss sharing* dalam ventura, bisnis atau industri.
- 5) Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha
- 6) Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen bank pasar uang antar bank syariah dan instrumen syariah berbasis syariah.

d. Tujuan Bank Syariah

Tujuan bank syariah adalah untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan/bisnis yang dilakukan, namun bank syariah menghindari riba dan berlandaskan syariah dari setiap aktivitas dan produknya. Perbankan syariah tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan secara komersial, namun dituntut untuk menghasilkan laba secara komersial dan sungguh-sungguh menampilkan realisasi nilai-nilai syariah.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Sehubungan dengan kontrak personal yang sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan, setiap perusahaan memerlukan *service excellence* maksudnya pelayanan yang unggul yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan. Jika karyawan melakukan hal kepada nasabah maka nasabah akan merasa nyaman dan senang melakukan transaksi di bank tersebut. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Menurut Wyckof yang dikutip oleh Tjiptono (2000) bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Geotch

dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2000) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah penyampaian secara *excellence* atau superior dibandingkan oleh harapan konsumen. Menurut Payne (2007) kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Lovelock dalam Tjiptono (2000) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik atau buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Menurut Tho in (2011) bahwa kualitas pelayanan lebih menitikberatkan pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Kualitas, dalam organisasi jasa tentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk atau jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Umar (2000), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

1) *Tangibles*

Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Dimensi ini merujuk pada fasilitas fisik, peralatan dan penampilan dari para personil.

2) *Reliability*

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3) *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4) *Assurance*

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan

keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain

5) *Emphaty*

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*acces*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

5. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Menurut Lupiyoadi (2001) mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Jadi lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan

b. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Menurut Kotler (2002) salah satu kunci sukses adalah lokasi. Lokasi di mulai dengan memilih komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian menurut Ma'ruf (2005) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di mana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di bandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama,

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi menurut Lupiyoadi (2001), yaitu:

1) Konsumen mendatangi pemberi jasa

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat

dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2) Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa tetap berkualitas.

3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung

Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, ataupun surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.

c. Pertimbangan-pertimbangan dalam Penentuan Lokasi

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Pertimbangan-pertimbangan dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor sebagai berikut (Tjiptono, 2000):

1) Akses

Misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

2) Visibilitas.

Misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.

3) Lalu lintas (*traffic*) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

- a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi peluang terjadinya *impulse buying*.
- b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
- c) Tempat parkir yang luas dan aman.
- d) Ekspansi.
- e) Lingkungan.
- f) Persaingan.

Tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk bisnis jasa adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.

6. Bagi Hasil

Setiap pembelian produk jasa maupun barang, konsumen dipengaruhi oleh tingkat keuntungan atau manfaat yang akan diperolehnya dari produk tersebut. Adapun tingkat keuntungan yang akan diperoleh konsumen pada jasa bank terutama bank syariah adalah bagi hasil. Bagi hasil artinya kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat". Konsekuensi dari kesepakatan

tersebut adalah resiko ditanggung bersama. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana (pihak bank) dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan jika rugi usaha maka harus dirasakan bersama pula (Al-Qardhawi, 2001).

Wirosa (2005) menyatakan “ dalam bank syariah, imbalan yang diberikan kepada para deposan (penghimpun dana) sangat tergantung pada pendapatan yang diperoleh atas pengelolaan atau penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah, khususnya pendapatan yang telah diikuti dengan aliran kas masuk (*cash basis*) sehingga dari bulan ke bulan berikutnya penghasilannya tidak selalu sama”. Pembayaran imbalan bank syariah kepada deposan (pemilik dana) dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh oleh bank sebagai *mudharib* atau pengelola dana *mudharabah* tersebut, apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil maka distribusi hasil usaha juga didasarkan pada jumlah yang kecil pula.

Menurut Didin dalam Hamidi (2003) “bagi hasil dalam bank syariah tidak mengenal pemberlakuan keuntungan mutlak dimuka kepada para investornya”. Keuntungan bagi hasil yang diterima tidak tetap tetapi sesuai dengan keuntungan yang diperoleh bank. Sebaliknya, jika dalam perjanjian usaha tersebut mengalami kerugian, maka baik investor maupun pengelola dana yang menjalankan proyek akan

menanggung secara bersama-sama sesuai dengan *share* yang dimiliki. Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan kaidah *al-mudharabah* dan *al musyarakah*. *Al-mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola atau perjanjian atas suatu jenis perkongsian dimana pihak pertama menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. *Al-musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

a. Jenis- Jenis *al-Mudharabah*

1) *Mudharabah Muthlaqah*.

adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

2) *Mudharabah Muqayyadah*.

atau disebut juga dengan istilah *specified mudharabah* merupakan kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*, dimana si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha.

b. Jenis- Jenis *al-Musyarakah*

1) Musyarakah Pemilikan

Tercipta karena warisan, wasiat atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam *musyarakah* ini, kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut.

2) Musyarakah Akad

Tercipta dengan cara kesepakatan di mana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *musyarakah*. Mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian

7. Biaya Administrasi

Pengertian biaya menurut standar akuntansi keuangan (1999) adalah aliran dana atau sumber daya yang dihitung dalam satuan moneter yang dikeluarkan guna memenuhi pengeluaran perusahaan atau sering disebut beban perusahaan.

Definisi biaya adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus kas atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Selain itu pengertian biaya secara luas mengandung 4 unsur antara lain :

- a. Merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- b. Diukur dengan satuan uang.
- c. Yang telah terjadi atau yang akan terjadi.
- d. Untuk tujuan tertentu.

Biaya administrasi atau yang lebih dikenal di dunia perbankan dengan maintenance fee adalah suatu biaya yang diberikan kepada nasabah pada suatu bank. Sebagai contohnya : biaya administrasi rekening koran, iuran tahunan kartu kredit . nasabah bisa tidak dikenai biaya tersebut jika nasabah dapat memelihara saldo minimum tertentu sesuai dengan kebijakan bank tersebut. Biaya administrasi yang diberikan kepada nasabah antara bank yang satu dengan bank lainnya tentunya akan berbeda dan oleh karena itu biasanya nasabah cenderung akan memilih bank dengan biaya administrasi yang lebih sedikit. Untuk beberapa bank yang ada di Indonesia memang memiliki biaya yang berbeda-beda ada beberapa hal yang membuat nasabah harus mengetahui dahulu biaya administrasi pada sebuah bank. Berikut ini adalah alasan mengapa nasabah harus mengetahuinya.

- a. Nasabah harus menghitung jumlah tabungan yang akan mereka dapatkan jika mereka akan menggunakan bank tersebut

- b. Nasabah harus mengetahui jumlah potongan yang akan diberikan dari pihak bank agar tidak terjadi kesalahpahaman antara 2 belah pihak.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Maski (2010) melakukan penelitian di Malang, Jawa Timur menemukan bahwa keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dalam menabung dipengaruhi oleh variabel karakteristik syariah, pelayanan dan kepercayaan pada bank, pengetahuan dan obyek fisik bank. Dan pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah adalah variabel pelayanan dan kepercayaan.
2. Ayoe Niken Pratiwi (2010) melakukan penelitian di Surakarta, Jawa Timur menemukan bahwa kualitas keagamaan, tingkat pendidikan mempengaruhi keputusan masyarakat muslim di kota Surakarta untuk menggunakan bank syariah sedangkan variabel pendapatan, usia, jenis kelamin dan jarak rumah nasabah tidak mempunyai pengaruh dalam memutuskan menggunakan bank syariah.
3. Fatimah Sofiani (2008) melakukan penelitian dengan objek penelitian di BCA Pusat Pembantu Pasar Medan dengan 50 responden. Hasilnya bahwa nasabah BCA Bizz telah merasa puas dengan pelayanan yang ada dan pengaruhnya terhadap tingkat tabungan sangat berpengaruh karena dapat meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah tabungan yang ada.

4. Bariah, Zaenal Abidin dan Harlina Nurtjahjanti (2008) pernah meneliti tentang Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank Dengan Minat Menabung Nasabah PT. BRI Kantor Cabang Ungaran. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 nasabah. Hasilnya bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dengan minat menabung nasabah PT. BRI di Kantor Cabang Ungaran. Sumbangan efektif dalam penelitian ini adalah 71,5%. Artinya sebesar 71,5% minat menabung nasabah PT. BRI di Kantor Cabang Ungaran diprediksi oleh variabel kualitas layanan, sedangkan 28,5% sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian.
5. Muhammad Tho in (2011) mengadakan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 responden nasabah. Hasil analisis yang telah diuraikan, dapat disimpulkan. Pertama, pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Kedua, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan nasabah, baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai F hitung F tabel (30,744-2,45) pada taraf signifikansi 5%. Ketiga, Variabel

reliability merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t- hitung variabel reliability (4,004) lebih tinggi dari t hitung variabel lainnya tangibles (3,106), responsiveness (3,779), assurance (2,614), dan empathy (3,188). Hal ini berarti jika kehandalan dalam memberikan pelayanan menyebabkan nasabah merasa puas

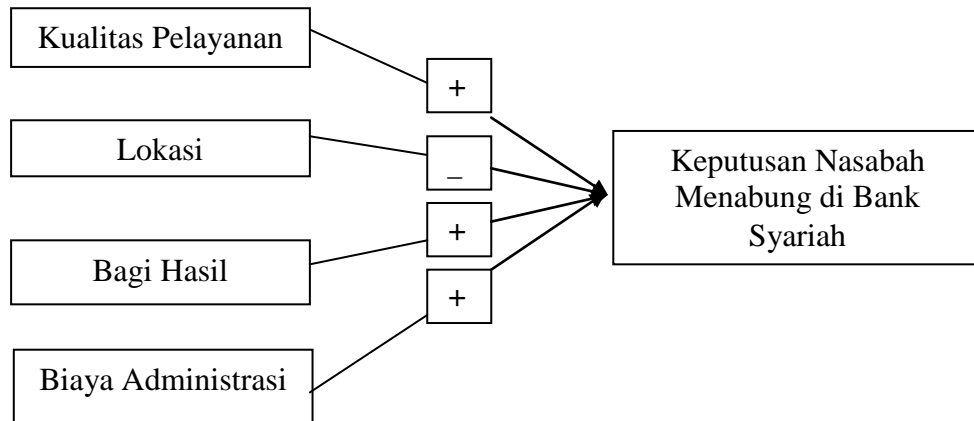
C. Hipotesis

Dari landasan teori yang telah di paparkan di atas, maka dalam penelitian kali ini di dapatkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah yang ada di Kabupaten Sleman.
2. Diduga lokasi bank syariah mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah yang ada di Kabupaten Sleman.
3. Diduga bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah yang ada di Kabupaten Sleman.
4. Diduga biaya administrasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah yang ada di Kabupaten Sleman.

D. Kerangka Konseptual

Berdasarkan batasan penelitian dan beberapa variabel yang mendorong masyarakat untuk menabung di Bank Syariah yang ada di Kabupaten Sleman , maka kerangka konseptual penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian