

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilaksanakan oleh beberapa peneliti terdahulu terkait minat menabung masyarakat dan santri di Bank Syariah antara lain:

1. *Jurnal Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 4, Nomor 1, 43-61 (Rusdianto dan Ibrahim, 2016: 60) yang berjudul “Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati”, menjelaskan bahwa produk-produk bank syariah memberikan kontribusi bagi minat menabung khususnya masyarakat di kecamatan Kota Pati Kabupaten Pati. Selain itu, persepsi masyarakat juga mampu memoderasi antara produk bank syariah dengan minat menabung, karena bank syariah mampu memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa produknya terbebas dari unsur riba.

Relevansi peneliti Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim adalah masyarakat di Kota Pati ini tergolong cerdas dalam memilih produk bank syariah ditengah ketatnya persaingan antar bank syariah. Hal ini memicu kualitas pelayanan bank syariah menjadi lebih baik. Sedangkan penulis mengkaji tentang produk BSM untuk memikat calon nasabahnya. Perbedaannya yaitu dalam jurnal diatas menambah variabel moderating (persepsi masyarakat) sebagai pendukung minat menabung masyarakat.

2. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 6, No. 2 (Fajri, Arifin, dan Wilopo, 2013: 8) yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran jasa terhadap keputusan menabung”, menjelaskan bahwa variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), lokasi (X7), secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan menabung (Y).

Relevansi penulis dengan jurnal diatas adalah mengkaji bauran pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. hal ini dilakukan disesuaikan dengan waktu yang disesuaikan dengan pihak perusahaan untuk terus mengenali bauran pemasaran yang diharapkan nasabah. Sedangkan penulis menekankan pada promosi dan produk pemasaran yang dilakukan oleh BSM.

3. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1 (Pertiwi dan Ritonga, 2012: 68) yang berjudul “Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran”, menjelaskan ada 3 faktor dalam pengambilan keputusan menabung masyarakat Kota Kisaran, yaitu faktor layanan, faktor keyakinan dan faktor lokasi. Dari 3 faktor tersebut, faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat dengan frekuensi 51% pada keyakinan dan 51% pada sesuai syariah dari total frekuensi yang ada.

Relevansi peneliti Dita Pertiwi dan Haroni Doli H Ritonga adalah demi pertumbuhan dan perkembangan Bank Muamalat di Kota Kisaran, diharapkan pihak perbankan lebih meningkatkan pelayanan dan SDM.

Sehingga informasi dan kepercayaan masyarakat Kota Kisaran menjadi lebih baik. Sedangkan penulis mengkaji tentang pemasaran yang dilakukan oleh BSM dalam menarik minat menabung nasabah.

4. *Jurnal Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 5, Nomor 1. (Ortega D. dan Alhifni A, 2017: 87-98) yang berjudul” Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah”, menjelaskan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan 2 kriteria yakni pertama, media yang mendapat tanggapan lebih tinggi (televisi dan internet). Kedua lebih rendah adalah media koran.

Relevansi peneliti Ortega D. dan Alhifni A adalah saat ini masyarakat sudah tidak banyak yang menggunakan media koran sebagai sumber informasi sehingga bank syariah perlu mengurangi kegiatan promosi melalui koran. Sedangkan penulis mengkaji tentang pemasaran BSM melalui promosi yang dilakukannya.

5. *Jurnal Economia: Volume 10, Nomor 2* (Sumantri, Bagja. 2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah”, menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Kemudian terdapat pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.

Relevansi peneliti Sumantri Bagya yaitu semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan akan meningkatkan minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan penulis mengkaji tentang produk-produk bank syariah untuk menarik minat menabung nasabah.

B. Kerangka Teoritik

1. Manajemen Pemasaran

a. Pengertian manajemen pemasaran

Kata manajemen dalam bahasa arab disebut dengan *idarah*. *Idarah* berasal dari kata *adartasy-syai'a* atau perkataan '*adarta bihi* juga didasarkan pada kata *ad-dauran*. kemudian dalam Elias' Modern Dictionary English Arabic kata *management* (inggris), sepadan dengan kata *tadbir*, *idarah*, *siyasa* dan *qiyadah* (arab). Kata *tadbir* bisa kita temukan di dalam Al-Qur'an, *tadbir* diartikan penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan. Sedangkan menurut istilah, *idarah* (manajemen) yaitu suatu kegiatan khusus yang berhubungan dengan kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan yang bersangkutan dengan unsur pokok suatu proyek (Muhammad, 2011: 177).

Dalam konsep pemasaran modern disebutkan bahwa titik tolak dari kegiatan pemasaran yaitu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, sebisa mungkin memberikan pelayanan yang maksimal. (Muhammad, 2011: 223)

b. Konsep pemasaran

1) Promosi

Menurut Simamora (2003: 45) promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu, ataupun rumah tangga. Menurut Sutanto (2013: 56) alat-alat promosi terdiri: advertising (periklanan), sales promotion (promosi penjualan), public relation and publicity (hubungan masyarakat dan publisitas), personal selling (penjualan perorangan), direct marketing (pemasaran langsung).

2) Produk

Menurut M. Tohar (2000: 35) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Secara umum terdapat dua bentuk kegiatan utama dalam operasional bank Islam, yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana. Bank sebagai penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana dalam bentuk simpanan yang nantinya disalurkan dalam bentuk kredit dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak surplus dengan pihak defisit. Penghimpun dana di bank umum Islam dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional bank

- Islam yang telah diterapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat selama ini adalah prinsip wadiah dan mudharabah (Rivai, 2012: 87). Terdapat dua jenis wadiah, yaitu *wadiah amanah* dan *wadiah yad dhamanah*. *wadiah amanah* adalah harta atau barang titipan yang tidak boleh digunakan atau dimanfaatkan oleh penerima titipan (*safe deposit box*), sedangkan *wadiah yad dhamanah* adalah harta atau barang titipan yang boleh digunakan atau dimanfaatkan oleh penerima titipan. Dengan demikian terdapat dua jenis cara penghimpun dana berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*, yaitu giro *wadiah* dan tabungan *wadiah*. Pada penerapan prinsip *wadiah bi yad al-dhamanah*, bank dapat memanfaatkan dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana akan menjadi hak milik atau ditanggung oleh bank, sedangkan pemilik dana tidak memperoleh imbalan atau menanggung kerugian (Rivai, 2012: 89).
- c. Kiat-kiat khusus dan strategi pemasaran bank syariah (Muhammad, 2011: 232 & 236).

Tabel 2.1
Kiat dan Strategi Pemasaran Bank syariah

Konsumen/Produk	Produk Lama	Produk Baru
Konsumen Lama	Penetrasi Pasar	Pengembangan Produk
Konsumen Baru	Pengembangan Pasar	Diversifikasi

Berdasarkan tabel diatas, strategi pemasaran bank syariah dapat dijelaskan:

1) Penetrasi pasar

Starategi ini berlaku jika masih banyak calon nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran bank syariah. Hal ini terjadi karena produk belum dikenal, pesaing lebih agresif kepada calon nasabah, nasabah tidak mengetahui keunggulan produk bank syariah. Upaya yang dilakukan untuk penetrasi pasar ini yaitu: *low price high volume*, menambah lokasi, meningkatkan pelayanan cepat, melakukan promosi berhadiah untuk nasabah yang berprestasi.

2) Pengembangan pasar

Strategi ini berlaku jika sasaran nasabah lama sudah tidak mungkin bertambah lagi, sehingga harus dicarikan nasabah baru lagi secara geografis yang berbeda dengan pasar lama. Upaya yang dapat dilakukan adalah menambah lokasi sasaran atau membuka cabang baru di daerah lain dan strategi jemput bola.

3) Pengembangan produk

Strategi ini berhubungan dengan perubahan dan penyempurnaan produk yang ditawarkan kepada nasabah. Hal ini dilakukan agar usia produk yang ditawarkan tersebut dapat diperpanjang. Upaya yang harus dilakukan adalah melakukan modifikasi produk dari sisi pelayanan lebih cepat tanpa hambatan dan melakukan riset terkait

produk atau kebutuhan nasabah yang bisa dikembangkan untuk masa yang akan datang.

4) Diversifikasi produk

Strategi ini dilakukan untuk pengembangan produk baru tapi masih berkaitan dengan produk lama dan ditawarkan di pasar yang baru juga. Upaya yang dilakukan adalah melakukan riset mengenai kebutuhan nasabah dan membuat produk sesuai kebutuhan nasabah.

Dalam memasarkan produk-produk bank syariah, diperlukan kiat-kiat demi meningkatnya nilai jual bank syariah dan memantapkan *positioning* ditengah persaingan yang ada. Kiat-kiat khusus tersebut antara lain sebagai berikut:

- a) Memberikan penjelasan atau informasi kepada calon nasabah mengenai keunggulan produk bank syariah.
- b) Mengembangkan pola pembinaan kelompok ekonomi produktif (USEP) dan kelompok lainnya.
- c) Melakukan pendekatan secara intensif kepada lembaga pemerintah sebagai mitra kerja.
- d) Melakukan pendekatan kepada lembaga keuangan atau lembaga lain.
- e) Melakukan evaluasi mengenai rencana kerja yang lalu, sekarang dan yang akan datang.
- f) Meningkatkan mutu SDM secara syariah melalui pelatihan rutin mingguan atau bulanan.

- g) Berperan aktif disetiap kegiatan masyarakat setempat dalam upaya pengembangan kesejahteraan masyarakat menengah kebawah.

2. Bank

a. Pengertian Bank

Pengertian bank menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, adalah:

- 1) Bank yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.
- 2) Bank umum yaitu suatu badan usaha yang melakukan kegiatan dengan prinsip konvensional atau syariah yang dalam kegiatannya tersebut memberikan jasa dalam transaksi pembayaran.
- 3) Bank pengkreditan rakyat yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b. Fungsi pokok bank adalah:

- 1) Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi.
- 2) Menciptakan uang.
- 3) Menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat.

- 4) Menawarkan jasa keuangan lainnya.

c. Bank Syariah

- 1) Pengertian bank syariah

Bank Syariah adalah suatu lembaga yang tidak bergantung pada bunga. Yang dimaksud dengan bank Islam disini adalah lembaga keuangan/perbankan yang sistem operasional dan produknya berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. (Muhammad, 2011: 15).

Pada dasarnya bank syariah didirikan dengan maksud mempromosikan dan mengembangkan penerapan dengan prinsip Islam, syariah, dan tradisinya kedalam transaksi di perbankan syariah. Kemudian yang dimaksud dengan prinsip syariah yaitu prinsip hukum Islam dimana kegiatan perbankan dan keuangan yang dilakukan harus berdasarkan fatwa yang telah dikeluarkan oleh suatu lembaga yang memiliki kewenangan dalam bidang syariah dengan dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, keseimbangan, kemanfaatan, dan keuniversalan (*rahmatan lil 'alamīn*). (Soemitra, 2009: 35)

Perbankan syariah merupakan bank yang menerapkan nilai-nilai syariah salah satu diantaranya pelanggaran unsur riba, seperti dijelaskan pada beberapa ayat Al-Qur'an sebagai berikut: (Antonio, Muhammad, 2012: 48).

a) Surat Ali Imran ayat 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ط
وَ اتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S. Ali Imran ayat 130)

b) Surat Ar Ruum ayat 39:

وَمَا ءَاتَيْتُمْ مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوْا فِىۤ اَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوْا عِنْدَ اللّٰهِ ط
وَمَا ءَاتَيْتُمْ مِّن زَكٰوةٍ تُرِيْدُوْنَ وَجْهَ اللّٰهِ فَاُولٰٓئِكَ هُمُ
الْمُضْعِفُوْنَ ﴿٣٩﴾

“Dan sesuatu riba yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, padahal riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat dengan maksud mencari ridha Allah SWT, mereka adalah orang-orang yang melipat gandakan.” (Q.S. Ar Ruum ayat 39)

c) Surat Al Baqarah ayat 276:

يَمْحَقُ اللّٰهُ الرِّبَاۤ وَيُرْبِي الصَّدَقٰتِ ۗ وَاللّٰهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كٰفٰرٍ
اٰثِمٍ ﴿٢٧٦﴾

“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai orang-orang yang tetap dalam kekafiran.” (Q.S. Al Baqarah ayat 276)

Adapun pelarangan riba juga disebutkan dalam hadis Nabi, riwayat Muslim:

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ
الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

“Dari Jabir dia berkata, “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam melaknat pemakan riba, orang yang menyuruh makan riba, juru tulisnya dan saksi-saksinya.” Dia berkata, “Mereka semua sama”. (HR. Muslim)

2) Peranan bank syariah (Muhammad, 2011: 18):

- a) Sebagai perekat nasionalisme baru. Artinya bank syariah dijadikan fasilitator untuk membentuk jaringan usaha ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, bank syariah harus mencontoh keberhasilan Sarekat Dagang Islam, yang bisa dipraktekkan pada masa sekarang ini (nasionalis, demokratis, religius dan ekonomis).
- b) Memberdayakan ekonomi masyarakat secara transparan. Artinya sistem pengelolaan yang diterapkan di bank syariah harus sesuai dengan visi ekonomi kerakyatan, dan tujuan tersebut akan berhasil apabila terdapat mekanisme operasi yang transparan.
- c) Memberikan *return* yang lebih baik. Artinya investor di bank syariah tidak akan diberikan janji yang pasti mengenai *return* (keuntungan) dari investasi yang diberikan. Oleh sebab itu, bank

- syariah harus mampu memberikan *return* yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Disamping itu, nasabah pembiayaan akan memberikan bagi hasil sesuai dengan *return* yang diperolehnya. Sehingga pengusaha harus bersedia memberikan keuntungan lebih kepada bank syariah.
- d) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya bank syariah harus mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi yang lebih produktif. Sehingga spekulasi dapat ditekan.
 - e) Mendorong pemerataan pendapatan. Artinya bank syariah dapat mengumpulkan dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS). Kemudian dan tersebut disalurkan melalui pembiayaan *Qardul Hasan*, dengan tujuan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sehingga pemerataan ekonomi pun bisa terjadi.
 - f) Peningkatan efisiensi mobilisasi dana. Artinya dengan adanya produk *Al-Mudhārabah Al-Muqayyadah* berarti terjadi kebebasan investasi bank syariah atas dana yang diberikan oleh investor, maka bank syariah disini sebagai *finacial arranger* dan bank memperoleh bagi hasil, bukan karena terjadinya *spread* bunga.
 - g) *Uswah hasanah* implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.

3) Produk-produk bank syariah (Rivai dan Arifin, 2010:62):

Adapun produk-produk yang terdapat di bank syariah, yakni harus mengikuti ketentuan Al-quran dan hadist antara lain:

a) Prinsip simpanan

Istilah lain dalam simpanan ini yaitu *Al-Wadi'ah* yang artinya perjanjian antar pemilik barang (termasuk uang), dimana pihak penyimpan bersedia untuk menyimpan dan bertanggung jawab menjaga keselamatan barang yang dititipkan kepadanya. Prinsip ini dikembangkan dan lebih dikenal dalam bentuk produk simpanan, yaitu: Giro *Wadi'ah* dan Tabungan *Wadi'ah*.

b) Prinsip bagi hasil

Dalam prinsip ini terdapat tiga istilah yaitu:

(1) *Musyarakah*, yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik modal (barang atau uang) untuk membiayai suatu usaha. Keuntungan dari usaha tersebut dibagi sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak. Jika mengalami kerugian maka dibagi sesuai dengan modal masing-masing pihak.

(2) *Mudharabah*, yaitu perjanjian antara pemilik modal dengan pengusaha. Dalam perjanjian ini pemilik modal harus bersedia membiayai seluruh modal proyek yang dijalankan pengusaha dan pembagian hasil sesuai

perjanjian. Apabila mengalami kerugian maka sepenuhnya ditanggung oleh pemilik modal jika kerugian tersebut memang tidak ada penyelewengan dan penyalahgunaan dari pengusaha.

- (3) *Muzara'ah*, yaitu memberikan lahan pertanian yang kemudian digarap ataupun ditanami tanaman yang berujung hasil panen. Hasil panen tersebut akan diberi imbalan tertentu (persentase) sesuai dengan hasil panen.

c) Prinsip pengembalian keuntungan

Lebih dikenal dengan istilah jual beli, yaitu proses pemindahan kepemilikan suatu barang menggunakan media alat tukar uang.

Adapun macam-macamnya yaitu:

- (1) *Al-Musawwamah*, jual beli biasa akan tetapi pembeli tidak mengetahui berapa margin keuntungan yang diambil penjual.
- (2) *At-tauliah*, jual beli tanpa ada margin keuntungan sedikitpun, penjual menjadikan pembeli sebagai walinya (*Tauliah*) atas barang atau aset tersebut.
- (3) *Al-Murābahah*, jual beli dengan margin keuntungan yang telah disepakati.
- (4) *Al-Muwadhaah*, jual beli barang dengan harga jual lebih rendah dari harga beli.

- (5) *Al-Muqayyadah*, transaksi pertukaran barang dengan barang (barter).
 - (6) *Al-Mutlaq*, jual beli biasa dimana ditukar dengan uang.
 - (7) *Ash-Sharf*, jual beli valuta asing dimana uang ditukar dengan barang.
 - (8) *Ba'i bithaman ajil*, jual beli dengan margin yang telah disepakati dan dibayar secara kredit.
 - (9) *Ba'i As-salam*, jual beli dengan pembayaran dimuka dan barang diserahkan dikemudian hari.
 - (10) *Ba'i Al-istishna'*, kontrak pembuatan barang yang ditandatangani penjual dan pembeli.
- d) prinsip sewa (*ijarah*), yaitu perjanjian antara orang yang menyewakan (pemilik barang) dengan orang yang menyewa dimana penyewa bisa memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai perjanjian kedua belah pihak. Setelah masa sewa yang ditentukan berakhir, maka penyewa wajib mengembalikan barangnya kepada pemilik barang. Ijarah ini ada tiga macamnya, yaitu:
- (1) *ijarah muthlaqah (leasing)*, kegiatan sewa menyewa yang sering kita temui sehari-hari.
 - (2) *Ba'i At-Ta'jiri (Hire Purchase)*, kontrak sewa yang diakhiri dengan penjualan.

(3) *Musyārahah Mutanāqīshah* (*decreasing participation*), gabungan antara *musyārahah* dan *ijarah*/perkongsian dengan sewa.

e) Prinsip pengambilan fee yaitu:

(1) *Al-Kafalah/Guarante* adalah suatu jaminan yang diberikan penanggung (kafil) kepada pihak ketiga guna memenuhi kewajiban pihak kedua.

(2) *Al-Wakalah* adalah perjanjian pemberian kuasa kepada pihak lain yang mewakilinya atas nama tugas kerjasama pemberi kuasa.

(3) *Hiwalah* adalah pengalihan kewajiban dari yang mempunyai kewajiban kepada pihak lain.

(4) *Al-ju'alah* adalah kontrak pihak pertama kepada pihak kedua untuk memberikan imbalan atas tugas atau usaha yang diberikan.

f) prinsip biaya administrasi (*Al-Qard Al-Hasan/benevolent loan*) yaitu perjanjian perpinjaman uang atau barang dengan tujuan memberikan bantuan kepada pihak peminjam. Kemudian sang peminjam wajib mengembalikan uang tersebut sesuai dengan jumlah yang dipinjamkan.

3. Minat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Mappiare, 1997:62).

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a. Informasi yang jelas sebelum memilih
- b. Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- c. Keputusan memilih

Sehingga minat dapat dikatakan sebagai dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian, tujuan serta cita-cita yang telah menjadi keinginannya. Selain itu minat juga dapat muncul karena adanya faktor eksternal dan faktor internal.

4. Menabung

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, akan tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya. (Undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang Perubahan Atas undang-undang Nomor 10 tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan). Dalam perkembangannya beberapa lembaga keuangan sendiri menawarkan berbagai jenis produk tabungan untuk menarik minat nasabah. Hal ini juga ditunjukkan pada beberapa lembaga keuangan syariah lainnya.

Adapun pengertian tabungan syariah menurut Adiwarman A. Karim adalah tabungan yang di jalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemilik. (Karim, 2013: 357).

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk menabung, demi mempersiapkan hari esok yang lebih baik serta menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. (Antonio, 2012: 153). Allah berfirman dalam surat An-Nisaa' ayat 9:

وَلَوْ أَنَّ اللَّهَ فَليَتَّقُوا عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا ذُرِّيَّةً خَلْفَهُمْ مَن تَرَكُوا وَالَّذِينَ وَلِيخَشَ
سَدِيدًا أَقُولًا وَلِيَقَ

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar”. (QS. An-Nisa': 9)

5. Santri

Santri dalam dunia pesantren dikelompokkan menjadi dua macam, (Redaksi Ensiklopedia Islam, 1993: 105) yaitu:

1. Santri mukim

Adalah santri yang selama menuntut ilmu tinggal di dalam pondok yang disediakan pesantren, biasanya mereka tinggal dalam satu kompleks yang berwujud kamar-kamar. Satu kamar biasanya di isi lebih dari tiga orang, bahkan terkadang sampai 10 orang lebih.

2. Santri kalong

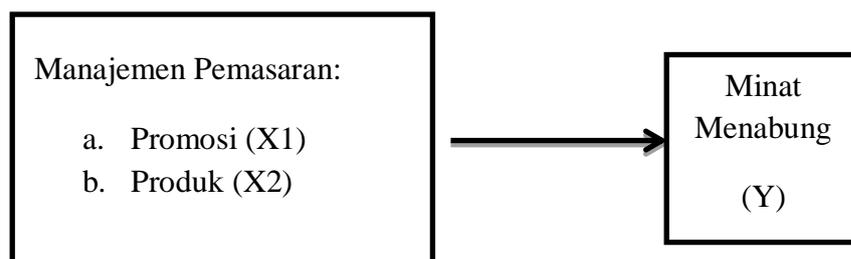
Adalah santri yang tinggal di luar kompleks pesantren, baik di rumah sendiri maupun di rumah-rumah penduduk di sekitar lokasi pesantren, biasanya mereka datang ke pesantren pada waktu ada pengajian atau kegiatan-kegiatan pesantren yang lain.

Para santri yang belajar dalam satu pondok biasanya memiliki rasa solidaritas dan kekeluargaan yang kuat baik antara santri dengan santri maupun antara santri dengan kiai. Situasi sosial yang berkembang di antara para santri menumbuhkan sistem sosial tersendiri, di dalam pesantren mereka belajar untuk hidup bermasyarakat, berorganisasi, memimpin dan dipimpin, dan juga dituntut untuk dapat mentaati dan meneladani kehidupan kiai, di samping bersedia menjalankan tugas apapun yang diberikan oleh kiai, hal ini sangat dimungkinkan karena mereka hidup dan tinggal di dalam satu kompleks.

6. Kerangka Penelitian

Dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



7. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2014: 93). Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1= variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung santri di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta.

H2= variabel produk berpengaruh positif terhadap minat menabung santri di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta.