

BAB II

LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan suatu teoritik yang kaitanya dinilai ada relevansinya dengan penelitian yang sekarang. Selain itu tinjauan pustaka menjadi suatu acuan ataupun pedoman penulis yang berkaitan dengan penelitian. Dari pengamatan penulis ditemukan beberapa artikel, skripsi, jurnal, dan buku yang sekaligus menjadi pembandingan dalam skripsi yang berkaitan dengan efektifitas sarana infaq mesin atm pada masyarakat kota Magelang sebagai nasabah di bank syariah Mandiri, penelitian diantaranya :

Pertama, penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”. Jurnal Ekonomi UIN raden Intan Lampung oleh Ahmad Abdilla Reza Agustus 2017. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan dapat mempengaruhi minat bertransaksi nasabah. Pada penelitian tersebut penulis berharap pelayanan teller yang kurang sigap dapat diperbaiki sehingga proses keberlangsungan transaksi pembayaran dapat berjalan efektif dan sangat baik. Hasil penelitian tersebut dikarenakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) kurang memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam tarik tunai langsung dan program pembayaran perkuliahan tidak tersedia pada menu aplikasi ATM tersebut. (Ahmad, 2017)

Kedua, penelitian dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Sistem Dan Trust Terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Infaq VIA ATM Bank Syariah Mandiri Pada Karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”. Jurnal Ekonomi oleh Landung Pambudi 2016. Dalam jurnal tersebut metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Jurnal tersebut membahas tentang pengaruh *trust* terhadap intensitas penggunaan aplikasi infaq via ATM. Hasil penelitian tersebut bahwa *trust* (kepercayaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan. (Landung, 2016)

Ketiga, penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Resiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan E-Banking”. Studi kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta oleh Dieshara Rachma Putri S1 Ekonomi Perbankan islam 2015. Pada penelitian ini menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk layanan e-banking dikalangan nasabah bank syariah mandiri cabang Yogyakarta, dan pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan e-banking dikalangan nasabah bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta. Metode yang digunakan penelitian menggunakan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kepercayaan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan e-banking. Dan variabel kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-banking. (Rachman, 2015)

Keempat, penelitian dalam jurnal “Analisis perilaku Masyarakat Dalam Bertransaksi Tunai”. Studi kasus pusat bisnis di jalan Malioboro. Oleh Wardha Fitria Ilmu ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2017. Penelitian ini bertujuan memberikan empiris mengenai ada tidaknya pengaruh antara pengetahuan masyarakat tentang program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), penggunaan kartu ATM, penggunaan kartu kredit dan penyediaan mesin Electronic data capture (EDC) terhadap transaksi tunai masyarakat. Sampel yang digunakan 100 responden pengunjung yang dipilih menggunakan simple random sampling dimana semua orang bisa menjadi responden menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 16. Dengan poin pernyataan pada kuesioner. Hasil dari penelitian tersebut bahwa program gerakan nasional non tunai (GNNT), penggunaan kartu ATM, penggunaan kartu kredit dan penyediaan mesin Electronic data capture (EDC) secara bersama-sama berpengaruh terhadap transaksi tunai masyarakat di pusat bisnis jalan Malioboro. Namun pengetahuan masyarakat sendiri mengenai program gerakan nasional non tunai tidak berpengaruh signifikan terhadap transaksi tunai masyarakat di pusat bisnis jalan Malioboro. (Fitria, 2017)

Kelima, penelitian yang dengan judul “Studi Persepsi Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Masyarakat Menggunakan Kartu ATM + Debet Sebagai Alat Transaksi”. Studi kasus pengunjung pasar modern kabupaten Sleman oleh Dhinda Pramungtyas 2017. Metode yang digunakan adalah metode survey. Peneliti memberikan kuesioner secara langsung terhadap pengguna kartu

ATM+debet sebagai alat transaksi dengan tujuan agar penelitian jadi lebih efektif dalam menjelaskan isi kuisioner secara tepat. Dalam pengukuran skala likert (Sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju) Hasil variabel selera mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan menggunakan ATM+Debet sebagai alat transaksi masyarakat kabupaten sleman. (Pramungtyas, 2017)

Keenam, Penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online”. Studi kasus nasabah BNI syariah Medan. Oleh Fadhilatul Fitri Program studi Ekonomi Islam 2016. Penelitian bersifat deskriptif kuantitatif penentuan sample dilakakukan dengan perhitungan rumus Slovin serta menggunakan table Krejcie-morgan. (Nugraha setiawan 2013) dengan tingkat kesalahan (margin eror) 5% atau 0,005 serta tingkat kepercayaan (confidence level) 95% atau 0,95 maka jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{(N)(d^2) + 1}$$

dimana :

n = Sampel

N = Populasi

d = nilai presisi 95%

$N = 125/125(0,05)^2 + 1 = 95,23$, dibulatkan 95.

Hasil penelitiannya menunjukkan pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan dan mutu e-banking secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat bertransaksi online. (Fitri, 2016)

Ketuju, penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Membayar Zakat, Infaq Dan Sedekah (Zis) Melalui Lembaga Amil Zakat Di Yogyakarta”. (Skripsi) Oleh Rio Pratikto Ekonomi dan Bisnis 2017. Penelitian menggunakan kuantitatif. Pada penelitian ini yang menjadi variabel penelitian yakni minat muzakki dalam membayar infaq dipengaruhi oleh adanya pengaruh religious terhadap keputusan untuk berinfaq. (Praktiko, 2017)

Kedelapan jurnal internasional “Evaluasi Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) BNI Manado Menggunakan Analisa Tingkat Kepentingan Dan Kinerja”. Oleh Zefanya Fernando Jurnal ekonomi Vol.4 No.2 Juni 2016, hal.363-371. Sampel yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling 50 orang diambil yang menggunakan ATM BNI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dari staff ATM bahwa satu-satunya atribut yang sangat penting dan juga kinerja perusahaan yang loyalitas, sedangkan perlengkapan yang lain ada yang sangat penting tetapi kinerjanya rendah, tidak penting tapi kinerjanya tinggi, dan tidak penting dan juga kinerjanya rendah. (Fernando, 2016)

Kesembilan “Efektifitas Layanan Anjungan Transaksi Mesin (ATM) SAMSAT Jawa Timur di Dinas Pendapatan Provinsi Jawa Timur”. Skripsi Oleh Mifta Husna

tahun 2016. Hasil penelitian bahwa efektifitas ATM SAMSAT Jawa Timur di Dinas Pendapatan Provinsi Jawa Timur memiliki nilai presentase variabel efektivitas sebesar 72.2% . Maka hal tersebut di dalam kelas interval 65%- 82% masuk kategori efektif.

Tabel 2.1. Tabel Penjelasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Ahmad Abdilla Reza (2017)	Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bertujuan mengetahui fasilitas dan pelayanan dapat mempengaruhi minat bertransaksi nasabah. Hasil penelitian tersebut dikarenakan ATM kurang memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam Tarik tunai langsung dan program pembayaran perkuliahan tidak tersedia pada menu aplikasi ATM tersebut.	Topik penelitian	Pada variabelnya. Penelitian terdahulu variabel pelayanan terhadap minat bertransaksi, sedangkan peneliti sendiri pada variabel penelitiannya yakni fasilitas sarana infaq mesin ATM.
Lampung Pambudi (2016)	Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Sistem Dan Trust Terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Infaq VIA ATM Bank Syariah Mandiri Pada Karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Pengaruh <i>trust</i> terhadap intensitas penggunaan aplikasi infaq via ATM. Hasil penelitian tersebut bahwa <i>trust</i> (kepercayaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan.	Tema penelitian metode penelitian kuantitatif.	Subyek penelitian pada karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sementara peneliti subyeknya ke masyarakat umum. Pada peneliti sebelumnya analisis kualitas system <i>trust</i> terhadap aplikasi infaq via ATM BSM.

Peneliti	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Dieshara Rachma Putri (2015)	Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Resiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan E-Banking	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan e-banking. Dan variabel kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-banking.	Topik penelitian	Variabel penelitiannya yaitu penggunaan layanan e-banking dan variabel kemudahan dalam penggunaannya, sedangkan peneliti variabelnya sarana infaq mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) pada Bank
Wardha Fitria (2017)	Analisis perilaku Masyarakat Dalam Bertransaksi Tunai (Studi kasus pusat bisnis dijalan malioboro)	Program gerakan nasional non tunai (GNNT), penggunaan kartu ATM, penggunaan kartu kredit dan penyediaan mesin Electronic data capture (EDC) secara bersama-sama berpengaruh terhadap transaksi tunai masyarakat dipusat bisnis jalan malioboro Pengetahuan masyarakat mengenai program gerakan national non tunai tidak berpengaruh signifikan terhadap transaksi tunai masyarakat dipusat bisnis jalan Malioboro.	Topik penelitian metode penelitian kuantitatif	Objek penelitian sebelumnya yaitu transaksi tunai sebagai variabel dependen dengan variabel independennya pengetahuan gerakan non tunai, penggunaan kartu ATM. Sedangkan peneliti variabel independen motivasi dan keputusan.

Peneliti	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Dhinda Pramungtyas (2017)	Studi Persepsi Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Masyarakat Menggunakan Kartu ATM + Debet Sebagai Alat Transaksi	Variabel selera mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan menggunakan ATM+Debet sebagai alat transaksi masyarakat kabupaten sleman.	Tema Penelitian, pengukuran skala menggunakan skala likert kuesioner.	Konsep penelitian sebelumnya terdiri dari tiga variabel independen (Selera, fitur layanan, persepsi biaya) dan satu variabel independen (permintaan guna kartu ATM + debit)
Fadhilatul Fitri (2016)	Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online	Hasil penelitiannya menunjukkan pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan dan mutu e-banking secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat bertransaksi online.	Tema penelitian	Pada penelitian terdahulu mengukur bagaimana pengetahuan nasabah mempengaruhi minat bertransaksi ulang secara online, sedangkan peneliti ini mengukur minat nasabah dalam menggunakan sarana infaq mesin ATM.

Peneliti	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Rio Praktiko (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Membayar Zakat, Infaq Dan Sedekah Zis) Melalui Lembaga Amil Zakat Di Yogyakarta	Pada penelitian ini yang menjadi variabel penelitian yakni Minat muzakki dalam membayar infaq dipengaruhi oleh adanya pengaruh religious terhadap keputusan untuk berinfaq.	Topik penelitian	Subyek pada penelitian terdahulu yaitu Lembaga Amil Zakat di Yogyakarta, sedangkan pada peneliti masyarakat di Kota Magelang yang merupakan nasabah di BSM
Zefanya Fernando (2016)	Evaluating the Service Quality of BNI Manado Automated Teller Machince (ATM) Using Importance and Analysis (IPA)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dari staff ATM bahwa satu-satunya atribut yang sangat pening dan juga kinerja perusahaan yang loyalitas, sedangkan perlengkapan yang lain ada yang sangat penting akan tetapi kinerjanya rendah, tidak penting tapi kinerjanya tinggi, dan tidak penting dan juga kinerjanya rendah.	Topik penelitian	Sampel yang diambil menggunakan Purposive sampling sebanyak 50 orang, sedangkan penulis menggunakan <i>Convinence Sampling</i> dimana peneliti diberikan kebebasan memilih responden mana yang akan dijadikan sampel dan dengan rumus formula <i>Lameshow</i> dibulatkan yakni sebesar 100 responden.

Peneliti	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Mifta husna (2016)	Efektifitas Layanan Anjungan Transaksi Mesin (ATM) SAMSAT Jawa Timur di Dinas Pendapatan Provinsi Jawa Timur.	Bahwa efektifitas ATM SAMSAT Jawa Timur di Dinas Pendapatan Provinsi Jawa Timur memiliki nilai presentase variabel efektivitas sebesar 72.2% . Makah al tersebut didalam kelas interval 65%- 82% masuk kategori efektif.	Topik penelitian	Lokasi penelitian di Jawa timur , selanjutnya untuk Indicator variabel independen berbeda dengan peneliti.
Aulia Rauzatul Firdha (2017)	Efektifitas Transfer Pembayaran Zakat Tunai Melalui ATM Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Keutapang.	Bahwa Fitur pembayaran zakat efektif memberikan kemudahan dan kenyamanan masyarakat dalam pembayaran zakat. Zakat uang yang disalurkan atau ditransfer melalui ATM akan masuk ke rekening giro badan Baitul Mal Aceh dan dikelola dengan baik oleh pihak Baitul Mal.	Tema penelitian	Lokasi penelitian di Aceh menggunakan metode penelitian yaitu kualitatif

B. Kerangka Teoritik

1. Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

Pengertian dari kartu plastik atau biasa dikenal dengan uang plastik atau biasa disebut kartu *ATM Automated Teller Machine* (Anjungan Tunai Mandiri). Kartu ini sangat berpengaruh pada aktifitas kebutuhan karena mampu bersaing menggantikan fungsi uang yang mana fungsi uang adalah sebagai alat tukar ataupun pembayaran. Dilihat dari kartu plastik yang mampu mengatasi setiap kebutuhan nasabah dalam hal bertransaksi maka hal tersebut menjadi multifungsi. (Kasmir, 2012)

Kartu plastik di edarkan oleh pihak pertama selaku bank atau lembaga bukan bank. Kartu plastik diserahkan kepada pihak kedua setelah dari pihak pertama hak tersebut bertujuan sebagai fungsi *tools* pembayaran, transaksi diberbagai lokasi yang ada seperti tempat perbelanjaan, swalayan, restoran, tempat penginapan (hotel), tempat rekreasi dan sebagaimana tempat-tempat yang biasa di kunjungi orang guna kepentinganya. Selain karna itu juga dengan mempunyai kartu ini yang dapat diuangkan di *ATM Automated Teller Machine* (Anjungan Tunai Mandiri) dibeberapa wilayah yang tersedia. ATM ini biasa tersedia dan tersebar di berbagai lokasi yang strategis atau pusat kota, dan perbelanjaan.

Manfaat dari pemakaian kartu plastik di Indonesia masih terbilang cukup baru, diperkirakan baru tahun delapan puluhan. Keputusan menteri Keuangan Nomor 1251/KNK.013/1988 Tanggal 20 desember, dan selanjutnya berdasarkan putusan tersebut maka penyebaran kartu plastik tersebut dianggap sebagai kelompok usaha jasa pembiayaan.

Didalam kartu plastik tersebut terdapat fungsi yang disebut smart card. Definisi lain dari kartu ATM adalah Smart Card yaitu sistem yang mana berupa penyimpanan nilai uang.

a) Keuntungan bagi pemegang kartu

Smart card mempunyai keuntungan yakni memberikan kemudahan berbelanja tanpa perlu membawa uang tunai ditempat-tempat yang telah tersedia transaksi kartu plastik ini. Kemudahan tersebut diperoleh dengan memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin memenuhi kebutuhan ataupun keperluan hariannya dan yang membutuhkan uang tunai secara instan.

b) Pelayanan ATM (*Automated Teller Machine*)

Keuntungan yang didapat dari pemegang kartu salah satu sarana yang digunakan yakni adalah *Automated Teller Machine* (ATM). ATM merupakan mesin yang mampu mencukupi kebutuhan nasabah secara praktis dan efisiensi setiap hari setiap saat, dimana saja dan kapan saja karena selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu termasuk tanggal libur ATM mampu beroperasi melayani kebutuhan nasabah secara otomatis.

Ada hambatan dalam hal kualitas pelayanan dari fasilitas yang terdapat pada perbankan syariah hal ini juga mempengaruhi perkembangan perbankan syariah, yaitu :

- 1) Peraturan yang ada saat ini di perbankan syariah tidak sepenuhnya mendukung standart operasional perbankan syariah.
- 2) Pemahaman masyarakat mengenai kegiatan operasional perbankan syariah.
- 3) Pemahaman sosialisasi belum sepenuhnya berjalan sesuai yang diharapkan
- 4) Jaringan kantor bank syariah yang masih sangat terbatas, sehingga keterbatasan pada nasabah sendiri sangat kurang dalam hal pemahaman terkait operasional bank itu sendiri. (Maryanto, 2011)

2. Efektivitas

Pengertian efektivitas dikutip oleh E mulyasa (Widi 2017) yaitu, *“Efektivitas means Maginson to Different People”*. Efektivitas merupakan kesinambungan antara orang yang melakukan suatu pekerjaan dengan sasaran yang diharapkan. Efektivitas adalah sesuatu yang dapat membawa hasil atau memanfaatkan sumber daya dalam mewujudkan tujuan operasional. Defisini dari efektivitas sama halnya dengan mempunyai efek, sesuatu yang mempunyai akibat atau mempunyai pengaruh, dan membawa hasil.

3. Perilaku Konsumen

Analisis intensitas penggunaan sarana infaq mesin ATM pada fasilitas yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri (BSM) ini menggunakan teori perilaku konsumen, yaitu adanya pengaruh variabel –variabel.

Pengertian dari perilaku konsumen dimana setiap orang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang kemudian menjadi tolak ukurnya sendiri. Kebutuhan bersifat murni (naluriah), sementara keinginan adalah kebutuhan yang sifatnya dibuat terbentuk oleh beberapa pengaruh seperti dari lingkungan keluarga, lingkungan kerja, kelas sosial, dan sebagainya. (Danang, 2012)

Perilaku konsumen adalah kegiatan yang dilakukan seorang konsumen yang dihadapkan oleh suatu keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang dan jasa. (Fadhilatul:2016). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari nasabah dalam menggunakan sarana infaq mesin ATM ada 3, yaitu :

1. Faktor luar (eksternal)

Faktor lingkungan (eksternal) yang mampu mempengaruhi sikap perilaku konsumen antara lain:

- a) Budaya berkaitan dengan kepercayaan, moral, hukum adat istiadat maupun kebiasaan manusia sebagai masyarakat. Mencakup cara maupun pola berfikirnya, naluri dan bertindak. Maka faktor eksternal dari kebudayaan yakni pola hidup, kebiasaan dan tradisi. Namun tradisi ini juga dipengaruhi oleh ruang lingkungannya dan akan terus berubah sesuai dengan perkembangan dari masyarakat itu sendiri. Adapun kebudayaan khusus yang perannya

terbentuk sesuai nilai-nilai yang dianut konsumennya. Sifatnya integral karena kebudayaan ini ada karena faktor ras, bangsa, agama, tempat, distribusi, dan lainnya.

- b) Keluarga mempunyai anggota, masing-masing mempunyai peranan dalam pengambilan keputusan pembelian.
- c) Kelompok sosial yakni adalah sekumpulan kelompok yang hidup bersama-sama yang mempunyai pengaruh timbal balik, dan pengaruh memberikan kesadaran dalam tolong menolong.

2. Faktor dalam (Internal)

Faktor internal yang mampu mempengaruhi sikap perilaku konsumen antara lain motivasi, persepsi, belajar, kepribadian, dan kepercayaan. Motivasi adalah rasio antara persepsi (*Perception*), dan belajar (*Learn*). Maksudnya adalah motivasi merupakan selisih antara persepsi oleh konsumen (*Perception*). Persepsi merupakan suatu tahapan yang di ikuti oleh tahap penginderaan, yaitu merupakan proses dimana dalam diri pelaku konsumen stimulus menerima melalui alat inderanya biasa di sebut sensoris. (Rachman, 2015)

Persepsi dibandingkan dengan proses belajar (*Learn*) yang dilakukan konsumen, proses belajar sendiri yaitu tahapan seorang pelaku konsumen untuk melakukan perubahan berdasarkan pengalamannya, baik dari lingkungan sekitar maupun yang diterima dari seseorang terhadap pelaku konsumen sendiri.

Kepribadian (*Personality*) oleh konsumen yaitu bagaimana cara kita memposisikan diri terhadap segala sesuatu, kejiwaan dalam diri yang dapat menentukan bagaimana seseorang merespon terhadap lingkungannya. Definisi dari penekanan kepribadian disini yakni sifat-sifat dalam diri seseorang tersebut melingkupi kualitas, sifat, pembawaan, dan dalam hal yang dapat membedakan individu satu dengan lainnya. (Metrawan, 2009)

Sedangkan Kepercayaan (*Trust*) yang dirasakan oleh konsumen yaitu suatu keyakinan yang berkembang dari pengertian yang saling mempunyai pengaruh yang baik antara satu sama lainnya yang berdasarkan pada nilai-nilai yang di arahkan hal ini sangat penting bagi loyalitas (sesuatu yang tidak dapat dibeli dengan uang).

Motivasi merupakan hal yang selalu dihubungkan dengan sesuatu yang bisa menggerakkan kita untuk mencapai tujuan tertentu, baik secara halal ataupun tidak. Motivasi tumbuh pada diri seorang konsumen yang akan melakukan pembelian dengan tujuan mendapatkan kepuasan dari keinginannya guna mencukupi kebutuhan tertentu. Pada tahap ini hal yang dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan suatu kegiatan, yakni dengan adanya motivasi yang timbul karena adanya pertimbangan pada diri orang itu yang kemudian nantinya dapat mempunyai efek bagi pelaku konsumen tersebut. Menurut para ahli yang telah mengembangkan teori motivasi manusia. Terdapat dua yang terkenal yakni Teori sigmun Freud, Abraham Maslow dan. (Danang, 2012)

A. Teori Motivasi Maslow

Menurut Abraham Maslow Pendorong seseorang didasari dengan adanya kebutuhan tertentu dan waktu tertentu. Kemampuan seseorang terdiri dari bagian dalam satu tingkatan, yakni dimulai dari kebutuhan yang sangat penting hingga yang kurang.

Dalam hal tersebut kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan rasa aman, kebutuhan harga diri, kebutuhan pernyataan diri, fisiologis. Seseorang akan melakukan percobaan untuk memuaskan sebuah kepentingannya yang dirasa penting, dan sisanya mencukupi kebutuhan yang dianggapnya biasa. Maka kebutuhan yang selanjutnya itu bukan merupakan motivasi lagi.

Faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tujuannya dalam melakukan pembelian dan memuaskan keinginan serta kebutuhannya terbagi beberapa bagian (Alma, 2013) yakni :

1) Motif yang timbul dikarenakan pada tahapan proses pembeliannya terdapat suatu pengaruh yaitu :

a. Motif pembelian primer

Motif pembelian yaitu yang menggerakkan perilaku seseorang dalam membeli suatu produk dalam kategori biasa (umum), seperti membeli pakaian, atau televisi.

b. Motif pembelian selektif

Motif pembelian selektif yaitu yang menggerakkan perilaku seseorang dalam memilih produk karena pengaruh berdasarkan model, model dan merk produk, atau macam penyediaan barang/ jasa.

2) Motif yang timbul dikarenakan pada tahapan proses pembeliannya terdapat suatu penyebab yaitu :

a. Motif personal

Motif personal berdasarkan kenyataan-kenyataan rasional dari diri pelaku konsumen yang ditujukan oleh suatu produk ke konsumen. Faktor-faktor yang mendukung motif ini adalah pertimbangan dari harga, kualitas, ketersediaan barang, pelayanan, ukuran, keawetan, efisiensi dalam penggunaannya.

b. Motif emosional

Motif emosional motif pembelian yang berdasarkan dengan perasaan atau emosi pelaku konsumen secara individu, seperti mengungkapkan rasa cintanya, kenyamanan, kebanggan, keamanan, kesehatan, dan kepraktisan.

Dengan kata lain suatu dorongan timbul karena adanya motivasi yang menggerakkan seseorang dalam hal melakukan sesuatu yang ingin dilakukannya. Kesediaan untuk menumbuhkan tingkat upaya dalam diri seseorang untuk mengarah ketujuan-tujuan yang ingin dicapainya, dalam artian upaya tersebut dilakukan untuk memenuhi suatu kebutuhan individualnya.

3. Tahap Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dikutip dari jurnal ekonomi syariah (Ayu, 2018) Keputusan adalah suatu proses yang melalui pendekatan dalam penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi terkait, perihal penilaian alternative, membuat keputusan membeli, dan perilaku paska pembelian oleh konsumen.

Keputusan disini yang dimaksud yaitu keputusan seorang nasabah dalam kaitanya mengambil keputusan terhadap penggunaan fitur layanan berinfq pada menu mesin ATM BSM. Bank dengan segala keunggulan maupun kekurangannya, sebagian besar membuat konsumen harus berfikir secara seletif apabila akan manjadi seorang nasabah. Pemahaman perilaku konsumen dalam membuat suatu keputusan tidaklah mudah, karena adanya factor-faktor yang dapat mempengaruhinya.

Keputusan menjadi suatu bagian dari elemen-elemen penting dari perilaku seorang nasabah selain karena kegiatan yang bersifat fisik ini mendorong nasabah untuk menilai, mendapatkan, dan menggunakan jasa-jasa secara efisien dan ekonomis. Pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan seseorang yang secara langsung terlibat dalam mempergunakan barang dan jasa.

Tahap dimana seseorang dalam prosesnya melakukan keputusan untuk suatu kegiatan fisik berupa penentuan-penentuan keputusan yang lebih baik dalam mempergunakan barang dan jasa. Jadi pada tahap dimana konsumen yang bertindak sebagai pengguna/pemilik alat transaksi, melakukan kegiatannya membeli atau

penggunaan jasa lainnya. Selanjutnya konsumen diberikan pilihan-pilihan dalam menentukan keputusan mana yang akan mereka manfaatkan nantinya.

a. Tahap-tahap dalam proses kegiatan

Tabel 2.2. Proses Kegiatan Konsumen

Keputusan	Perlakuan Konsumen
Pengenalan masalah	Berupa kebutuhan, yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pelaku konsumen atau bisa juga karena dari luar.
Pencarian informasi	Ketertarikan pelaku konsumen untuk mencari tau informasi tentang obyek yang dituju/diinginkannya, dan selanjutnya penilaian dari informasi yang telah diperolehnya.
Penilaian alternatif	Proses evaluasi oleh pelaku konsumen konsep dasarnya meliputi: atribut golongan produk, keyakinan terhadap barang/jasanya.
Keputusan kegiatan	Faktor yang mempengaruhi pelaku konsumen yaitu sikap, faktor social, dan faktor-faktor situasi.
Perilaku setelah kegiatan	Pelaku konsumen mencapai pemenuhan keinginannya dari apa yang

	dilakukanya pada tahap akhir proses keputusan kegiatan oleh konsumen.
--	---

4. Perilaku dalam berderma

1. Berderma

Melakukan hal kebaikan dengan cara berderma untuk sebagian orang tentu dirasa dapat membantu orang-orang yang membutuhkan, dapat memberikan pengaruh yang positif kepada pribadi kita. Dengan mengeluarkan uang kita untuk tujuan memberikannya kepada orang-orang yang berhak (golongan orang-orang yang membutuhkan), maka hal tersebut mampu membuat pikiran maupun hati merasa nyaman dan bersyukur. Bersyukur disini dalam artian sebagian dari hasil yang kita dapatkan masih mampu memberikan sebagiannya untuk berderma. Jadi untuk bisa mewujudkan rasa nyaman dan bersyukur mulailah untuk berderma.

Religious sendiri disarankan untuk bersikap berderma karena mempunyai pengaruh baik karena dapat mencegah diri dari penyakit yang ada pada diri kita. Khususnya penyakit serakah, dan ketakutan yang tidak dapat disembuhkan menggunakan pengobatan manapun. (Landung, 2016) Tertulis dalam Al-Qur'an pada surat Al-Baqarah ayat 261 :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya : “Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui”.
(Al-Baqarah, 2:261)

Menyisihkan sebagian harta untuk orang lain dianggap hal yang wajar dilakukan oleh sebagian orang (manusia). Keputusan tertentu tampaknya memang menjadi lebih baik jika dibuat oleh pribadi seorang pelaku konsumen yang menginginkan tindakan berderma karena dinilai berhubungan dengan proses kemurahan hati atau taat beragama. Hal ini ada karena berasal dari dorongan penanaman nilai-nilai kedermawanan sejak dini yang berdampak nantinya dikemudian hari.

2. Infaq

Pengertian Infaq yang berasal dari potongan kata “ANFAQO-YUNFIQU-INFAQ” yang artinya membelanjakan. Artinya disini mengeluarkan sesuatu (asset/ kepemilikan seseorang) untuk suatu kebutuhan lain *fisabillah* (di jalan Allah). Maka pengertian dari infaq yaitu menyisihkan sebagian harta atau penghasilan dari seseorang untuk kemudian diberikan kepada yang membutuhkan (fakir miskin, janda dan anak terlantar). (Mujaddidul, 2010)

Pada sifat ini kewajiban seseorang selain beribadah salah satunya berinfaq. Dengan berinfaq dengan cara yang baik dan benar maka termasuk indikasi sifat

ketakwaan manusia kepada Allah SWT. Hal itu tertuang pada surat Al-Baqarah ayat

2-3 yaitu :

ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ (٢)

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ (٣)

Artinya : “Kitab (*Al-Qur'an*) ini tidak ada keraguan di dalamnya, menjadi petunjuk bagi orang-orang yang bertaqwa (2) (yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezki yang telah kami karuniakan kepada mereka (3) (*Al-Baqarah*, 2:2-3)

Dan dalam surat Ali-imran ayat 133-134

وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِّلْمُتَّقِينَ

(١٣٣)

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاطِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

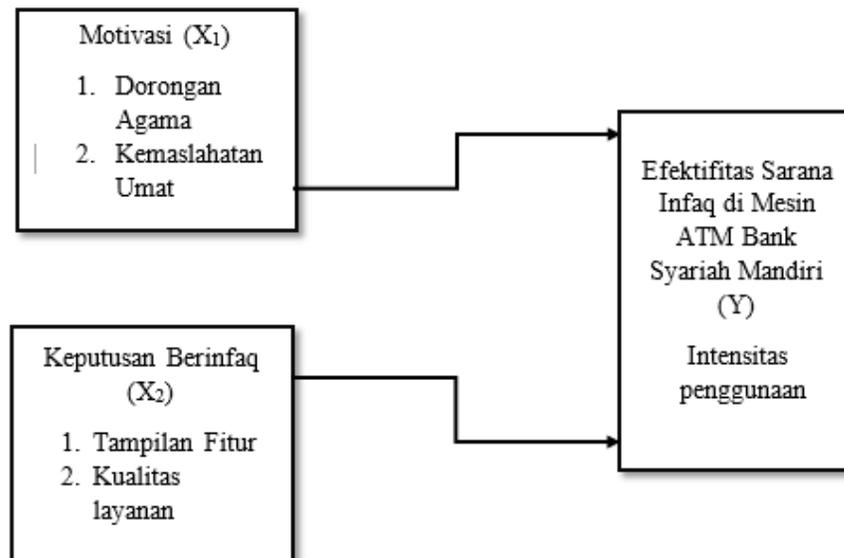
١٣٤)

Artinya : “Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan bagi orang-orang yang bertaqwala,(yaitu)orang-orang yang menafkahkan (hartanya) pada waktu lapang dan pada waktu sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan kesalahan orang lain. Dan Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan (*Ali-Imran*, 3:133-134)

Pada ayat diatas menjelaskan mengenai orang-orang yang menginfakkan hartanya dengan cara yang baik maka ia telah membentuk suatu kegiatan investasi untuk dirinya pribadi, oleh sebab itu didalam agama menegaskan bahwa manusia berperan dalam dirinya untuk menginfakkan sebagian hartanya baik secara terang-terangan juga secara diam-diam, dalam keadaan susah maupun baik. Adapun dalam melakukan infaq sebaiknya menjauhi sifat buruk yaitu *Riya'*, dikatakan sifat buruk karena pelaku melakukan atas dasar mengharapkan pujian dari orang lain. Melakukan infaq dalam agama dianjurkan dengan tulus dan ikhlas dengan mengharapkan keridhoan oleh Allah SWT

C. Kerangka Berfikir

Kerangka teoritis yang mana adalah suatu uraian tentang hubungan antar variabel yang disusun berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan, kemudian dianalisis lebih lanjut secara rinci dan sistematis, sehingga menghasilkan hubungan antar variabel yang diteliti. Hasil dari hubungan variabel tersebutlah yang kemudian digunakan untuk merumuskan Hipotesis. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan oleh penulis pada penelitian ini, maka kerangka teoritisnya terdapat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2.1 Alur Paradigma Variabel Penelitian

Keterangan :

X_1 = Motivasi

Y = Efektivitas sarana infaq di mesin ATM

X_2 = Keputusan berinfaq

Berdasarkan unit-unit yang diuraikan pada kerangka teoritik yang mendukung penelitian terhadap sarana infaq BSM sendiri landasi oleh teori perilaku konsumen antara lain dipengaruhi oleh beberapa factor *internal* dalam yang terdiri dari motivasi, persepsi (nilai pelanggan), belajar (kualitas system), dan *trust* kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh lamdung pambudi (2016) menunjukkan bahwa dari 4 faktor yang dijelaskan diatas tiga varibel yang digunakan yakni nilai pelanggan, kualitas system, dan *trust* dan dua yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu intensitas penggunaan aplikasi infaq via ATM BSM.

Motivasi yang dirasa oleh konsumen karena pada proses kegiatan terdapat suatu penyebab (motif emosional). Indikatornya meliputi pengaruh konsumen secara individu, ungkapan rasa cinta, kenyamanan, kesehatan dan kepraktisan.

Motivasi yang timbul oleh penyebab karena adanya pengaruh konsumen secara individu disini yaitu karena adanya dorongan agama dan kemaslahatan umat. Dorongan agama meliputi dua hal yaitu, atribut mendapat pahala, atribut kewajiban dalam islam. Sementara kamaslahatan umat sendiri antara lain, atribut kepercayaan dan pengetahuan agama (dari muamalah).

Tahap keputusan merupakan bagian terpenting dalam perilaku konsumen, hal yang mempengaruhi konsumen sendiri yaitu sikap. Pengaruh tersebut didorong karena adanya faktor situasi. Disini faktor situasi yang dimaksud penelitian ini yakni, yang di pengaruhi oleh pihak perbankan berupa fasilitas yang disediakan. Dimana ketika fasilitas yang disediakan itu baik dan mempunyai nilai mutu sehingga hal tersebut dapat dikatakan sebagai objek pendorong sikap konsumen itu sendiri dalam menentukan keputusan penggunaan fitur layanan bank yang disarankan.

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu Hipo dan Tesis. Hipo adalah sifat yang meragukan sementara tesis yang artinya kebenaran. Maka artinya adalah suatu kebenaran yang maknanya masih diragukan. (Sidik, 2016) Didalam penelitian ini penulis mendapatkan pengembangan hipotesis dari pengaruh variable-variabel penelitian. Arah dari penulisan hipotesis yakni hipo kausal. Pada hipotesis kausal ini sifatnya berarah yaitu konsisten pada acuan (positif – negatif). (Jogiyanto, 2017)

Dalam merumuskan Hipotesis menggali sumber-sumber hipotesis berdasarkan informasi mengenai masalah yang diteliti dengan menghubungkan suatu keadaan dengan keadaan lain yang sesuai dengan kerangka teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dipecahkan, serta menemukan informasi dilapangan, objek dan hal-hal yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti.

Menggali sumber hipotesis dapat berasal dari :

1. Pengetahuan dan pengertian yang lebih mendalam dan berkaitan dengan masalah.
2. Wawasan dan pengertian yang mendalam mengenai suatu masalah
3. Bacaan dan literature yang *valid*
4. Pengalaman pribadi/*individu* sebagai suatu reaksi terhadap suatu permasalahan.

5. Data empiris yang ada yaitu informasi yang membenarkan suatu kepercayaan.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi, keputusan berinfaq, terhadap efektifitas sarana infaq mesin Anjungan Tunai Mandiri BSM.

H_o : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi, keputusan berinfaq, terhadap efektifitas sarana infaq mesin Anjungan Tunai Mandiri BSM.