

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis melakukan kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Hasil Penelitian
1	Junaidi “Persepsi Masarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kasus di Kota Palopo). Vol. 14, No. 02, bulan Desember 2015. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo.	Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Didalam penitian ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi masarakat untuk memilih dan tidak memilih bank syariah. diantaranya adalah faktor religiusitas, faktor bagi hasil, faktor pelayanan, dan faktor fasilitas bank syariah. Berdasarkan penelitian yang sudah di lakukan oleh Junaidi dapat disimpulkan bahwa

No.	Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>walaupun rata-rata responden menganggap positif bank syariah pada aspek religiusitas, tingkat bagi hasil tabungan bank syariah, akan tetapi rata-rata responden juga menganggap kurang positif terhadap aspek pelayanan, fasilitas, dan lokasi bank syariah, sehingga hal ini yang memungkinkan responden tidak memilih bank syariah.</p>
2	<p>Evi Yupiter dan Raina Linda Sari  <i>“Analisis Faktor-Faktor Ang  Mempengaruhi Non Muslim  Menjadi Nasabah Bank Syariah  Mandiri Di Medan”</i> Vol. 1, No. 1,  Desember 2012</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Didalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi non muslim untuk menjadi nasabah di BSM Medan, diantaranya yaitu: faktor fasilitas, faktor promosi dan faktor produk Bank Syariah Mandiri.</p>

No.	Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang sedang terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel promosi berpengaruh kuat terhadap masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dan variabel produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.</p>
3	<p>Dita Pertiwi Dan Haroni Doli H. Ritonga. "<i>Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran</i>". Vol. 1, No. 1, Desember 2012</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Didalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat pada</p>

No.	Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>Bank Muamalat kota Kisaran, diantaranya yaitu: faktor pelayanan, faktor keyakinan, dan faktor lokasi.</p> <p>Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan, faktor keyakinan, dan faktor lokasi berpengaruh kuat terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank Muamalat di kota Kisaran.</p>
4	<p><i>Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah</i>” Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2015</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Didalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi menabung pada perbankan syariah. diantaranya adalah faktor religiusitas, faktor produk, faktor kepercayaan, faktor pengetahuan, dan faktor</p>

No.	Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>pelayanan. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut sama-sama berpengaruh positif terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.</p>

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah terurai di atas, penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu obyek penelitian yang berada di Madrasah Aliyah Darunnajah. Kemudian variabel independenya yakni manajemen pemasaran berpengaruh terhadap kurang minatnya Guru untuk menabung di bank syariah. di atas merupakan acuan pustaka serta perbedaan yang dilakukan oleh peneliti.

## **B. Kerangka Teoritik**

### **1. Minat**

Menurut Poerwadaminta (2006), minat merupakan kecenderungan atau kesukasaan hati seseorang kepada sesuatu. Sedangkan menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahad dalam buku "*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*" (2004:263) dalam Machmudah (2009:24), minat merupakan suatu kesukaan untuk memberikan perhatian kepada orang lain dan bertindak kepada orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat

tersebut dengan disertai perasaan senang. Minat timbul dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang. Dengan kata lain dapat diartikan bahwa kurangnya minat adalah kurangnya ketertarikan dalam diri individu terhadap suatu hal yang muncul atas rasa senang atau tidak senang.

Crow dan Crow berpendapat bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu: (Machmudah, 2009:24)

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan erat dengan emosi.

## **2. Bank Syariah**

### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank Islam atau bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Atau dengan kata

lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah. (Muhammad, 2014:2).

Bunga atau riba adalah peningkatan, penambahan, perkembangan, dan pembesaran atas pinjaman pokok yang diterima pemberi pinjaman dari peminjam sebagai imbalan karena menanggihkan atau berpisah dari sebagian modalnya selama periode waktu tertentu.

Dalam hal ini, Muhammad ibnu Abdullah ibnu al – Arabi al – Maliki dalam kitab *Ahkam Al-Qur'an* mengatakan bahwa tambahan yang termasuk riba adalah tambahan yang diambil tanpa ada suatu 'iwad (penyeimbang atau pengganti) yang dibenarkan syariah. demikian juga, Imam Sarakhi dalam kitab *Al-Mabsut* menyebutkan bahwa tambahan yang termasuk riba adalah tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa adanya 'iwad yang dibenarkan syariat atas penambahan tersebut. (Sudarsono, 2003:11)

Dalam firman Allah dalam Q.S An-Nisaa' ayat 161

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ هُمُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ  
وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya :

Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih. (Q.S. An-Nisaa' :161) (Enang, Aziz, 2007: 103).

b. Perkembangan Bank Syariah

Tonggak pergerakan lembaga keuangan modern berdasarkan landasan Islam dimulai dengan didirikannya sebuah *local saving* atau bank yang beroperasi tanpa bunga di desa Mit Ghamir, di tepi sungai Nil, Mesir pada tahun 1969 oleh Dr. Abdul Hamid An-Naggar (Ahmad An-Naggar, 1985). Setelah beroperasi beberapa tahun, kemudian badan usaha ini tutup karena adanya masalah dalam manajemennya. Pada tahun 1975 bank loka ini telah menginspirasi diadakannya konferensi ekonomi Islam pertama di Mekah. Dua tahun kemudian (pada tahun 1977), lahirlah *Islamic Development Bank (IDB)* yang kemudian diikuti oleh lembaga-lembaga keuangan Islam lain di berbagai negara, termasuk bukan negara-negara bukan anggota OKI (Organisasi Kerjasama Islam), seperti Rusia, Filipina, Australia, Inggris, dan Amerika Serikat.

Secara intensif, berbagai upaya untuk mendirikan bank Islam di Indonesia di mulai sejak tahun 1988, yakni pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (PAKTO), yang mengatur tentang deregulasi industri perbankan di Indonesia.

Para ulama pada saat itu telah berusaha untuk mendirikan bank yang bebas bunga, tetapi tidak ada satupun perangkat hukum yang dapat di rujuk, kecuali adanya penafsiran dari peraturan perundang-undangan yang ada bahwa perbankan dapat saja menetapkan bunga sebesar 0% (nol persen).

Setelah adanya rekomendasi dari lokalkarya ulama tentang bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor pada 19-22 Agustus 1990, yang kemudian dibuatlah UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Bank Umum Islam pertama yang pertama kali didirikan dan beroperasi di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pendirian Bank Muamalat ini kemudian diikuti dengan pendirian bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Akan tetapi, kurangnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) atau belum sanggupnya BPRS dalam menjangkau masyarakat Islam golongan bawah kemudian dibentuklah lembaga-lembaga simpan pinjam yang disebut sebagai Baitul Mal wa Tamwil (BMT).

Setelah dua tahun beroperasi, kemudian Bank Muamalat telah mensponsori pendirian asuransi Islam yang didirikan pertama di Indonesia, yaitu Syarikat Takaful Indonesia dan menjadi salah satu pemegang sahamnya. Selanjutnya pada tahun 1997, Bank Muamalat mensponsori lokakarya ulama tentang reksa dana syariah yang kemudian diikuti oleh beroperasinya lembaga reksa dana syariah PT Danareksa, pada tahun yang sama pula, sebuah

lembaga berbagai pembiayaan (*Multifinance*) syariah berdiri, yaitu BNI-Faisal Islamic Finance Company.

Selama lebih dari enam tahun beroperasi, kecuali adanya UU No. 7 Tahun 1992 dan peraturan pemerintah (PP) Nomor 72 Tahun 1992, kini tidak ada peraturan perundang-undangan lainnya yang mendukung sistem operasional perbankan syariah, tidak adanya perangkat hukum pendukung ini memaksa perbankan syariah menyesuaikan produk-produknya dengan hukum positif yang berlaku (yang tidak lain berbasis bunga pada bank konvensional) di Indonesia. Akibatnya, ciri-ciri bank syariah yang melekat padanya menjadi tersamar dan bank Islam di Indonesia tampil seperti layaknya bank konvensional.

Dengan di terbitkannya UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 Tentang Perbankan, sistem perbankan syariah secara tegas di tempatkan sebagai bagian dari sistem perbankan nasional. UU tersebut telah diikuti dengan ketentuan pelaksanaan dalam beberapa surat keputusan Direksi Bank Indonesia tanggal 12 Mei 1999, yaitu tentang Bank Umum, Bank Umum berdasarkan prinsip syariah (BUS), Bank Pengkreditan Rakyat (BPR), dan BPR berdasarkan prinsip syariah (BPRS). Perangkat hukum itu diharapkan telah memberikan dasar hukum yang lebih kokoh dan peluang yang lebih besar dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Pada tahun 2008,

UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah telah disahkan, dimana UU tersebut menambah kuatnya eksistensi perbankan syariah. (Danupranata, 2013:33)

c. Produk – Produk Bank Syariah

Sistem operasi pada bank syariah yakni, dimana shohibul mal menanamkan uangnya di bank syariah dengan tujuan tidak untuk mendapatkan bunga, akan tetapi dalam rangka ingin mendapatkan keuntungan bagi hasil. Kemudian dana nasabah tersebut disalurkan kembali kepada mereka (nasabah) yang membutuhkan. Misalnya orang yang membutuhkan modal usaha dengan perjanjian pembagian keuntungan kesepakatan antara dua belah pihak sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati (Muhammad, 2014:28).

Bagi hasil merupakan suatu sistem yang meliputi pembagian hasil usaha antara pemodal (pemilik dana) dan pengelola dana pembagian hasil usaha. Misalnya, antara bank syariah dan penyimpan dana serta antara bank dengan nasabah penerima dana. Akad yang digunakan bisa menggunakan akad *Mudharabah* dan akad *Musyarakah* (Suwiknyo, 2002:35).

Berikut merupakan produk-produk bank syariah di Indonesia:

1) Penyaluran Dana

a) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Terjadinya jual beli apabila ada pemindahan kepemilikan barang. Dengan perjanjian Keuntungan keuntungan dari jual beli disebutkan di depan termasuk harga dari barang yang dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja , investasi, dan konsumtif, dalam bank syariah, diantaranya yaitu:

- (1) *Ba'i Al-Murabahah* adalah jual beli dengan harga awal ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati antara pihak bank dengan nasabah dimana pihak bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.
- (2) *Ba'i As-Salam* : dalam jual beli ini dimana nasabah berperan sebagai pembeli atau pemesan barang yang mana nasabah atau pembeli memberikan uangnya ditempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang tersebut telah disebutkan sebelumnya secara detail. Uang yang diserahkan oleh nasabah atau pemesan barang telah menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan dengan segera.

### (3) *Ba'i Al-Istishna*

*Ba'i Al-Istishna* merupakan bagian dari *ba'i As-Salam* akan tetapi *ba'i Al-Istishna'* biasa digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan *ba'i Al-Istishna'* sama seperti ketentuan *ba'i As-Salam* akan tetapi dalam pembayarannya tidak harus dibayar didepan melainkan bisa dilakukan beberapa kali pembayaran.

#### b) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

*Ijarah* (sewa) merupakan kesepakatan antara kedua belah pihak terhadap pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini Bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya sewa yang telah ditetapkan secara pasti yang telah disepakati antara kedua belah pihak.

#### c) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Ada dua macam produk yang menggunakan sistem bagi hasil, yakni:

- (1) *Musyarakah* merupakan salah satu produk bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil. Dalam produk *Musyarakah* ini terdapat dua belah pihak atau lebih yang saling bekerja sama untuk meningkatkan aset yang

dimiliki bersama dimana kedua belah pihak atau lebih memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Dalam hal ini semua pihak (bank dan nasabah) saling memberikan kontribusi yang dimiliki baik berupa dana, barang, skill, ataupun aset-aset lainnya. Yang menjadi ketentuan dalam musyarakah adalah pemilik modal berhak menentukan kebijakan usaha yang dijalankan dalam pelaksanaan proyek.

- (2) *Mudharabah* adalah kerja sama antara dua belah pihak atau lebih dimana pemilik modal memberikan seluruh modalnya kepada pengelola modal tersebut dengan perjanjian pembagian keuntungan disepakati diawal antar dua belah pihak. Perbedaan mendasar antara *Musyarakah* dengan *Mudharabah* adalah pada *Mudharabah* kontribusi atas manajemen dan modal hanya dimiliki oleh satu pihak saja sedangkan pada *Musyarakah* kontribusi atas manajemen dan keuangan diberikan dan dimiliki dua orang atau lebih.

## 2) Penghimpun Dana

Produk penghimpun dana pada Bank Syariah yakni meliputi tabungan, giro, dan deposito. Adapun prinsip yang diterapkan dalam syariah adalah:

#### a) Prinsip Wadiah

Prinsip wadiah terbagi menjadi dua yakni wadiah yad amanah dan wadiah yad dhamanah. Perbedaan antar wadiah yad amanah dan wadiah yad dhamanah yaitu pada rekening giro menggunakan wadiah yad dhamanah. Di mana pada wadiah yad dhamanah pihak yang dititipi (Bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan akan tetapi pihak bank (yang dititipi) boleh memanfaatkan harta atau benda titipan tersebut. Sedangkan pada wadiah yad amanah harta/barang titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan samapai harta/barang titipan tersebut diambil kembali oleh penitip.

##### (1) Giro

Untuk giro yang menggunakan akad wadiah biasanya menggunakan akad wadiah yad amanah sehingga biasanya akan memberi imbalan sejumlah bonus kepada nasabah penyimpan, besar bonus tersebut sesuai dengan kebijakan bank dan tidak diperjanjikan di awal akad. Pada giro wadiah nasabah terbebas dari resiko kehilangan atau berkurangnya dana yang tersimpan. Bank menanggung penuh pengembalian uang nasabah jika investasi yang

dilakukan oleh bank gagal atau mengalami kerugian (Nadratuazzaman, 2013:32).

## (2) Tabungan

Dalam tabungan dengan akad wadiah pihak bank selaku penerima titipan dana menggunakan akad wadiah yad dhamanah. Biasanya bank akan memberikan imbalan kepada nasabah penyimpan sejumlah bonus yang besarnya sesuai dengan kebijakan bank dan tidak diperjanjikan di awal akad. Pada tabungan wadiah ini nasabah terbebas dari resiko kehilangan ataupun kekurangan dana yang disimpan, karena pihak bank bertanggung jawab penuh atas pengembalian uang nasabah jika investasi yang dilakukan oleh bank gagal atau mengalami kerugian (Nadratuazzaman, 2013:33).

## b) Prinsip Mudharabah

Dalam prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian digunakan oleh bank untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bank tanggung jawab apabila mengalami kerugian.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan, maka prinsip mudharabah dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

(1) *Mudharabah Mutlaqah.*

*Mudharabah* ini mempunyai prinsip dapat berupa tabungan maupun deposito, sehingga ada dua jenis dalam *Mudharabah* ini yaitu tabungan *Mudharabah* dan deposito *Mudharabah*. Tidak ada pembatasan bagi pihak bank untuk menggunakan dana nasabah yang telah terhimpun.

(2) *Mudharabah Muqayyadah on Balance sheet.* Ini merupakan mudharabah jenis simpanan yang khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat atau peratiran khusus yang harus dipatuhi oleh bank. sebagai contoh dana tersebut hanya diperbolehkan untuk bisnis tertentu, atau untuk akad tertentu.

(3) *Mudharabah Muqayyadah of Balance sheet.* Pada *Mudharabah* jenis ini penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pelaksana usaha juga dapat mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank untuk menentukan jenis usaha dan pelaksana usahanya (Muhammad, 2014:30).

### 3) Jenis Perbankan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dan tersebut kepada masyarakat, bank juga dapat menyalurkan dana kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

#### a) Jual Beli Valuta Asing (*Sharf*)

Adalah jual beli mata uang asing namun harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Dalam hal ini pihak Bank mengambil keuntungan sebagai jasa jual beli tersebut.

#### b) Sewa (*Ijarah*)

Kegiatan *ijarah* adalah menyewakan simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata-laksana administrasi dokumen (*custodian*), dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari pihak yang menyewa (Muhammad, 2014:32).

#### d. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

- 1) Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.
- 2) Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana

- 3) Di dalam Islam tidak memperbolehkan “menghasilkan uang dari uang”. Uang merupakan media pertukaran dan bukan komoditas yang diperjual belikan.
- 4) Unsur Gharar (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.
- 5) Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam (Karmani, 2012:29).

#### 1. Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melalui operasi (lupiyoadi,2001). Menurut huryati (2005) dalam Dewi (2015:3), dalam penentuan lokasi erat kaitannya dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang terpenting dalam lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

#### 2. Manajemen Pemasaran Bank Syariah

##### a. Pengertian Manajemen Pemasaran Bank Syariah

Secara istilah, sebagian pengamat mengartikan manajemen sebagai *idarah*, yang merupakan suatu aktivitas

khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahannya, pengembangan personal, perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek. Dengan tujuan agar hasil-hasil yang ditargetkan dapat tercapai dengan cara yang efektif dan efisien (Muhammad, 2005:176)

Menurut Kotler dalam buku Kasmir (2010:53) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Sedangkan pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan (Kasmir, 2010:54).

#### b. Tujuan Pemasaran Bank

Dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran

suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. (Kasmir, 2010:57)

Tujuan pemasaran bank diantaranya adalah:

- 1) Memaksimumkan konsumsi, atau dengan kata lain merangsang dan memudahkan konsumsi agar dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular).
- 3) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- 4) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

c. Konsep-Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun

konsumen. Saat ini ada lima konsep dalam pemasaran dimana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lainnya. Setiap konsep dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasarannya (Kasmir, 2010:58)

Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:

#### 1) Konsep Produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep produksi merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual. Konsep ini menekankan kepada volume produksi atau distribusi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.

#### 2) Konsep Produk

Konsep ini beranggapan bahwa konsumen akan menyukai produk yang memberikan mutu kinerja yang terbaik serta memiliki keistimewaan dan kesempurnaan yang terlihat menonjol. Oleh sebab itu, kapital seharusnya memberikan upaya secara terus menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menyebabkan adanya marketing

myopia (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Secara keseluruhan konsep produk menekankan untuk kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik (Kasmir, 2010:59)

### 3) Konsep Penjualan

Sebagian besar konsumen akan mengurangi pembelian produk, kecuali pada perusahaan yang menjalankan suatu usaha pemasaran dan penjualan yang kuat. Oleh sebab itu, perusahaan harus melakukan usaha-usaha pemasaran dan penjualan dalam rangka untuk mendoktrin konsumen. Biasanya Konsep penjualan diterapkan pada produk-produk asuransi atau ensiklopedia juga untuk lembaga nirlaba seperti parpol. Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan secara lebih agresif melalui usaha-usaha pemasaran secara terus menerus.

### 4) Konsep Pemasaran

Konsep ini mengemukakan bahwa kunci untuk menggapai sasaran suatu organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan sasaran pasar.. Kemudian kunci yang kedua adalah memberikan kepuasan seperti yang diharapkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari apa yang dilakukan lawan bisnis atau lawan organisasi (Kasmir, 2010:59).

#### 5) Konsep Pemasaran Kemasyarakatan.

Konsep ini menjelaskan bahwa tugas suatu perusahaan adalah menentukan keinginan, minat, dan kebutuhan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para lawan bisnis sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat. Konsep ini merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

#### d. Strategi Pemasaran Bank Syariah

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk atau jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Penjualan tersebut diorientasikan pada:

- 6) Produk *funding* (pengumpulan dana)
- 7) Orientasi pada pelanggan
- 8) Peningkatan mutu layanan
- 9) Meningkatkan *fee based income*.

Dengan demikian strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah. Yang dimaksud strategi

pemasaran bank syariah adalah penetapan secara jelas pasar bank sehingga menjadi kunci utama untuk menerapkan elemen-elemen strategi lainnya (Muhammad, 2005:223).

### 3. Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2005) dalam Sari (2015:5) pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. Sebelum calon nasabah menggunakan jasa perbankan syariah, maka terlebih dahulu di perlukan sebuah atau beberapa pengetahuan atau informasi mengenai perbankan syariah, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa di rugikan dan merugikan. Pengetahuan atau informasi untuk menabung di bank syariah bisa didapat dari orang lain, seperti karyawan, teman-teman, saudara-saudara, media cetak, dan lain sebagainya yang mampu menjelaskan tentang perbankan (Lestari, 2015:10). Selain itu, berkaitan dengan pengetahuan di jelaskan dalam firman Allah Q.S. Al-Mujadilah:11

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ  
فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ

الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا

تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu “berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelalangan untukmu. Dan apabila dikatakan “berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S Al-Mujadilah:11)

#### 4. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang diberikan oleh bank syariah agar nasabah bisa menggunakannya. Tersedianya fasilitas yang lengkap akan membuat bank syariah lebih berkembang. Karena ketersediaan fasilitas yang lengkap akan mendukung berjalannya proses perbankan serta membuat para nasabah merasa nyaman jika sedang berada di dalam bank syariah tersebut. Fasilitas yang dapat mendukung berjalannya suatu perbankan yakni antara lain seperti, call center, ATM yang terdapat berbagai daerah dan lain sebagainya. Fasilitas yang diberikan oleh bank syariah dapat menjunjung kinerja staf dan menarik minat masyarakat untuk memilih bank syariah (Junaidi, 2015:8).

### **C. Kerangka Pikir**

Garis besar penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan, dan fasilitas terhadap minat menabung.

#### **1. Pengaruh lokasi terhadap minat menabung di bank syariah**

Menurut Lupiyoadi (2001) dalam sari (2015:4) lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melalui operasi (Lupiyoadi,2001). Menurut Huryati (2005) dalam dewi (2015:3), dalam penentuan lokasi erat kaitannya dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai di mana operasi dan *staff*-nya akan ditempatkan.

Dari penjelasan diatas, dapat dinyatakan bahwa apabila lokasi bank syariah terletak di tempat yang strategis mudah di jangkau oleh masyarakat maka keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, apabila lokasi bank syariah susah di jangkau oleh masyarakat, maka masyarakat enggan untuk menabung di bank syariah.

#### **2. Pengaruh manajemen pemasaran terhadap minat menabung di bank syariah.**

Menurut Kotler dalam buku Kasmir (2010:53) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan

dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa hubungan antara manajemen pemasaran dengan minat menabung di bank syariah bisa sangat jelas. Apabila manajemen pemasaran bank dilakukan dengan baik dalam artian dapat menarik masyarakat untuk menabung di bank syariah atau bisa memaksimalkan kepuasan masyarakat melalui berbagai pelayanan yang di inginkan nasabah, maka minat menabung akan semakin banyak. Karena kepuasan nasabah ini akan di tularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.

### **3. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah**

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya (Sari, 2015:5). Adanya pengetahuan, dapat dinyatakan seseorang akan semakin mengenal suatu sasaran. Pengetahuan juga bisa mengakibatkan minat seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk. Seseorang yang mempunyai informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi

terhadap produk tersebut daripada seseorang yang sedikit pengetahuannya mengenai bank syariah.

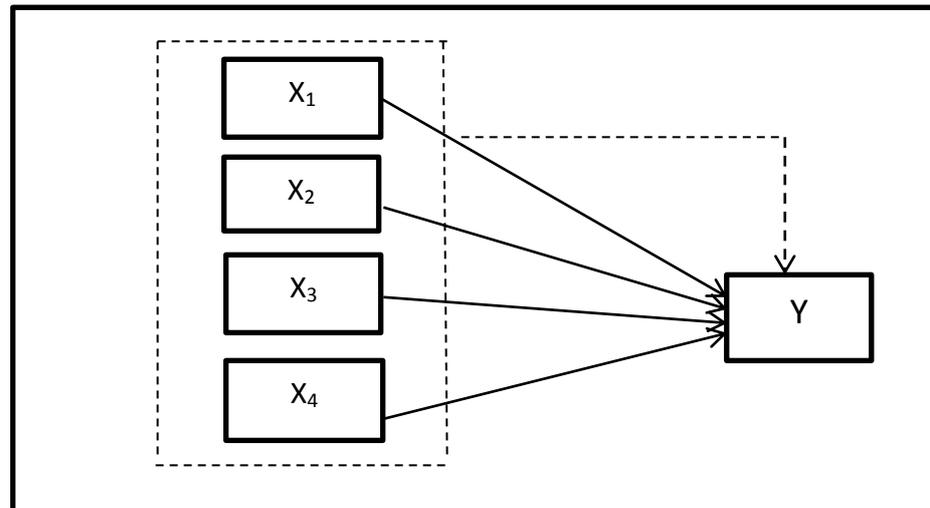
Hubungan antara pengetahuan dengan minat menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Apabila seseorang lebih aktif mencari informasi tentang bank syariah atau seseorang memiliki pengetahuan lebih banyak tentang bank syariah biasanya memiliki kemauan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi daripada seseorang yang kurang mempunyai pengetahuan tentang bank syariah atau seseorang yang pasif mencari informasi tentang bank syariah.

#### **4. Pengaruh fasilitas terhadap minat menabung di bank syariah**

Fasilitas merupakan sarana dan prasarna yang diberikan oleh bank syariah agar nasabah dapat menggunakannya. Tersedianya fasilitas yang lengkap akan mendukung berjalannya proses perbankan serta membuat para nasabah nyaman jika sedang berada di dalam bank syariah tersebut (Junaidi, 2015:8).

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan fasilitas dengan minat seseorang untuk menabung di bank syariah bisa sangat jelas. Seseorang akan lebih tertarik atau lebih minat untuk menabung di bank syariah apabila fasilitas yang ada bank syariah lengkap serta bisa membuat nyaman apabila berada di dalamnya.

Berikut merupakan kerangka pemikiran penelitian yang digambarkan melalui sebuah paradigma penelitian:



**Gambar 2.1**

Kerangka Pemikiran Penelitian.

Keterangan:

Y : minat menabung

X<sub>1</sub> : lokasi

X<sub>2</sub> : manajemen pemasaran

X<sub>3</sub> : pengetahuan

X<sub>4</sub> : fasilitas

—> : pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial)

- - -> : pengaruh secara bersama-sama (simultan)

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu hypo (belum tentu benar) dan tesis (kesimpulan). Menurut Sekaran (2005), mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diprediksi secara rasional diantara dua variabel atau lebih yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat di uji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dengan demikian, ada keterkaitan antara perumusan masalah dengan hipotesis, Karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan harus dijawab pada hipotesis.

Berdasarkan kerangka pikir diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1 : diduga terdapat pengaruh yang positif lokasi terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah
2. H2 : diduga terdapat pengaruh yang positif manajemen pemasaran terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah
3. H3 : diduga terdapat pengaruh yang positif pengetahuan terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah
4. H4 : diduga terdapat pengaruh yang positif fasilitas terhadap minat guru untuk menabung di bank syariah
5. H5 : diduga lokasi, manajemen pemasaran, pengetahuan, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh secara positif terhadap intensi minat guru untuk menabung di bank syariah.