

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Minat Menabung**

##### **1. Definisi Minat Menabung**

Menurut Sofyan Assauri, minat merupakan keinginan yang timbul dalam diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan tertarik pada suatu objek atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan yang diambil pembeli merupakan sebuah proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa saja yang akan dibeli atau tidak merupakan pembelian dan keputusan tersebut akan diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yang kebutuhan dana yang dimiliki.<sup>13</sup>

Menurut Kotler dan Keller minat konsumen berarti sebuah perilaku konsumen dimana memiliki keinginan untuk membeli dan memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan serta menginginkan produk atau jasa tersebut.<sup>14</sup> Minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

---

<sup>13</sup> Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta: Gema Insani, (2012) hal.85

<sup>14</sup> Yuliana Siti Chofifah, “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program Office Chaneling”, *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol.1 No. 1, 2018

Selain itu minat dapat tumbuh karena adanya faktor eksternal dan juga faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati, dalam hal ini adalah minat menabung diperbankan syariah.<sup>15</sup>

Minat konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk atau tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Mehta mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen pembelian. Percy dan Rosister mengemukakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa) merekomendasikan (influencer), memilih, dan Akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Chandra Kartika dkk, “*Pengaruh Relegiustitas, Trust, Coorporate Image, dan Sistem Bagi Hasil, Terhadap Customer Behavior Intention Menabung dan Customer Loyalty di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur*“, Jurnal Global, Vol.2 No.2, 2018.

<sup>16</sup> Roni Andespa, “*Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Naabah Dalam Menabung di Bank Syariah*“, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol 2 No.1,2017.

## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen yang dikemukakan oleh Kotler, Bowen, dan Makens dalam Wibisaputra faktor yang pertama adalah situasi tidak terduga. Situasi ini terjadi secara tiba tiba yang mana konsumen dengan spontan memiliki minat terhadap produk atau jasa tanpa adanya dorongan maupun keterpaksaan. Sementara faktor lainnya adalah sikap terhadap orang lain. Pada saat orang lain menggunakan suatu produk atau jasa , konsumen lain dapat melihat dan tertarik pada produk atau jasa tersebut. Semakin besar sikap positif orang lain akan mempengaruhi niat pembelian konsumen lainnya, begitu pula sebaliknya.<sup>17</sup>

## 3. Menabung Dalam Perspektif Islam

Menabung adalah menyisihkan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa mendatang, sehingga pada saatnya telah tiba teredia dana yang memadai. Menabung adalah bagian dari pengendalian diri dengan menabung artinya kita tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi pemenuhan kepuasan sekarang atau jangka pendek, melainkan mengendalikan pemenuhan keinginan kita untuk dapat memenuhi kebutuhan dimasa mendatang yang jauh lebih penting.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat menabung di Bank Syariah merupakan suatu keinginan serta dorongan yang muncul dari diri sendiri secara sadar tanpa adanya tekanan untuk menyimpan uang dilembaga perbankan syariah. Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah sesuai yang telah diatur oleh Dewan Syariah Nasional.

---

<sup>17</sup> Yuliana Siti Chotifah, "Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling", Jurnal of Finance and Islamic Banking, Vol. 1 No.1,

#### 4. Unsur-unsur Minat Menabung

Menurut Sobria minat menabung mengandung 3 unsur yaitu:<sup>18</sup>

- a. Unsur Kognisi (mengenali) yaitu dimana bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat.
- b. Unsur Emosi (perasaan) didalam partisipasi atau pengalaman itu selalu disertai dengan perasaan tertentu yang biasanya seperti perasaan senang.
- c. Unsur Konasi (kehendak) yang dimana merupakan kelanjutan dari unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

#### 5. Dimensi dan Indikator Minat Menabung

Dimensi dan Indikator Minat Menabung sebagai berikut<sup>19</sup>:

- a. Pengetahuan agama pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mendalami keyakinan dan ajaran agamanya sebagaimana dalam agama islam yang telah mengatur mengenai kaidah kaidah keilmuan ekonomi islam/perbankan, adapun indikatornya sebagai berikut:
  - 1) saya minat menabung di bank syariah karena sudah sesuai dengan prinsip prinsip syariah islam
  - 2) saya minat menabung di bank syariah karena ingin terhindar dari riba

---

<sup>18</sup> Siti Maisharah Amanda dan M. Sabri Abd. Majid, “*Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala)*”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, Vol.1 No.2, 2019.

<sup>19</sup> Hendrawan dkk, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah”, Journal Of Bussines Administration, Vol.1 No.2, 2017.

dan ingin menerapkan ekonomi yang berlandaskan syariat islam

- b. Pengaruh Lingkungan yaitu keinginan seseorang untuk menabung yang juga dipengaruhi orang lain oleh yang mengarah kepada penyesuaian diri dan lingkungan, adapun indikatornya yaitu:
  - 1) saya minat menabung di bank syariah Karena keluarga saya
  - 2) minat muncul dari orang yang juga menabung di bank syariah
- c. Dorongan dari dalam dorongan dari dalam merupakan faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang mengarah pada kebutuhan individu dan juga dalam diri seseorang, adapun indikatornya yaitu: keinginan yang muncul
  - 1) saya minat menabung untuk menyimpan sebagian dari hasil gaji
  - 2) saya menyadari pentingnya menabung untuk investasi masa depan

## **B. Aksesibilitas**

### **1. Definisi aksesibilitas**

Jhon Black mengatakan bahwa aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi tersebut dicapai melalui transportasi<sup>20</sup>. Menurut Wang dan Wang “*Acess involved approachability and ease of contact*” berdasarkan pada pendapat tersebut, bisa diungkapkan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan untuk melakukan pendekatan. Pendekatan ini adalah pendekatan untuk berbagai kepentingan, diantaranya adalah untuk lebih memahami obyek yang dilakukan pendekatan maupun untuk bisa mendapatkan informasi tertentu sesuai kebutuhan seseorang.

---

<sup>20</sup> La Ode Muhammad Maghribi dean A.j. Suhardjdo, “*Aksesibilitas dan pengaruhnya terhadap pembangunan di perdesaan: konsep model sustainable accessibility padas kawasan perdesaan di propinsi sulawesi tenggara*”, Jurnal Transportasi Vol.4 No.2, 2004.

Selain itu aksesibilitas juga menggambarkan kemudahan untuk bisa berinteraksi (*ease of contact*).<sup>21</sup> Aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. Karakteristik sistem transportasi ditentukan aksesibilitas. Aksesibilitas memberikan pengaruh pada beberapa lokasi kegiatan atau tata guna lahan. Lokasi kegiatan juga memberikan pengaruh pada pola perjalanan untuk melakukan kegiatan sehari-hari.<sup>22</sup>

## 2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Aksesibilitas

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat aksesibilitas.

Menurut Miro faktor-faktor tersebut meliputi:

- a. Faktor waktu tempuh faktor waktu tempuh sangat tergantung oleh kesediannya sarana dan prasarana transportasi yang dihandalkan, susah dan mudah lokasi tersebut melalui sistem transportasi. Seberapa lama masyarakat menempuh jarak/lokasi yang dituju, semakin dekat dengan lokasi yang diinginkan masyarakat maka semakin banyak pula masyarakat menggunakan fasilitas tersebut.
- b. Faktor biaya/ongkos perjalanan  
Biaya perjalanan ikut berperan dalam menentukan mudah tidaknya tempat tujuan dicapai, karena ongkos perjalanan yang tidak terjangkau

---

<sup>21</sup> Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Raa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Surabaya", Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2 No.1, 2014.

<sup>22</sup> Nia Komala Sari, "Aksesibilitas Masyarakat Menuju Pasar Ganting: Di Kenagarian Kambang Timur Kecamatan Lengayang Kabupaten Pesisir Selatan", Jurnal ( Sekolah Tinggi Ilmu Keguruan dan Pendidikan PGRI Sumatera Barat:2014), hlm3.

mengakibatkan orang enggan atau bahkan tidak mau melakukan perjalanan.

c. Faktor intensitas (kepadatan) guna lahan

Padatnya kegiatan pada suatu petak lahan yang sudah diisi dengan berbagai macam kegiatan akan berpengaruh pada dekatnya jarak tempuh berbagai kegiatan tersebut dan secara tidak langsung hal tersebut ikut mempertinggi tingkat kemudahan pencapaian tujuan.

d. Faktor pendapatan orang melakukan perjalanan

Pada umumnya orang mudah melakukan perjalanan kalau ia didukung oleh kondisi ekonomi yang mapan, walaupun jarak perjalanan fisik jauh.

### **3. Aksesibilitas Dalam Perspektif Islam**

Aksesibilitas didefinisikan sebagai suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi atau tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Leksono (2010).

Prinsip kemudahan (At-Taysir) menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah SWT menurunkan syariat islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan kepada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan.

Aksesibilitas perbankan syariah sangat berkorelasi dengan lokasi perbankan syariah, karena pada dasarnya salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam penentuan lokasi perbankan adalah lokasi, lokasi perbankan adalah lokasi yang mudah dijangkau atau dalam kata lain memiliki

aksesibilitas yang baik.

Setiap konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang mudah dijangkau untuk memudahkan aksesnya saat menuju bank tersebut, oleh sebab itu lokasi yang ditetapkan oleh bank haruslah benar benar strategis agar mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai penjuru. akses lokasi merupakan faktor penting dalam berkembangnya bank syariah. Nasabah juga harus merasa nyaman dengan tata letak bank, dimulai pada saat nasabah memasuki halaman bank, memarkir kendaraannya, keteduhan dan keamanan halaman parkir, dan kenyamanan ruangan didalam bank.

#### **4. Dimensi dan Indikator Aksesibilitas**

dibawah ini beberapa dimensi dan indikator aksesibilitas<sup>23</sup>:

##### **a. Kemudahan (At Taysir)**

kemudahan dalam hal ini diukur berdasarkan jarak dan waktu yang digunakan untuk mencapai lokasi bank, adapun indikatornya yaitu:

- 1) lokasi bank mudah dijangkau sarana transportasi
- 2) akses menuju tempat lokasi mudah dan tidak membutuhkan waktu lama

##### **b. Biaya dan pendapatan**

Biaya perjalanan ikut berperan dalam menentukan mudah tidaknya tempat tujuan dicapai, karena ongkos perjalanan yang tidak terjangkau mengakibatkan orang enggan atau bahkan tidak mau melakukan perjalanan dan Pada umumnya orang mudah melakukan perjalanan kalau ia didukung oleh kondisi ekonomi yang mapan adapun indikatornya yaitu:

- 1) biaya ongkos menuju lokasi relatif terjangkau

---

<sup>23</sup> Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta; Andy Offset, 2014), hal.159.



2) nasabah mampu secara ekonomi untuk melakukan perjalanan

c. fasilitas

fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen yang bergerak dibidang jasa. fasilitas berupa kelengkapan yang disediakan oleh pihak bank untuk memperlancar kegiatan nasabah, adapun indikatornya yaitu:

- 1) fasilitas dan bangunan bank sangat memadai
- 2) ruang tunggu didalam kantor bank terasa nyaman

## **C. Jaminan Rasa Aman**

### **1. Definisi Jaminan Rasa Aman**

Keberadaan lembaga perbankan memiliki kontribusi yang cukup dominan dalam menjaga keberlangsungan roda perekonomian. Lembaga yang dapat membaca aspirasi konsumen, menempatkan konsumen sebagai subjek, memeberi jaminanr asa aman kepada nasabah yang akan tetap bertahan.

Menurut Krochin aman mempunyai arti bebas dari ancaman bahaya, gangguan, dan terlindungi, dan terhindar dari rasa takut. Kebutuhan rasa aman harus dilihat dalam arti luas, tidak sebatas pada keamanan fisik, melainkan juga keamanan yang menyangkut psikologisnya yang didalamnya berhubungan dengan jaminan keamanan. Stabilitas sistem yang menghindarkan manusia dari rasa cemas, khawatir dan berbagai hal lainnya. Sedangkan menurut Ekawati, keamanan secara fisik menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis, karena konsumen tidak akan merasa was was dan khawatir serta terancam jiwanya dimanapun dan kapanpun dia berada. Aman mempunyai arti bebas dari ancaman bahaya, gangguan terlindungi, dan terhindar dari rasa takut. Sedangkan rasa aman adalah kondisi dimana seseorang bebas dari cedera fisik

dan psikologi dan dalam kondisi aman dan tenteram bebas dari resiko.<sup>24</sup>

Maslow membuat peringkat kebutuhan seseorang dalam lima tingkatan kebutuhan yang lazim disebut *Maslow's Hierarchy Of Needs Theory*. Kebutuhan dalam teori Maslow diperingkat berdasarkan pada jenjang kebutuhan, artinya bahwa ketika seseorang telah mampu memenuhi kebutuhan tahap pertama, maka orang tersebut berusaha untuk memenuhi kebutuhan tingkat kedua. Kebutuhan-kebutuhan tersebut diperingkat berdasarkan pada status sosial seseorang.<sup>25</sup>

Dalam lembaga keuangan, jaminan rasa aman diperlukan oleh nasabah yang menyimpan dananya di lembaga keuangan. Undang Undang Nomor.40 Tahun 2014 tentang perasuransian menyatakan bahwa asuransi syariah adalah asuransi kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis, serta perjanjian diantara para pemegang polis dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi. Menurut Undang Undang tersebut bentuk perlindungan diberikan dengan:<sup>26</sup>

- a. Penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti.
- b. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meningkatnya peserta atau

---

<sup>24</sup> Nana Putrawardana, "Pengaruh Tingkat Relegiusitas, Jaminan Rasa Aman dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", Jurnal Ekonomi Islam, Vol.1 No.2, 2020.

<sup>25</sup> Ahmad Fuad Azhar, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rsa Aman dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta", Jurnal, Yogyakarta, 2012,hlm.4.

<sup>26</sup> Yuliati dan Ignatius Soni Kurniawan, "Pengaruh Periklanan Kualitas Pelayanan Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur", Jurnal Manajemen, Vol 6 No.2, 2016

pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

## **2. Jaminan Rasa Aman Dalam Perspektif Islam**

Jaminan adalah dapat berupa keamanan, kenyamanan, dan kejujuran guna untuk menghilangkan keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Hal ini juga meliputi beberapa komponen diantaranya komunikasi, dan sopan santun. Jaminan (Assurance) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. Assurance ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan terus bertransaksi pada lembaga tersebut.

## **3. Macam Macam Resiko Yang di Persepsi Masyarakat**

Macam macam resiko yang dipersepsi masyarakat mencakup:<sup>27</sup>

- a. *Functional Risk* (resiko fungsional), yaitu resiko bila produk tidak dapat memberikan kinerja sebagaimana mestinya. Konsumen khawatir bahwa suatu produk tidak berfungsi sebagaimana mestinya.
- b. *Physical Risk* (resiko fisik) yaitu kekhawatiran konsumen bahwa suatu produk dapat menyebabkan suatu bahaya fisik tertentu.
- c. *Finansial Risk* (resiko finansial) yaitu keragu ragan konsumen bahwa suatu produk akan memberikan manfaat sebanding dengan banyaknya

---

<sup>27</sup> Nana Putrawardana, “Pengaruh Tingkat Relegiusitas, Jaminan Rasa Aman dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, Jurnal Ekonomi Islam, Vol.1 No.2, 2020.

uang yang dikeluarkan untuk memperolehnya.

- d. *Social Risk* (resiko sosial) yaitu kekhawatiran konsumen bahwa produk yang dikonsumsinya akan mendapatkan respon negatif dari orang-orang sekelilingnya, seperti penghinaan yang menyebabkan perasaan malu.

#### **4. Faktor Yang Dapat Membuat Seseorang Merasa Nyaman** Adapun

faktor yang dapat membuat seseorang merasa nyaman yaitu:<sup>28</sup>

- a. Faktor lingkungan berperan sangat besar dimana tiap individu sepanjang hidupnya berinteraksi dengan orang lain dan juga dipengaruhi adat istiadat, kebiasaan, dan peran perannya didalam masyarakat.
- b. Faktor hubungan individu dengan orang lain sebagai makhluk sosial, manusia dalam kesehariannya dihadapkan pada membina hubungan hingga akhir hidupnya dimana hubungan individu dengan orang lain akan dapat memberikan dampak terhadap kebutuhan psikologi baik secara positif maupun negatif.

#### **5. Dimensi dan Indikator Jaminan Rasa Aman**

Dibawah ini Dimensi dan Indikator Jaminan Rasa Aman:<sup>29</sup>

- a. Kompetensi (Ahliyyah) kompetensi merupakan penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan, adapun indikatornya yaitu:
  - 1) karyawan mampu berkomunikasi dan menyampaikan informasi dengan baik
  - 2) karyawan memiliki kemampuan yang baik dan mempunyai wawasan

---

<sup>28</sup> Sri Wahyuning Tias, “Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah”, Jurnal Manajemen, Vol.2 No.3, 2018.

<sup>29</sup> Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)

yang luas

- b. Kesopanan, dimensi kesopanan meliputi sikap sopan santun, respek, mempunyai tingkat kepedulian tinggi dan keramahan lini depan yang dimiliki setiap pegawai, adapun indikatornya yaitu :
  - 1) Pegawai BSI berperilaku baik dan menyenangkan
  - 2) Pegawai BSI menerapkan etika yang baik dan ramah
- c. Keamanan, keamanan artinya kemampuan menjamin serta menciptakan rasa aman dan nyaman dari suatu resiko, atau keragu raguan dari produk atau jasa yang ditawarkan, adapun indikatornya yaitu:
  - 1) saya merasa tidak khawatir akan menabung di BSI karena dijamin dengan Lembaga Penjamin Simpanan
  - 2) bank sangat menjamin kerahasiaan setiap transaksi

## **D. Bagi Hasil**

### **1. Definisi Bagi Hasil**

Menurut Al Qardhawi “bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Sebagai konsekuensi dari kerjasama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan jika rugi usaha mereka harus dirasakan bersama. Inilah keadilan yang sempurna keuntungan sama dinikmati dan kerugian sama sama dirasakan.”<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Novita Erliana Sari dkk, “Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun”, Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol.5 No.2, 2017.

Menurut Wirdayani sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan kegiatan usaha. Sistem bagi hasil merupakan suatu bentuk pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal dengan bank sebagai pengelola modal yang disimpan nasabah. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak atau akad.<sup>31</sup>

## **2. Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil Yang Diterapkan Pada**

### **Perbankan Syariah**

Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan di dalam perbankan syariah terdiri dari dua sistem, yaitu:<sup>32</sup>

#### **a. Profit Sharing**

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Profit secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (total revenue) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (total cost), di dalam istilah lain profit sharing adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah profit and loss sharing, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan.

---

<sup>31</sup> Chandra Kartika dkk, “Pengaruh Relegiustitas, Trust, Corporate Image, dan Sistem Bagi Hasil, Terhadap Customer Behavior Intention Menabung dan Customer Loyalty di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur“, Jurnal Global, Vol.2 No.2, 2018.

<sup>32</sup> Novita Lestari, “Prinsip Bagi Hasil Pada Perbankan Syariah”, Jurnal Hukum Sehasen, Vol.1 No.1, 2019.

Sistem profit and loss sharing dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (Investor) dan pengelola modal (entrepreneur) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana di antara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upah/hasil dari jerih payahnya atas kerja yang telah dilakukannya, keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan usaha dalam dunia bisnis bisa negatif, artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biaya-biaya, dan nol artinya antara pendapatan dan biaya menjadibalance.

#### b. Revenue Sharing

Revenue Sharing berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu, revenue yang berarti; hasil, penghasilan, pendapatan. Sharing adalah bentuk kata kerja dari share yang berarti bagi atau bagian. Revenue sharing berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan.

Revenue (pendapatan) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang (goods) dan jasa jasa (services) yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan (sales revenue), dalam arti lain revenue merupakan besaran

yang mengacu pada perkalian antara jumlah out put yang dihasilkan dari kegiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut.

Berdasarkan definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa arti revenue pada prinsip ekonomi dapat diartikan sebagai total penerimaan dari hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah dari total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut. Unsur yang terdapat di dalam revenue meliputi total harga pokok penjualan ditambah dengan total selisih dari hasil pendapatan penjualan tersebut. Tentunya di dalamnya meliputi modal (capital) ditambah dengan keuntungannya (profit).

### **3. Jenis Jenis Akad Bagi Hasil**

Bentuk bentuk kontrak kerjasama bagi hasil dalam perbankan syariah secara umum dapat dilakukan dengan empat akad yaitu :<sup>33</sup>

#### **a. Musyarakah**

Adalah mencampurkan salah satu dari macam harta dengan lainnya sehingga tidak dapat dibedakan diantara keduanya. Dalam pengertian ini musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan

---

<sup>33</sup> Wirdayani Wahab, “*Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1 No.2, 2016.



kesepakatan (Antonio,1999). Penerapan yang dilakukan bank syariah, musyarakah adalah suatu kerjasama antara bank dan nasabah dan bank setuju untuk membiayai usaha atau proyek secara bersama sama dengan nasabah sebagai inisiator proyek dengan suatu jumlah berdasarkan presentase tertentu dari jumlah total biaya proyek dengan dasar pembagian keuntungan dari hasil yang diperoleh dari usaha atau proyek tersebut berdasarkan presentase bagi hasil yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

b. Mudharabah

Adalah suatu pernyataan yang mengandung pengertian bahwa seseorang memberi modal niaga kepada orang lain agar modal itu diniagakan dengan perjanjian keuntungannya dibagi antara dua belah pihak sesuai perjanjian, sedang kerugian ditanggung oleh pemilik modal. Kontrak mudharabah dalam pelaksanaannya pada Bank Syariah nasabah bertindak sebagai mudharib yang mendapat pembiayaan usaha atas modal kontrak mudharabah. Mudharib menerima dukungan dana dari bank, yang dengan dana tersebut mudharib dapat mulai menjalankan usaha dengan membelanjakan dalam bentuk barang dagangan untuk dijual kepada pembeli, dengan tujuan agar memperoleh keuntungan (profit).

c. Instansi Mudharabah Antar Bank (IMA)

Sarana kegiatan investasi jangka pendek dalam rupiah antar peserta pasar uang antarBank Syariah berdasarkan prinsip mudharabahdi mana keuntungan akandibagikan kepada kedua belah pihak (pembeli dan penjual sertifikat IMA) berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

#### 4. Prinsip Bagi Hasil Pada Perbankan Syariah

beberapa prinsip dalam sitem bagi hasil pada perbankan syari'ah, yaitu:

a. Prinsip Kerjasama

Adanya kesepakatan antara pihak pengelola dan pemilik dana menjadi dasar dari prinsip kerjasama. Kehendak para pihak tersebut dituangkan dalam perjanjian/akad kerjasama.

b. Prinsip Kepercayaan

Kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam suatu akad,dengan adanya kepercayaan maka memungkinkan seseorangmendapatkan bantuan dari orang lain. Kepercayaan dalam perbankan syari'ah, yaitu kepercayaan antara pemilik dana/modal (*shahibul mal*) dengan pengelola dana (*mudharib*), baik pihak bank ataupun nasabah.

c. Prinsip Kehati-Hatian

Prinsipkehati-hatian merupakan hal yang penting gunamewujudkan sistem perbankan yang sehat, kuat dan kokoh.Landasan prinsip ini

terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Perbankan, yang mengharuskan setiap bank menggunakan prinsip kehati-hatian.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Setiap kegiatan selalu memiliki risiko, tak terkecuali dalam kegiatan perbankan syari'ah, sehingga prinsip tanggung jawab harus diterapkan bagi para pihak.

e. Prinsip Keadilan

Pada perbankan syari'ah harus diterapkan prinsip keadilan, karena di dalamnya terdapat nilai saling berbagi dalam keuntungan nisbah. Dalam sistem perbankan syari'ah hubungan antara bank dan nasabah tidak hanya sebagai *debitur* dengan *kreditur* saja, tetapi hubungan keduanya diakui sebagai mitra kerja yang lebih dekat dan lebih humanis.

## 5. Dimensi dan Indikator Bagi Hasil

Adapun Dimensi dan Indikator Bagi Hasil sebagai berikut:<sup>34</sup>

a. Persentase

Nisbah keuntungan harus didasarkan dalam bentuk presentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan itu misalnya 50:50%, 70:30%, 60:40% atau 55:45%. Jadi nisbah keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal. Adapun indikatornya sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> Karim, Bank Analisis Fiqih dan Keuangan, (Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2013)

- 1) saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan dalam bentuk persentase
- 2) saya mengetahui besar nisbah bagi hasil yang ditetapkan saat ini

b. Bagi Untung dan Bagi Rugi

Kontrak ini ,*return* dan *timing cash flow* kita tergantung kepada kinerja riilnya. Bila laba bisnisnya besar, kedua belah pihak mendapat bagian yang besar pula. Laba bisnisnya kecil, mereka mendapat bagian yang kecil juga. Filosofi inihanya dapat berjalan jika nisbah laba di tentukan dalam bentuk presentase, bukan dalam bentuk nominal rupiah tertentu. adapun indikatornya yaitu:

- 1) saya mengharapkan imbalan atau return yang secara akumulatif dapat memperbesar jumlah tabungan saya
- 2) saya mengetahui bahwa imbalan atau return didapat tergantung pada kinerja bisnis

c. Jaminan

Ketentuan pembagian kerugian bila kerugian yang terjadi hanya murni diakibatkan oleh resiko bisnis (*business risk*), bukan karena risiko karakter buruk *mudharib* (*characterrisk*). Kerugian terjadi karena karakter buruk, misalnya karena *mudharib* lalai dan atau melanggar persyaratan-persyaratan kontrak pembiayaan, maka *shahibul maal* tidak perlu menanggung kerugian seperti itu, adapun indikatornya yaitu:

- 1) saya menabung di bank karena jaminan yang diberikan oleh bank tidak merugikan saya

- 2) saya mengetahui kontrak yang diberikan oleh bank kepada saya didalam menggunakan jasa.

## 6. Penelitian Terdahulu

Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa rujukan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan rujukan. Penelitian terdahulu ini sangatlah penting dan bermanfaat bagi penulis. Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penulisan ini sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto (2014)	Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minaat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya	Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Danamanon Surabaya.	Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling sedangkan peneliti terdahulu menggunakan sampling non probabilitas

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
2.	Ahmad Fuad Azhar (2016)	Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta	Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung	Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi <i>product moment</i> sedangkan pada penelitian ini dengan membandingkan nilai $t$ hitung dan $t$ tabel
3.	Tufy Suprianti dan Siti Fatimah (2018)	Pengaruh Aksesibilitas Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Studi Kasus Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika	Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung diperbankan syariah	Data yang diperoleh berasal dari 40 responden dengan teknik <i>purposive sampling</i> sedangkan pada penelitian ini yaitu 100 responden

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
4.	Sisca Damayanti (2016)	Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X.	Jaminan rasa aman berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Cabang X.	Penelitian dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang X sedangkan pada penelitian ini yaitu pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai
5.	Ni Made Dhita Kusuma Wahyuni dkk (2020)	Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Lembaga Perkreditan Desa Kawasan Pemukiman dan Pariwisata	Jaminan rasa aman berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di LPD kawasan pariwisata.	Penelitian dilakukan pada Lembaga keuangan bukan bank yaitu Lembaga Perkreditan Desa yang ada di Kabupaten Denpasar Bali
6.	Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan (2016)	Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT	Jaminan rasa aman tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.	Analisis data menggunakan dua analisis yaitu kuantitatif dan kualitatif sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan

		Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur.		analisis kuantitatif
--	--	--	--	----------------------

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
7.	Sari Angriani dan Sugeng Hariadi (2018)	Pengaruh Persepsi Keyakinan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.	Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung di Bank Syariah.	Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara online sedangkn pada penelitian ini kuesioner disebar secara langsung
8.	Chandra Kartika dkk (2018)	Pengaruh Relegiusitas, Trust, Corporate Image, dan Sistem Bagi	Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung.	Pada penelitian sebelumnya variabel peneletian berjumlah 6 variabel sedangkan pada peneltian ini hanya 4 variabel.



		<p>Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri di Surabaya</p>		
9.	<p>Isnaeni Pamilih dan Ratih Widhiastuti</p>	<p>Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi.</p>	<p>Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah</p>	<p>Perbedaannya yaitu pada objek penelitian serta variabel brand image dan keberagaman prduk yang tidak diteliti pada penelitian</p>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
10.	Gicella Fanny Andriani dan Halmawati (2019)	Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan an dan Budaya Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah	Bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah	Pada peneltian ini bagi hasil berpengaruh positif terhadap minat menabung

Sumber: *Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2020*

Pada penelitian yang dilakukan Yohana Neysa dan Edwin Japarianto (2014)<sup>35</sup> yang berjudul *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Danamon di Surabaya*, menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah bank Danamon di Surabaya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

---

<sup>35</sup> Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh Kepercayaan , Jaminan RaA Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.2 No.1, 2014

minat menabung, artinya ketika aksesibilitas semakin meningkat, maka minat menabung juga semakin kuat.

Pada penelitian Ahmad Fuad Azhar (2016)<sup>36</sup> yang berjudul Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta, menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank BRI Unit Kasihan. Hasil pengujian hipotesis diperoleh hasil nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung.

Pada penelitian Tufy Suprianti dan Siti Fatimah (2018)<sup>37</sup> yang berjudul Pengaruh Aksesibilitas dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah : Studi Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika, menyatakan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung diperbankan syariah. Berdasarkan uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai signifikansi aksesibilitas sebesar  $0,940 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada aksesibilitas mendapat dukungan tetapi tidak berpengaruh positif.

---

<sup>36</sup> Ahmad Fuad Azhar, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rsa Aman dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI di Yogyakarta", Jurnal, Yogyakarta, 2012,hlm.4.

<sup>37</sup> Tufy Suprianti dan Siti Fatimah, "Pengaruh Aksesibilitas dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah:Studi pada anggota komunitas difabel blora mustika", Jurnal Manajemen Dakwah Vol.4 No.2, 2018.

Pada penelitian Sisca Damayanti (2016)<sup>38</sup> yang berjudul Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X, menyatakan bahwa Jaminan rasa aman berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Cabang X. Hasil analisis menunjukkan nilai estimate dari keamanan terhadap minat sebesar 0,368 yang artinya keamanan berpengaruh positif terhadap minat, meningkatnya keamanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri, maka akan meningkatkan minat nasabah dalam menabung

Pada penelitian Ni Made Dhita Kusuma Wahyuni dkk (2020)<sup>39</sup> yang berjudul Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kawasan Pemukiman dan Pariwisata, menyatakan bahwa Jaminan rasa aman berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di LPD kawasan pariwisata. Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa metode survey yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara, populasi dalam penelitian ini adalah nasabah LPD Desa Pakraman Padangsambian dan LPD Desa Adat Kuta.

Pada penelitian Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan (2016)<sup>40</sup> yang berjudul Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al

---

<sup>38</sup> Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X", jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol.9 No.1, 2016

<sup>39</sup> Ni Made Dhita Kusuma Wahyuni dkk, "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kawasan Pemukiman dan Pariwisata", Jurnal Yudharta, Vol 11 No. 2, 2020

<sup>40</sup> Yuliyati dan Ignatius Soni Kurniawan, "Pengaruh Periklanan Kualitas Pelayanan Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur", Jurnal Manajemen, Vol 6 No.2, 2016

Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur, menyatakan bahwa Jaminan rasa aman tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Populasi dalam penelitian ini adalah 2.629 nasabah BMT AL Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur, sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan metoda convenience sampling dengan ukuran sampel 132 nasabah.

Pada penelitian Sari Angriani dan Sugeng Hariadi (2018)<sup>41</sup> yang berjudul Pengaruh Persepsi Keyakinan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, menyatakan bahwa Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Surabaya dengan umur 19 tahun keatas yang sudah memiliki ktp, teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan program SPSS 20.00 dan menggunakan metode analisis deskriptif.

Pada penelitian Chandra Kartika dkk (2018)<sup>42</sup> yang berjudul Pengaruh Relegiusitas, Trust, Corporate Image, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Customer Behavior Intention Menabung dan Customer Loyalty di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur, menyatakan bahwa Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang membuka rekening tabungan di Bank Syariah Mandiri KC Jawa Timur, metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu dengan teknik *accidental sampling*.

---

<sup>41</sup> Sari Angriani, "Pengaruh Persepsi Keyakinan dan Bagi Hasil Terhadap Minat", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.23 No.1, 2018.

<sup>42</sup> Chandra Kartika dkk, "Pengaruh Relegiustitas, Trust, Coorporate Image, dan Sistem Bagi Hasil, Terhadap Customer Behavior Intention Menabung dan Customer Loyalty di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur", *Jurnal Global*, Vol.2 No.2, 2018.

Pada penelitian Isnaeni Pamilih dan Ratih Widhiastuti (2020)<sup>43</sup> yang berjudul Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi, menyatakan bahwa Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini berdasarkan uji signifikansi parsial (uji t) bagi hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga H1 diterima dan signifikan.

Pada penelitian Gicella Fanny Andriani dan Halmawati (2019)<sup>44</sup> yang berjudul Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah, menyatakan bahwa Bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah di Kota Padang sebanyak 371.226 nasabah (OJK 2018) Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden nasabah bank syariah yang pernah melakukan transaksi di Bank Syariah yang ada di Kota Padang.

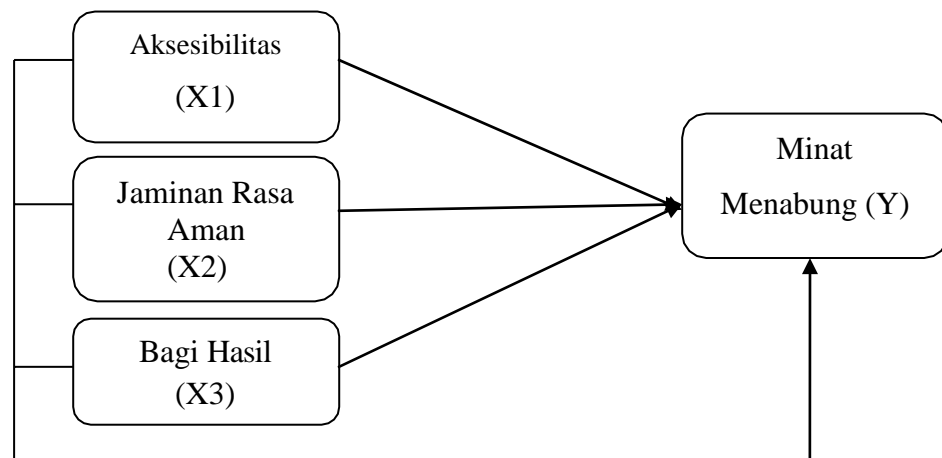
## **7. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berfikir menjelaskan terkait adanya pengaruh aksesibilitas, jaminan rasa aman, dan bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah. Variable yang dipengaruhi adalah minat nasabah (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (variabel bebas) adalah aksesibilitas (X1), jaminan rasa aman (X2), dan bagi hasil (X3).

---

<sup>43</sup> Isnaeni Pamilih dan Ratih Widhiastuti, "Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi", *Economic Education Analysis Journal* Vol.9 No.2, 2020

<sup>44</sup> Ibyd



**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**

*Sumber: Dikembangkan Dalam Penelitian, 2020.*

## 8. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

### a. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung

Wang & Wang (2005)<sup>45</sup> “*Acess involved approachability and ease of contact*” ketika aksesibilitas sebuah layanan tinggi maka layanan tersebut dikategorikan tinggi, ketika aksesibilitas layanan rendah maka layanan tersebut juga dinyatakan rendah.

Dalam penelitian Yohana Neysa dan Edwin Japariato (2014) hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank Danamon. artinya ketika aksesibilitas meningkat, maka minat menabung di Bank Danamon juga semakin kuat.

---

<sup>45</sup> Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato, “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya*”, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2, No. 1, (2014)

Berdasarkan penjelasan hasil penelitian terdahulu tersebut maka hasil Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H1: Aksesibilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung**

**b. Pengaruh Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Menabung**

Teori Maslow "*Hierarchy Of Need*"<sup>46</sup> Artinya bahwa ketika nasabah merasa terdapat jaminan rasa aman yang semakin baik maka minat menabung di bank pun semakin tinggi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Dhita Kusuma Wahyuni dkk (2020) dimana dengan variabel independen Jaminan Rasa Aman, menyatakan bahwa Jaminan Rasa Aman berpengaruh signifikan terhadap minat menabung., artinya bahwa ketika nasabah merasa terdapat jaminan rasa aman yang semakin baik maka minat menabung di bank pun semakin tinggi.

Berdasarkan penjelasan hasil penelitian terdahulu tersebut maka hasil Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H2: Jaminan Rasa Aman Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung**

**c. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung**

Sanjaya dalam *Theory of Planned Behavior*<sup>47</sup> dimana faktor latar belakang yang berasal dari individu, salah satunya adalah bagi hasil bank syariah yang berkaitan dengan faktor informasi yaitu pengetahuan dan *control believe* seseorang. Artinya ketika pemahaman tentang bagi hasil semakin baik maka minat menabung di bank syariah juga tinggi.

---

<sup>46</sup> Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto, *Loc.cit*

<sup>47</sup> Isaeni Pamilih dan Ratieh Widhiastuti, "*Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi*", *Economic Education Analysis Journal* Vol.9 No.2, 2020



Pada penelitian yang dilakukan oleh Isnaeni Pamilih dan Ratieh Widhiastuti (2020) dimana dengan variabel independen Bagi Hasil, menyatakan bahwa Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior*.

Berdasarkan penjelasan hasil penelitian terdahulu tersebut maka hasil Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H3: Bagi Hasil Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung**