

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Pengambilan Keputusan (*Theory of Decision Making*).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan. Kebijakan adalah sebuah tindakan yang mengarah pada tujuan tertentu yang dilakukan oleh seorang aktor atau beberapa aktor yang berkenaan dengan suatu masalah. Tindakan para aktor kebijakan berupa pengambilan keputusan yang biasanya bukan merupakan keputusan Tunggal, artinya kebijakan diambil dengan cara mengambil beberapa keputusan yang saling berkaitan dengan masalah yang ada. Pengambilan keputusan (*Decision Making*) dapat diartikan sebagai pemilihan alternatif terbaik dari beberapa pilihan alternatif yang ada atau merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang dihasilkan mengenai dengan prediksi kedepan. Menurut J. Reason, pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau kuluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pilihan suatu tindakan di antara beberapa pilihan alternatif yang ada.¹³

Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.

¹³ Reason James, 1990. *Human Error*, Ashgate. ISBN 1-84014-104-2

2. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Keputusan merupakan hasil dari sebuah pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Bisa dibayangkan juga keputusan merupakan hasil dari pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa pilihan satu dari beberapa alternatif yang sebenarnya dapat dipakai untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Para ahli mengemukakan keputusan dalam beberapa pengertian yaitu sebagai berikut:

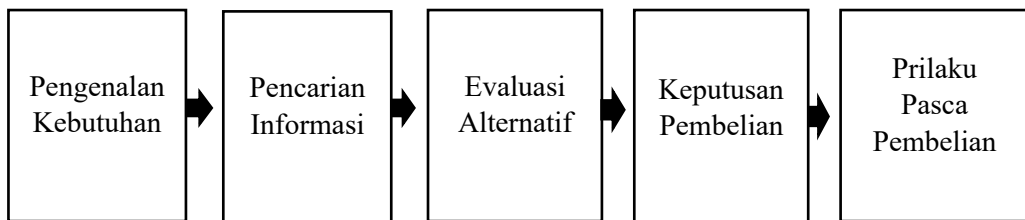
- Prajudi Atmosudirjo,

Keputusan ialah suatu pengkahiran dari proses pemikiran tentang sesuatu masalah untuk menjawab suatu pertanyaan apa yang harus diperbuat guna untuk mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif (Prajudi 2011:69)

- Siagian

Pengambilan keputusan adalah sebuah pendekatan sistematis terhadap sebuah masalah, pengumpulan fakta dan data, penelitian yang matang atas alternatif dan tindakan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Siagian,1993:233).

Berdasarkan beberapa pandangan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan merupakan pemecahan masalah yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif untuk mengambil tindakan. Proses keputusan pembelian konsumen terdiri atas lima tahapan yaitu tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan pembelian dan tahap perilaku pasca pembelian. Dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.1

1. Pengenalan Kebutuhan

Menurut Purboyo, dkk dalam buku Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis) (2021), pengenalan kebutuhan merupakan tahapan dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang ingin dipenuhinya.

2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi adalah suatu kegiatan seseorang yang dilakukan untuk memperoleh informasi. Informasi yang didapatkan menunjukan perilaku informan untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku pencarian informasi dilakukan ketika seseorang merasa bahwa pengetahuan yang dimilikinya

sekarang kurang dari pengetahuan yang dibutuhkannya. Dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut seseorang akan mencari informasi menggunakan sumber informasi.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan dan memilihnya sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan konsumen.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah salah satu bagian dari perilaku konsumen. Dimana, perilaku konsumen tersebut merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen dapat merasakan rasa puas atau tidak puas terhadap terhadap pengalaman pembelian produk atau pun jasa. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan prestasi maka semakin besar pula rasa ketidakpuasan konsumen terhadap pembelian.

b. Indikator - Indikator Keputusan Nasabah

Menurut Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2007), terdapat empat indikator dari keputusan pembelian konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Kebutuhan, yaitu mengenai masalah atau kebutuhan nasabah.

2. Publikasi, yaitu pengembalian keputusan nasabah yang tertarik banyak informasi melalui media masa atau organisasi.
3. Manfaat, yaitu proses pengembalian keputusan nasabah dimana nasabah menggunakan informasi untuk mengevaluasi manfaat.

3. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui dan dipahami tentang sesuatu hal atau objek tertentu baik yang berasal dari pengalaman indra, nalar, otoritas, intuisi, keyakinan, maupun dari wahyu. Sekaligus merupakan khazanah kekayaan mental baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mensejahterakan kehidupan manusia.¹⁴ Pengetahuan adalah informasi yang diketahui dan disadari oleh seseorang. Pengetahuan diperoleh dari penginderaan melalui indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba (Pakpahan dkk., 2021). Sedangkan menurut Sumandi (1996), pengetahuan merupakan kemampuan seseorang dalam mengingat fakta, symbol, proses, dan teori. Pengetahuan konsumen ialah segala bantuan informasi yang telah dipahami oleh seseorang dan disimpan dalam memorinya dan kemudian dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini merupakan bagian penting dalam menentukan karakter dan perilaku seseorang karena pengetahuan mereka dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk atas dasar

¹⁴ Rosnawati, Ahmad Syukri, Badarussyamsi, Ahmad Fadhil Rizki “Aksiologi Ilmu Pengetahuan Dan Manfaatnya Bagi Manusia”(Jambi, Jurnal Filsafat Indonesia:2021), Vol.4, No.2, Hal.190

pengetahuan yang telah mereka miliki, secara logikanya pengetahuan menjadi jembatan mereka untuk bisa lebih berkarya dan berinovasi dalam mengembangkan potensi yang telah ada dalam diri seseorang, oleh karena itu sebagai pelaku berpengetahuan dapat menentukan pilihan dalam hidupnya.¹⁵

b. Indikator-Indikator Pengetahuan

1. Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi yang berhubungan tentang produk. pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek produk, terminologi produk, fitur dan atribut produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.
2. Pengetahuan Pembelian meliputi berbagai macam potongan yang ada di dalam ingatan konsumen mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa saja yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut dengan baik sebagaimana mestinya. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi yang berkenaan dengan keputusan sebagai berikut: tempat membeli, lokasi produk, waktu membeli.

c. Faktor Pengaruh Pengetahuan

1. Faktor Internal

¹⁵ Gunawan Widjaja “Pemahaman Konsumen Tentang Pinjaman Online Di Jakarta”, (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat:2022), Vol.2, No.2, Hal.92

- a. Pendidikan, Pendidikan dapat berpengaruh terhadap seseorang termasuk juga perilaku seseorang mengenai pola hidup terutama dalam memotivasi dan ikut serta berperan dalam perubahan kemajuan seseorang, semakin tinggi pendidikan seseorang akan semakin mudah untuk menerima informasi.
- b. Pekerjaan, adalah hubungan yang melibatkan dua pihak diantaranya perusahaan dengan pekerja. Pekerjaan bukanlah suatu kesenangan, tetapi lebih ke tempat cara seseorang mencari nafkah. Sedangkan bekerja adalah kegiatan yang memakan waktu dan memiliki pengaruh terhadap kehidupan suatu keluarga.
- c. Umur, semakin bertambahnya umur tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang baik dalam berfikir maupun bekerja.

2. Faktor Eksternal

- a. Lingkungan, secara harfiah adalah segala sesuatu yang mengitari kehidupan, baik berupa fisik seperti alam dengan segala isinya, maupun berupa nonfisik seperti suasana kehidupan beragama, nilai-nilai, adat istiadat yang berlaku di masyarakat, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan yang berkembang.¹⁶

¹⁶ Muhammad, "Lingkungan Pendidikan Perspektif KI Hajar Dewantara"(Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Social Keangamaan:2021), Vol.1,Edisi.2, Hal.61-62

- b. Sosial Budaya, sistem sosial budaya merupakan keseluruhan dari semua unsur-unsur tata nilai, tata sosial, dan tata laku manusia yang saling berhubungan satu sama lain.¹⁷

d. Tingkatan Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2012), pengetahuan memiliki enam tingkatan yang bergerak dari yang tercakup dalam kognitif.

1. Tahu (*know*). Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk kedalam pengetahuan tingkatan ini adalah mengingat kembali sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima. Oleh karena itu tahu merupakan tingkatan pengetahuan yang paling rendah, dan untuk mengukur bahwa seseorang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain harus menyebutkan, menguraikan, mengidentifikasi, menyatakan, dan sebagainya.
2. Memahami (*Comprehention*). Memahami diartikan sebagai sebuah kemampuan unruk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi secara benar dan jelas. Orang yang telah memahami objek dan materi harus bisa menjelaskan, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya.
3. Aplikasi (*Application*). Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi

¹⁷ CieNotok Julyati Hisyam, "Sistem Social Budaya Indonesia"(Bumi Aksara:2021),Hal.3

- sebenarnya. Istilahnya sebagai pengguna hukum-hukum, rumus, prinsip, metode, dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.
4. Analisis (*Analysis*). Analisis kemampuan untuk menjalankan materi tau objek ke dalam komponen-komponen tapi masih dalam struktur organisasi tersebut dan masih berkaitan satu sama lain.
 5. Sintesa (*Synthesis*). Adalah suatu kemampuan untuk meletakkan atau menggabungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru atau dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formasi baru.
 6. Evaluasi (*Evaluation*). Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek. Berdasarkan suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria yang telah ada. Dan dapat dilakukan dengan cara wawancara atau kuisioner angket.

4. Bagi Hasil

a. Pengertian bagi hasil

Menurut Al-Qardhawi bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha atau kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Sebagai konsekuensi dari kerja sama 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 rudi usaha maka harus dirasakan bersama juga. Inilah keadilan yang sempurna. Bagi hasil didefinisikan sebagai pembagian keuntungan yang diperoleh atas suatu usaha antara pihak bank dan nasabah atas kesepakatan bersama dalam melakukan suatu kerjasama. Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktek perbankan syariah.¹⁸

Pembiayaan bagi hasil merupakan sistem penyaluran dana yang diberikan bank atau lembaga keuangan syariah kepada nasabah, dimana pendapatan bank atau lembaga keuangan atas penyaluran dana diperoleh dan dihitung dari hasil usaha nasabah.¹⁹ Porsi bagi hasil adalah sesuai dengan kesepakatan sebelumnya, namun jika terjadi hal yang merugikan maka porsinya disesuaikan dengan kontribusi modal masing-masing pihak sebelumnya. Dalam perhitungan bagi hasil, dasar yang digunakan ialah berupa laba bersih usaha dikurangi dengan biaya operasional.²⁰ Sesuai dengan Q.S Al-Jumu'ah Ayat 10, sebagai berikut:

¹⁸ Dewi Lestari, Rafidah, Mellya Embun Baining “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo” (Jurnal Margin:2022), Vol.2, No.1, Hal.45-46

¹⁹ Tasha Darmawan, Doni Marlius “Mekanisme Bagi Hasil Pada Pembiayaan Musyarakah Di PT. Bank Syariah Bisnis Area Padang” (2022), Hal.3

²⁰ Aryanti “Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Bagi Hasil, FDR, NPF, dan Jumlah Kantor Terhadap Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Indonesia” (Prisma: 2020), Vol.01., No.04., Hal.88-98.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ²¹

Ada dua akad dalam penggunaan prinsip bagi hasil antara lain yaitu:

1. Akad Mudharabah

Mudharabah adalah akad antara dua pihak dimana salah satu pihak memberikan kontribusi uang untuk ditangani dengan pembagian keuntungan berdasarkan ketentuan kontrak. Persentase untung dan rugi dibagi sesuai kesepakatan. Jika manajemen harus disalahkan atas kerugian tersebut, dia harus bertanggung jawab. Mudharib mengelola 100% dari uang yang disediakan oleh Shahibul maal.

2. Akad Musyarakah

Akad musyarakah adalah perjanjian kerjasama dua pihak dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi keuangan dan keuntungan dan kerugian dibagi. Amanah sebagai mitra komersial, Amanah sebagai mitra sosial, dan Amanah sebagai mitra spiritual adalah tiga jenis Amanah dalam sistem bagi hasil musyarakah.

²¹ Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Tabel 2.1

Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Bunga	Bagi hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio atau nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan pedoman pada kemungkinan untung dan rugi.
Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “ <i>booming</i> ”	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
Eksistensi bunga diragukan (jika tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk islam.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut yaitu :

1. Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari sistem penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang telah disepakati sebelumnya antara pihak bank dan pihak nasabah.

2. Prinsip Kesejahteraan

Prinsip ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang seimbang antara nasabah menyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

3. Prinsip Ketentraman

Produk bank syariah telah berjalan sesuai dengan prinsip kaidah muamalah dalam islam, yaitu antara lain menjauhi unsur yang mengandung riba serta menerapkan sistem zakat harta. Dengan itu, nasabah bank syariah akan merasa tentram lahir dan batin.

b. Indikator-Indikator Bagi Hasil

Menurut Zamir (2000; 55), indikator-indikator bagi hasil meliputi:

1. Menguntungkan

Sistem pembagian hasil yang dipakai oleh pihak bank adalah system bagi hasil yang dapat diterima karena bersifat menguntungkan baik bagi pihak bank maupun pihak nasabah karena menggunakan system syariah sesuai dengan Al-Quran.

2. Kejelasan

Kejelasan yang dimaksud disini adalah kejelasan nisbah bagi hasil, yang penentuannya harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian dengan pedoman pada kemungkinan untung ataupun rugi.

3. Transparansi

Transparansi yang dimaksud adalah adanya transparansi antara kedua belah pihak yaitu pihak bank dan pihak nasabah.

4. Manfaat

Manfaat dari bagi hasil adalah nasabah akan mendapatkan manfaat dari bagi hasil yang diterima. Bagi hasil akan memberikan manfaat berupa investasi yang halal, sehingga nasabah yang melakukan transaksi di bank syariah akan mendapatkan kenyamanan dengan sistem bagi hasil yang diberikan oleh pihak bank. Hal ini dikarenakan bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan yang menjauhi bunga (riba).

5. Kompetitif

Bagi hasil yang kompetitif yaitu besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh. Keadilan dalam pembagian keuntungan merupakan salah satu prinsip dalam menghitung bagi hasil sehingga nasabah merasa nyaman dengan sistem bagi hasil.

c. Karakteristik Bagi Hasil

Menurut Karim dan Muhamad ada empat karakteristik nisbah bagi hasil yaitu sebagai berikut.

1. Persentase

Nisbah bagi hasil harus dinyatakan dalam persentase (%) bukan dalam nominal uang seperti rupiah.

2. Bagi untung dan bagi hasil

Pembagian keuntungannya sesuai dengan nisbah yang telah disepakati sebelumnya, sedangkan pembagian kerugiannya berdasarkan modal awal masing-masing pihak.

3. Jaminan

Jaminan yang akan diminta terkait dengan *character risk* yang dimiliki oleh mudarib jika kerugian diciptakan oleh kesalahan mudarib, maka yang menanggungnya adalah mudarib. Jika kerugian diciptakan oleh *business risk*, maka shahibul mal dibolehkan untuk meminta jaminan kepada mudarib.

4. Cara penyelesaian kerugian

Kerugian akan ditanggung dari keuntungan terlebih dahulu karena keuntungan itu sendiri adalah pelindung modal. Jika kerugian melebihi keuntungan, maka akan di ambil dari pokok modal itu sendiri.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi bagi hasil dalam bank syariah. Diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. *Investmen Rate*

Merupakan persentase dana yang diinvestasikan Kembali oleh pihak bank syariah ke dalam penyaluran dana. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan-ketentuan dari bank Indonesia, bahwa sejumlah persentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus ditempatkan kedalam Giro Wajib Minimum (GWM) guna menjaga likuiditas pada bank syariah (Ismail, 2011: 96).

2. Total Dana Investasi

Total dana investasi yang diterima akan berpengaruh terhadap bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi mudharabah dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimum bulanan atau saldo minimum harian (Ismail, 2011: 96).

3. Nisbah

Nisbah merupakan persentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha yang telah disepakati sebelumnya antara pihak bank dengan pihak nasabah investor (Antonio, 2014: 97).

4. Metode Perhitungan Bagi Hasil

Bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan

konsep *revenue sharing* dan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing* (Ismail,2011: 98).

5. Kebijakan Akuntansi

Ada beberapa kebijakan akuntansi yang berpengaruh terhadap bagi hasil antara lain penyusutan. Penyusutan akan berpengaruh pada laba usaha bank. Maka penyusutan akan berpengaruh terhadap bagi hasil, tetapi jika menggunakan *revenue sharing*, maka penyusutan tidak akan berpengaruh pada bagi hasil (Ismail, 2011: 98)

5. Hubungan antara Pengetahuan dengan Keputusan Nasabah Menabung

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan dapat mempengaruhi keputusan nasabah.²² Apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dan kapan pembeliannya bergantung pada pengetahuan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dapat berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Insan Mulia Kota Palembang.

6. Hubungan antara Bagi Hasil dengan Keputusan Nasabah Menabung

Bagi hasil merupakan bentuk return (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar

²² Vinna, Prilaku Konsumen, 129-130.

kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktek perbankan syariah.²³ Orang yang menabung pada bank konvensional motifnya antara lain untuk mendapatkan bunga, sedangkan pada bank syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil yang mana keuntungan yang didapatkan dijalankan dengan bagi hasil.

Abdul Ghofur dalam bukunya yang berjudul *Perbankan Syariah di Indonesia* menyatakan bahwa dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapat imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun pihak nasabah. Namun, tak hanya besarnya imbalan saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil yang juga membuat nasabah tertarik untuk menyimpan dana pada perbankan syariah.²⁴

7. Hubungan antara Pengetahuan dan Bagi Hasil dengan Keputusan Nasabah Menabung

Dalam mengambil sebuah keputusan, masyarakat perlu adanya pengetahuan dan pemahaman terhadap suatu informasi tentang apa yang akan mereka ambil. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui dan dipahami tentang sesuatu hal atau objek tertentu baik yang berasal dari

²³ Dewi Lestari, Rafidah, Mellya Embun Baining “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barjo” (*Jurnal Margin*:2022), Vol.2, No.1, Hal.45-46

²⁴ Ghofur, *Perbankan Syariah*.90-92.

pengalaman indra, nalar, otoritas, intuisi, keyakinan, maupun dari wahyu.²⁵ Pengetahuan konsumen ialah segala bentuk informasi yang telah dipahami oleh seseorang dan disimpan dalam memorinya dan kemudian dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung dan diperkuat dengan pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang pembelian, dan pengetahuan penggunaan serta pengetahuan yang lainnya.

Tidak hanya pengetahuan, pengambilan keputusan nasabah juga dipengaruhi oleh bagi hasil yang diberikan lembaga keuangan syariah. Orang yang menabung pada bank konvensional motifnya antara lain untuk mendapatkan bunga, sedangkan pada bank syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil yang mana keuntungan yang didapatkan dijalankan dengan bagi hasil. Pada BMT Insan Mulia bagi hasil tabungan yang diberikan 70% untuk BMT dan 30% untuk nasabah, bagi hasil tersebut sudah di atas rata-rata suku bunga bank. Dengan bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada BMT Insan Mulia dengan harapan imbalan yang diterima kedua pihak baik pihak nasabah maupun pihak BMT sendiri.

²⁵ Rosnawati, Ahmad Syukri, Badarussyamsi, Ahmad Fadhil Rizki “Aksiologi Ilmu Pengetahuan Dan Manfaatnya Bagi Manusia”(Jambi, Jurnal Filsafat Indonesia:2021), Vol.4, No.2, Hal.190

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

No	Penelitian (Tahun)	Judul	Model Penelitian	Hasil pembahasan
1.	Dewi Hermawati (2022)	Pengaruh Bagi Hasil Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPPS Al Ishlah Mitra Sejahtera Cabang Majalengka.	Kuantitatif	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS AIMS Cabang Majalengka. pengetahuan produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS AIMS Cabang Majalengka. pengaruh bagi hasil (X1) dan pengetahuan produk (X2) secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.006 < 0,05$ dan nilai F hitung $5.613 > F$ table 3,17.
2.	Muhammad Rahel, Abdul Rokhim, Ahmadiono (2022).	Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini yaitu secara uji parsial X1 berpengaruh signifikan terhadap Y ($0,00 < 0,05$), secara uji parsial X2 berpengaruh signifikan terhadap Y ($0,030 < 0,05$), secara uji parsial X3 berpengaruh signifikan terhadap Y ($0,004 < 0,05$), secara uji parsial X4 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y ($0,875 > 0,05$). Secara bersama-sama

		Kabupaten Bondowoso.		(simultan) X1, X2, X3 dan X4 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y ($0,000 < 0,05$).
3.	Supiani, Fawza Rahmat, Fajar Budiman (2021).	Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Persepsi Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
4.	Muhammad Rizka, Yurmaini, Erliyanti (2023).	Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Produk BMT Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk BMT medan. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.
5.	Muhammad Tsabat Zidni, Bahtiar Fitanto (2022).	Pengaruh Bagi Hasil Literasi Keuangan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang.	Kuantitatif	Hasil dari penelitian terdapat hubungan positif antara literasi keuangan, kepercayaan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung. Dari seluruh variabel bebas, yang memberikan pengaruh paling besar dimulai dari variabel kepercayaan sebesar 0,630, variabel bagi hasil sebesar 0,366, dan variabel literasi keuangan sebesar 0,278.
6.	Indana Almas Azhar, Ribut Suprpto,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil	Kuantitatif	Hasil penelitian ini, secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang positif antara variabel (X1)

	Nila Alfiatul Fuad (2023).	Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi.		kualitas pelayanan dan variabel (X2) bagi hasil terhadap variabel (Y) keputusan menabung, R sebesar 0,745 dengan signifikansi yaitu $20,544 > 3,28$.
7.	Almusrijah Aini (2022)	Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).	Kuantitatif	Hasil penelitian ini Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Kota Jambi. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pada BMT Kota Jambi.
8.	Rauzah Yusuf, Marzuki, Agusmadi, Marah Sultan Rangkuti, Usman (2023).	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa	Kuantitatif	Hasil penelitian yaitu variabel X1 berpengaruh positif terhadap variabel Y dengan nilai koefisien sebesar 0,060. Variabel X2 berpengaruh negatif terhadap variabel Y dengan nilai koefisien sebesar -0.057 hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, bagi hasil dan pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
9.	Mustika Nur Fadhilah,	Pengaruh Literasi	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah literasi keuangan

	Indri Yuliafitri (2023).	Keuangan Syariah, Bagi Hasil, Pendapatan, dan Kualitas Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial Di Bank Syariah.		syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung generasi milenial di bank syariah. Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung generasi milenial di bank syariah. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung generasi milenial di bank syariah. Kualitas layanan digital m-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung generasi milenial di bank syariah.
10.	Nia Yolanda, Rita Dwi Putri, Nidia Anggreani (2022)	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Bank BRI Unit Selayo).	Kuantitatif	Hasil penelitian untuk variabel pengetahuan produk tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian untuk variabel citra perbankan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian untuk variabel persepsi mengenai suku bunga simpanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

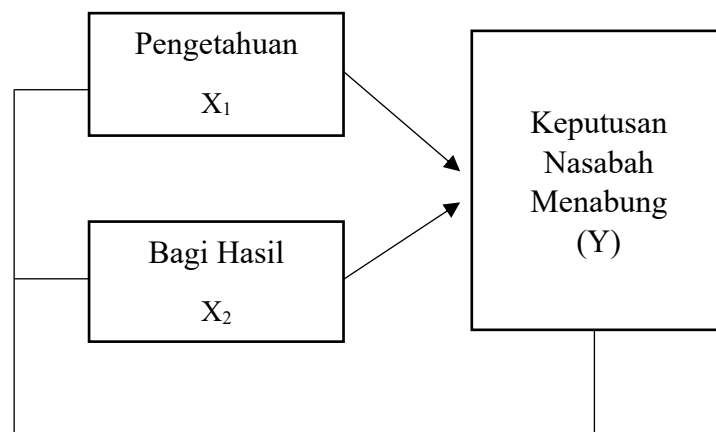
Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

C. Kerangka Pikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini adalah variabel independent pengetahuan dan bagi hasil dengan variabel dependen yaitu keputusan nasabah menabung.

Kerangak pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.3



Sumber: Dikembangkan dalam penelitian ini

D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu proporsi, anggapan atau dugaan sementara yang mungkin benar, dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan ataupun pemecahan persoalan atau juga untuk dasar penelitian lebih lanjut. Pengembangan hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung.

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui dan dipahami tentang sesuatu hal atau objek tertentu baik yang berasal dari pengalaman indra, nalar, otoritas, intuisi, keyakinan, maupun dari wahyu.

Pengetahuan dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dan kapan pembeliannya bergantung pada pengetahuan konsumen.

Pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dina Fadilah, Rizal Agus Nasution, Ismi Affandi dan Parastika, Titin Hartini, Ulil Amri menunjukkan hasil bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Maka berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan adalah:

Ha1: Terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Insan Mulia.

H01: Tidak terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Insan Mulia.

2. Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung.

Bagi hasil ialah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha atau kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, bentuk return (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi.

Abdul Ghofur dalam bukunya yang berjudul Perbankan Syariah di Indonesia menyatakan bahwa dengan nisbah bagi hasil yang tinggi

masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapat imbalan yang diterima oleh kedua, bagi hasil dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rifaatul Mahmuda dan Nilam Ardyaningrum menunjukkan hasil bahwa bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Maka berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan adalah:

Ha2: Terdapat pengaruh positif antara variabel bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Insan Mulia.

H02: Tidak terdapat pengaruh antara variabel bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Insan Mulia.

3. Pengetahuan dan Bagi hasil Terhadap Keputusan Menabung.

Dalam mengambil sebuah keputusan, masyarakat perlu adanya pengetahuan dan pemahaman terhadap suatu informasi tentang apa yang akan mereka ambil. Tidak hanya pengetahuan, pengambilan keputusan nasabah juga dipengaruhi oleh bagi hasil yang diberikan lembaga keuangan syariah. Orang yang menabung pada bank konvensional motifnya antara lain untuk mendapatkan bunga, sedangkan pada bank syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil yang mana keuntungan yang didapatkan dijalankan dengan bagi hasil.

Pengetahuan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nilam Ardyaningrum dan Ani Ariyati menunjukkan hasil bahwa pengetahuan dan

bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung.

Maka berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ha3: Terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Insan Mulia.

H03: Tidak terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Insan Mulia.