

BAB II

KERANGKA TEORITIS

B. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian dan keinginan.⁶Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.⁷Menurut Kotler minat adalah keinginan yaitu kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.⁸Minat adalah suatu kecenderungan seseorang dalam bertingkah laku yang dapat diarahkan untuk memperhatikan suatu objek atau melakukan suatu aktivitas tertentu yang didorong oleh perasaan senang karena dianggap bermanfaat bagi dirinya.⁹

Dari ketiga teori diatas disimpulkan minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu hal tanpa adanya paksaan atau apapun yang sifatnya menyuruh dalam hal ini keinginan seseorang dalam sesuatu kebutuhan manusia yang dianggap sangat bermanfaat bagi dirinya. Diluar diri Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya.

⁶ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Alaik Pustaka, 2006, h.769

⁷ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.121

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, h.38

⁹ Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, h.120

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat juga berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar. Minat juga merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari diri orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Karena minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi masyarakat atau nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni: Pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.¹⁰

W. Reed dan K. Gill menyatakan bahwa yang mempengaruhi masyarakat atau nasabah dalam menabung adalah kemanfaatan, lokasi, pelayanan dan tingkat suku bunga atau bagi hasil. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha tersebut.¹¹

¹⁰Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3. 2011, h.113

¹¹ Edward W Reed dan Edward K Gill, *Bank Umum*, Bumi Aksara, Jakarta, 1995, h.105

Pada dasarnya jika seseorang mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya.

Minat adalah keinginan dan kemauan yang berkembang dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu, dari itu minat menjadi sesuatu yang sangat berperan penting dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya.

Secara istilah minat berarti suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Terdapat beberapa hal mengenai minat diantaranya yaitu:

- 1) Dalam minat terdapat pemusatan perhatian terhadap objek minat.
- 2) Ada usaha dari subjek untuk mendekati atau mengetahui atau memiliki atau menguasai ataupun berhubungan dengan objek yang dilakukan dengan perasaan senang.
- 3) Ada daya tarik dari objek Pada dasarnya jika seseorang mempunyai minat pada sesuatu ia akan menyambut baik dan sikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya.

Menurut Elizabeth B.Hurlock yang dikutip oleh Asep Suryanto, minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.¹²

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹³ Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subjek atas dasar adanya kebutuhan dan keinginan tahunan untuk memenuhi kebutuhan.

Minat adalah titik awal dalam hirarki nilai. Jika anda mengejar kekayaan diluar minat anda, tidak membutuhkan waktu lama untuk tergelincir lagi ke bawah. Minat adalah sesuatu yang membuat anda melompat keluar dari tempat tidur anda setiap pagi. Bila kita meningkatkan daya ungkit minat kita dengan menjalani minat itu, kita akan menarik orang lain, sumber daya, dan solusi yang dibutuhkan untuk membuka aliran kita. Langkah pertama adalah mengetahui dan memasuki minat anda. Minat adalah cahaya panduan anda.¹⁴

Minat adalah suatu kecenderungan hati baik kepada suatu minat timbul dari dalam diri seseorang apabila sesuatu yang di minati itu bermanfaat, bisa

¹²Asep Suryanto, *Analisis Minat Masyarakat menjadi Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Kota Tasimalaya*, Iqtishoduna Vol.6 No 1, April 2017

¹³Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm 141

¹⁴Roger Hamilton, *Your Life Your Legacy*, (Jakarta: Libri, 2003), hlm 274

dirasakan di alami secara nyata dan bila pihak luar juga mendorong ke arah itu. Minat perhatian kepada sesuatu. Kecenderungan terhadap sesuatu yang hendak anda kerjakan merupakan konsekuensi dari saran atau tujuan yang akan anda raih .seseorang yang tidak memiliki perasaan demikian akan sulit mencapai hasil maksimal.¹⁵

Menurut Winkel dalam Andi Mappiare pengertian minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek yang merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpungan dalam hal itu, perasaan senang akan timbul pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, secara pasti.

Menurut Komarudin, Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.¹⁶ Minat adalah keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu¹⁷. Pengertian minat menurut Muhibbin syah adalah sesuatu kecenderungan dan gairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu¹⁸. Sedangkan minat menurut Slameto adalah suatu rasa lebih suka dan keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹⁹

¹⁵A.F Jaelani, *Membuka Pintu Rejeki*, (Depok: Gema Insai, 1999), hlm 66

¹⁶Andi Mappiare, *Psikologis Remaja*, (Surabaya, Usaha Nasional, 1997), hlm 62

¹⁷Sudarsono, *kamus filsafat dan psikolog*, (Jakarta: PT LOGOS Wacana Ilmu, 1999), hlm 136

¹⁸Muhibbin syah, *Psikologis Belajar* (Jakarta: PT LOGOS Wacana Ilmu, 1999), hlm 136

¹⁹Slameto, *Belajar dan faktor faktor yang mempengaruhinya*, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA 2010), hlm 180

Menurut Suardi dalam bukunya Ahmad Susanto, minat dapat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu. Menurut Fahmi Gunawan, minat merupakan dorongan dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan, dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.²⁰

Sedangkan menurut Sumardi Suryabrata dalam bukunya Fahmi Gunawan, definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan Sesutu hal yang ada diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat dengan hubungan tersebut semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatin, dan gairah. Dalam islam, pemenuhan kebutuhan terbagi dalam 3 jenis yaitu; pertama adalah kebutuhan dharar (pokok) yang merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dan dipelihara jika tidak dapat terpenuhi, justru akan mengancam kehidupan manusia. Kebutuhan yang harus dipenuhi dan dipelihara jika tidak dapat terpenuhi, justru akan mengancam kehidupan manusia. Kebutuhan dharir terdiri dari ad- din, yakni pemenuhan kebutuhan agama, al- nafs yakni pemenuhan kebutuan diri/jiwa, al-aql yakni pemenuhan kebutuhan akal, al-nasl yakni pemenuhan kebutuhan akan rumah tangga serta al-mal yakni pemenuhan kebutuhan akan harta benda. Kelimanya merupakan kesatuan, apabila

²⁰Ahmad Susanto, *teori belajar dan pembelajaran di sekolah dasar*(Jakarta: PRENADAMEDIA GRUP,2016) hlm -58

ada satu jenis kebutuhan yang di abaikan atau tidak terpenuhi, maka akan menimbulkan perbincangan dalam kehidupan manusia.²¹

Jenis kebutuhan yang kedua adalah kebutuhan yang bersifat, pelengkap yang mengokohkan, menguatkan, dan melindungi kebutuhan yang bersifat hajji. Jika kebutuhan hajji ini tidak terpenuhi maka kehidupan manusia tidak akan terancam apabila kebutuhan dharari telah terpenuhi dengan baik²². Jenis kebutuhan yang , bersifat tahsini yaitu merupakan kebutuhan yang bersifat memperindah pelaksanaan kebutuhan dharari dan hajji.²³ Ketiga kebutuhan tersebut melahirkan dorongan kepada umat muslim untuk dapat memenuhinya. Hal ini membuktikan bahwa dalam memenuhi kebutuhannya , umat muslim tidak terlepas dari keyakinan ibadah dan muamalah.

Dari pendapat-pendapat diatas maka penulis simpulkan bahwa minat adalah suatu perasaan ataupun segala sesuatu yang dilakukan oleh individu untuk mencintai baik itu berupa benda, barang, orang atau kegiatan dengan hasrat atau keinginan yang timbul dari individu itu sendiri dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Dengan perasaan senang tersebut maka akan menimbulkan minat yang diperkuat lagi dari sikap positif dari dalam diri sendiri.

Sedangkan minat dalam pandangan islam sendiri terdapat dalam Al-Qur'an sebagai berikut : Sudah kewajibannya seorang muslim berkarakter seperti yang disebutkan dalam Al-Quran dan apa yang ditentukan oleh Nabi Muhammad

²¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2004), hlm 106.

²² *Ibid.*, hlm, 106.

²³ *Ibid.*, hlm, 106.

SAW. Perintah untuk menjadi muslim berkarakter yang mencerminkan keimanan dan keislamannya telah banyak disebutkan dalam Al-Quran.

Alloh berfirman dalam QS. AL Isra' (84) : 17

فَلْيَكُنْ مِنْهُمْ مِمَّنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Katakanlah (Muhammad), "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.²⁴

Ibnu Abbas mengatakan, yang di maksud dengan ‘ala syakilatihi ialah menurut keahliannya masing-masing. Menurut Mujahid, makna yang dimaksud ialah menurut keadannya masing- masing. Sedangkan menurut Ibnu Zaid mengatakan menurut keyakinannya masing-masing.²⁵

Maksud dari ayat tersebut diatas “ berbuat menurut keadaanya” sesuai dengan kondisi masing- masing ialah ketika seseorang akan berbuat atau memilih sesuatu maka dalam dirinya akan hadir sebuah pilihan atau minat atau keinginan untuk melakukan sesuatu tersebut. Apabila minat atau pilihanya itu baik dipeuntukan bagi Allah (ikhlas dan sesuai syariah) maka ia termasuk orang-orang pilihan dan mendapatkan keberuntungan. Namun sebaliknya, minat atau pilihanya cenderung kepada sesuatu yang tidak baik (bukan karena Allah dan tidak sesuai syariah), maka ia termasuk orang-orang yang merugi. Begitu pula dengan nasabah, seharusnya mereka mampu untuk menentukan pilihanya pada apa yang telah disesuaikan dengan syariah islam.

²⁴ Suara Agung, Al-Quran dan Terjemahan, (Mataram, 2018), hlm. 290

²⁵ www.ibnukatsironline.com 24 Juni 2015

Minat masyarakat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor 1995 dalam minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan benar-benar dilaksanakan.

Menurut Kotler 2002 Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.²⁶

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membeli semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Pada kebanyakan orang perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya. Sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian.

²⁶Philip Kotler, *Managemen Pemasaran*, Edisi 1 (Jakarta: 2004, PT. Indeks), hlm.

Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli. Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Dengan demikian dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan. Indikator minat menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

b. Faktor faktor yang Mempengaruhi timbulnya minat

Minat seseorang tidak timbul dengan sendirinya, harus ada unsur yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut²⁷ :

²⁷Citra Hari Putriana, *Faktor-faktor yang...*, hlm 11.

1) Faktor Individu,

Individu merupakan minat yang berasal dari dalam individu itu sendiri yaitu :

a) Lingkungan

Lingkungan merupakan minat yang berasal dari luar individu, misalnya lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

b) Dorongan

Dari dalam diri individu Motif sosial, ,motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian dari orang lain.

2) Faktor emosional.

Minat juga berhubungan erat dengan emosi, misalnya bisa mendapatkan kesuksesan akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktifitas tersebut, sebaliknya jika menghadapi suatu kegagalan akan menimbulkan minat terhadap hal tersebut. Menurut M. Darsyah Sinungan Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat nasabah yaitu :²⁸

²⁸M.Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*,(Jakarta: Rineka Cita, 1990), hlm 88.

a) Lokasi

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Bank yang terletak lokasi strategis membuat memudahkan nasabah berurusan dengan bank. Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- (1) Dekat dengan pasar atau konsumen
- (2) Tersedia sarana prasarana
- (3) Dekat dengan pusat pemerintahan
- (4) Kemudahan untuk melakukan ekspansi

b) Pelayanan

Yaitu suatu kegiatan yang mendorong menyediakan segala sesuatu yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang. Salah satu model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini masih menjadikan acuan dalam riset pemasaran adalah SERVQUAL (Service Quality) oleh pemasaran yang terdiri dari lima dimensi yaitu:

(1) Berwujud (tangible)

Meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dll) perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

(2) Keandalan (reliability)

Yaitu pemberian pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

(3) Ketanggapan (responsiveness)

Yaitu membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan memberikan informasi yang jelas.

(4) Jaminan dan kepastian (assurance)

Seperti pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai.

(5) Empati (empathy)

Yaitu perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan.

c) Regulasi Stimuli

Regulasi stimulasi merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi. Variabel ini memiliki dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama.

(1) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

(2) Ketaatan terhadap agama

Merupakan tingkat kesadaran, dan ketaatan seseorang melakukan apa yang di yakini dalam melaksanakan apa yang dianjurkan dalam agama yang telah mereka anut. Karena kesadaran ini merupakan awal dari ekspresi isi dalam kehidupan prktis sebagai pangkal proses perilaku ekonomi religious.

d) Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam perusahaan baik ban akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya.

e) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu

membeli produk tersebut. Dalam promosi hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bauran promosi terdiri

- (1) Iklan
- (2) Promosi penjualan
- (3) Hubungan masyarakat

c. Macam- macam minat

Menurut Abdu Rahman Shaleh dan Muhib Abdul minat dibagi menjadi beberap bagian. Berdasarkan arahnya minat dibedakan menjadi 2 yaitu ²⁹:

1) Minat instrinsik

Adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, misalnya minat yang timbul karena prestasi belajar, ini merupakan minat yang mendasar atau minat asli.

2) Minat ekstrinsik

adalah minat yang berhubungan dengan akhir dri suatu kegiatan, misalnya timbulnya minat karena dorongan orang tua. Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam yaitu berdasarkan timbulnya minat dan arahnya. Berdasarkan timbulnya, minat dapat di bedakan menjadi dua yaitu :

- (a) Minat *primitif*, adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman dan kebebasan beraktivitas.

(b) Minat *kultural*, adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Misalnya minat belajar, seseorang mempunyai pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang yang berpendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat seseorang untuk belajar agar mendapat penghargaan dari lingkungan.

Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi 4 yaitu arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- (a) *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi.
- (b) *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek.
- (c) *Tested interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- (d) *Inventoried interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasi dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditunjukkan kepada subjek apakah dia senang

atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.

d. Aspek-aspek Minat

Beberapa aspek yang terdapat dalam minat, adalah³⁰:

- 1) Perhatian , seseorang mengamati satu atau lebih pada objek yang dianggapnya menarik, dalam hal ini perhatian seseorang akan objek yang dianggap mampu menarik perhatian.
- 2) Ketertarikan , seseorang memperhatikan objek yang menarik dengan usaha untuk berhubungan dan melakukan tindakan mendekati objek tersebut, dalam hal ini bila objek dianggap berhasil bila mampu menarik dan meraih rasa ketertarikan seseorang yang melihat atau memperhatikanya
- 3) Keinginan , seseorang lebih dari sekedar tertarik dan terpikat pada suatu objek tetapi mulai ingin mengetahui lebih dalam dan melakukan kegiatan dengan objek tersebut, dalam hal ini apa yang mendorong seseorang untuk menginginkan melihat dan menonton objek.
- 4) Keyakinan, seseorang merasa lebih yakin bahwa hal yang berhubungan dengan yang diminatinya layak dilakukan dan akan memberikan kepuasan, dalam hal ini keyakinan akan objek yang dilihat dan ditonton.

³⁰Ibid., hlm, 14.

2. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah islam atau yang diprasamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang berangkutan.³¹Nasabah merupakan orang,perusahaan, dan badan lembaga memiliki rekening pada suatu bank.³²Menurut kamus besar Bahasa Indonesia nasabah yaitu perbandingan peertalian; orang yang bisa behubungan dengan atau menjadi langganan bank pelanggan.

Ada pula yang berpendapat bahwa pelanggan yaitu istilah berhasil.Perusahaan hanya akan bertahan hidup bila ia memproduksi dan mendistribusikan apa yang diperlukan dan disukai pelanggan.³³Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat,kemudian hal tersebut bisa mendatangkankepuasan, etika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga mintat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.

³¹Heri Sudrsono dan Priyango Suaseno, *istilah-istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII, 2014, hlm 97

³²Sigit Winarno dan Sarjana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi*, Bandung, Pustaka Grafika, 2003, hlm 49

³³Djaka P, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surakarta: Pustaka Mandiri, hlm 211

Nasabah merupakan orang atau perusahaan atau badan hukum atau lembaga yang memiliki rekening pada suatu bank. Dan kegiatan utama sebuah bank adalah melakukan penghimpunan dana dan menyalurkan dana melalui kegiatan pembiayaan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah sebagai berikut :³⁴

1. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah atau Unit Usaha Syariah (UUS)
2. Nasabah funding adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan tabungan giro dan deposito
3. Nasabah landing adalah nasabah yang meminjem dana di bank seperti pembiayaan. Dari beberapa pengertian yang diurai tersebut dapat diterangkan bahwa nasabah di bank syariah adalah orang yang menempatkan dananya di bank syariah.

Sedangkan menurut Undang-undang No 7 tahun 1997 yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Sama halnya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata nasabah dapat diartikan sebagai berikut:

- a) Orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan)
- b) Orang yang menjadi tanggungan asuransi.

³⁴Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, hlm 4-6

Dari beberapa pengertian yang diurikan tersebut terdapat di terangkan bahwa nasabah Bank Syariah adalah orang yang menempatkan dananya di Bank Syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam di bank.

b. Jenis-jenis Nasabah

Nasabah menurut Undang-Undang Nomer 10 Tahun 1908 adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Dalam Undang-Undang terebut nasabah ini dibagi dua yaitu:³⁵

- 1) Nasabah Penimpanan, adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan
- 2) Nasabah debitur, adalah nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- 3) Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 7/7PBI/2005 tentang penyelesaian pengaduan nasabah (PPN) sebagai pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank melakukan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (walk-in customer)

Sedangkan dari praktik-praktik perbankan, dikenal tiga macam nasabah. Pertama, nasabah deposan yaitu nasabah yang menyimpan dananya pada suatu bank, misalkan dalam bentuk depoito atau tabungan lainnya. Kedua, yaitu

³⁵Answer Masluh, *Presepsi Nasabah Tentang Penentuan Margin akad Murabahah Di Bank Jabar Banten Syariah Cabang Tasikmalaya (Skripsi)*, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi Tasikmalaya, 2009, hlm 26-27

nasabah yang memanfaatkan kredit perbankan, misalnya usaha kecil, kredit pemilikan rumah.

Ketiga, nasabah melakukan transaksi dengan pihak lain melalui nasabah (walk-in customer), misalnya transaksi antara importer dan eksporter diluar negeri. Untuk transaksi semacam ini biasanya importer membuka letter of credit pada suatu bank demi kelancaran dan keamanan pembayaran.

3. Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah setiap apa saja yang dapat di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian , permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.³⁶ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untu perhatian , akuisi penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan . produk lebih sekedar barang yang dapat diukur dalam arti luas produk mencakup barang fisik, jasa, orang, organisasi, gagasan atau gabungan dari semua itu.³⁷

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian , dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan..³⁸Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli,

³⁶Wahjono, Sentot Iman MANAJEMAN PEMASARAN BANK/*Yogyakarta*;Graha Ilmu, 2013 hlm 88

³⁷Nembah F. Hartimbul Ginting Manajemen Pemasaran/Bandung; CV Yrma Widya, 2011 hlm 90

³⁸Thamrin Abdullah Manajemen Pemasaran /Jakarta; PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014 hlm153

dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindra).³⁹ Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan orang tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud diatas. Jasa adalah produk yang terdiri dari aktivitas manfaat, atau kepuasan yang dijual, seperti gunting rambut, penyiapan, pajak dan perbaikan rumah. Jasa pada dasarnya terwujud (tidak terdeteksi pancaindra) dan tidak mengakibatkan kepemilikan atas apapun.

b. Produk BMT

1) Produk BMT secara umum adalah:⁴⁰

Akad yang mendasari berlakunya tabungan adalah akad wadi'ah dan mudharabah. Akad Wadi'ah adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindah bukuan atau transfer dan perintah pembayaran lainnya. Simpanan wadi'ah dikenakan biaya administrasi namun oleh karena dana dititipkan diperkenankan untuk diputar maka oleh BMT kepada penyimpan dana dapat diberikan semacam bagi hasil sesuai dengan jumlah dana yang iut berperan di dalam bentuk laba bagi BMT. Simpanan yang berakad wadi'ah ada dua yaitu Wadi'ah Amanah dan Wadi'ah Yadhomanah.

³⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi 12*, Jakarta ; indeks ,2007, hlm 4

⁴⁰Muhammad, *Lembaga lembaga Keuangan Umum Kontemporer*, 1 cet 1, Yogyakarta; UII Press, 2000, hlm, 117

Akad Mudharabah adalah pemilik dana yang penyetoranya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Pada simpanan mudharabah tidak diberikan bunga sebagai pembentuk laba bagi BMT tetapi diberikan semacam bagi hasil. Variasi jenis tabungan yang berakad mudharabah dapat dikembangkan ke dalam berbagai variasi seperti:

- (1) Tabungan Tarbiyyah`
- (2) Tabungan Tajaka
- (3) Tabungan Tamattu
- (4) Tabungan Sahara
- (5) Tabungan Sakinah ,dll.

a) Produk Penyaluran Dana

BMT bukan sekedar lembaga keuangan non bank yang bersifat sosial, namun BMT juga sebagai lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian umat. Sesuai dengan itu, maka dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anngotanya. Pinjaman dana anggota disebut juga pembiayaan. Pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan BMT kepada anngotanya untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh BMT dari anngotanya. Orientasi pembiayaan yang diberikan BMT adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan pendapatan anggota BMT.Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi seperti pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa. Adapun berbagai jenis pembiayaan

yang dikembangkan oleh BMT yang semuanya itu mengacu pada dua jenis akad yaitu :

- (1) Akad Syirkah
- (2) Akad jual beli

Dari akad kedua jenis ini dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki oleh BMT dan anggota. Diantara pembiayaan yang sudah dikembangkan oleh maupun lembaga keuangan islam lainnya adalah :

- (a) Pembiayaan Bai'bitsaman ajil (BBA). Pembiayaan berakad jual beli adalah suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara BMT dengan anggotanya, dimana BMT menyediakan dananya untuk investasi atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian diproses pembayaran dilakukan secara mencicil atau angsuran. Jumlah kewajiban yang harus dibayarkan oleh pinjaman adalah jumlah atas harga barang dan *merk-up* yang disepakati.
- (b) Pembiayaan Murabahah (MBA) pembiayaan berakad jual beli pembiayaan murabahah pada dasarnya merupakan kesepakatan antara BMT sebagai pemberi modal dan anggota sebagai peminjam. Prinsip yang digunakan adalah seperti bai bithaman ajil, hanya saja proses pengembalianya dibayarkan pada saat jatuh tempo pengembalianya.
- (c) Pembiayaan Mudharabah (MDA) pembiayaan mudharabah adalah suatu perjanjian pembiayaan antara BMT dan anggota dimana BMT menyediakan dana untuk menyimpan modal kerja. Sedangkan

peminjaman berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya. Jenis jenis usaha yang mungkin untuk diberikan pembiayaan adalah usaha usaha kecil seperti pertanian, industry rumah tangga, dan perdagangan.

- (d) Pembiayaan Musyarakah (MSA) pembiayaan dengan akad syirkah adalah penyertaan BMT sebagai pemilik modal dalam usaha yang mana antara resiko dan keuntungan ditanggung bersama berimbang dengan porsi pernyataan.
- (e) Pembiayaan al-Qardul Hasan pembiayaan dengan akad ibadah pembiayaan Qardul Hasan adalah perjanjian pembiayaan antara BMT dengan anggotanya. Hanya anggota yang dianggap layak yang dapat diberi pinjaman ini. Kegiatan yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan ini adalah anggota yan terdesak dalam melakukan kewajiban-kewajiban non usaha atau pengusaha yang menginginkan usahanya bangkit kembali yang oleh karena ketidak mampuan untuk melunasi kewajiban usahanya.⁴¹

c. Penghimpun dana Penyaluran Dana pada BMT

BMT adalah lembaga mikro syariah non bank yang hadir ditengah-tengah masyarakat saat ini. Dalam opsional usahanya hamper mirip dengan perbankan yaitu melakukan kegiatan penghimpunan dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan , serta memberikan jasa jasa

⁴¹*Ibid hlm, 118*

yang dibentuk oleh masyarakat. Secara umum produk BMT dalam rangka melaksanakan fungsinya tersebut dapat diklarifikasikan menjadi tiga yaitu :

- 1) Produk penghimpun dana (*funding*)
- 2) Produk penyalur dana (*lending*)
- 3) Produk jasa

Kegiatan operasional BMT diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Fungsi utama DPS itu adalah sebagai penasehat , pemberi saran, pemberi fatwa kepada pengurus dan pengeola mengenai hal-hal yang terkait dengan syariah seperti penerapan produk (Ridwan; 2004)

Dengan demikian produk yang dikeluarkan oleh BMT harus mendapatkan persetujuan dari DPS itu sendiri.Selain itu DPS berfungsi sebagai mediator antara BMT dengan Dewan pengawas syariah Nasional atau Dewan Pengawas Syariah Propinsi.Menurut AD/ART BMT pasal15, BMT tunduk pada keputusan-keputusan Dewan Pengawas Syariah PINBUK pusat, Dewan pengurus Syariah PINBUK kabupaten/kota serta Dewan Pengawas Syariah BMT.

4. **Tabungan Sakinah**

a. Pengertian Tabungan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah tempat menabung uang celengan atau uang yang disimpan bank yang pengambilannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan., yang dimaksud dengan Tabungan adalah simpanan yang

penarikannya banyak dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang ke bank langsung dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.

b. Pengertian Tabungan Sakinah

Tabungan sakinah adalah tabungan yang dimana tabungan tersebut adalah Tabungan Sakinah adalah tabungan khusus pernikahan yang baru muncul pada tahun 2014, dan di BMT Idrisiyyah ini sangat berbeda dengan lembaga keuangan syariah, BMT yang lainnya. Muncul inovasi baru di BMT Idrisiyyah yaitu produk Tabungan Sakinah dimana tabungan ini diperuntukan untuk masyarakat yang belum menikah khususnya anak remaja dan diperkenalkan kepada masyarakat awam yang ingin menabung untuk biaya pernikahan, Maka dari itu pihak BMT Idrisiyyah sangat membantu masyarakat awam yang akan melaksanakan pernikahannya nanti dengan cara memberi keringanan kepada masyarakat agar menggunakan tabungan sakinah untuk menyimpan dananya di Tabungan Sakinah, untuk biaya keperluan pernikahan agar tidak terambil untuk keperluan lain.

Pasal 1 ayat 21 Undang-Undang Nomer 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang

bertentangan dengan prinsip syariah yang hanya penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syariat dan ketentuan tertentu yang disepakati.

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau bilyet giro atau alat lainnya.

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang dapat disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴²

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam. Karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus menghadapi hal-hal yang tak diinginkan.⁴³ Islam juga menganjurkan hemat setiap pengeluaran. Sehingga menetapkan aturan-aturan perekonomian dalam hal menabung. Aturan tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Menyimpan kelebihan setelah kebutuhan primer yang terpenuhi.
- 2) Menyimpan kelebihan untuk menghadapi kesulitan
- 3) Hak harta generasi mendatang.
- 4) Tidak menimbun harta
- 5) Pengembangan harta harus dilakukan dengan baik dan halal.

⁴²Dr. Kasmir, S.E., M.M., Dasar-dasar perbankan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2014

⁴³Khotibul Umum, *Perbankan Syariah: dasar-dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016, hlm, 89

Dari definisi diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa tabungan adalah dana yang dipercayakan kepada bank, penarikannya sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Dalam penabungan, maka dana tersebut akan dikelola secara professional oleh pihak bank sesuai dengan motivasi dari anggota.

c. **Jenis-jenis Tabungan**

Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Tabungan wadi'ah adalah simpanan atau tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yaitu titipan murni yang harus dijaga dan dikembangkan kapan pun sesuai kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan syariah biasanya menggunakan akad wadiah adh-dhamanah, dalam hal ini nasabah bertindak sebagai pemilik dana atau penitip yang memberikan hak kepada bank untuk mengelola dan memanfaatkan barang atau dana yang dititipkan. BMT sendiri bertindak sebagai pihak yang dititipi dana yang disertai hak untuk memanfaatkan dana atau barang tersebut.

BMT yang telah diberikan hak untuk mengelola dana tersebut maka mempunyai konsekuensi yaitu bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut serta harus mengembalikannya kapan saja pemilik ingin mengambilnya. Di sisi lain yang berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau manfaat dana tersebut.

d. Manfaat Tabungan

- 1) Manfaat tabungan yaitu :
 - a) Tabungan menjadi salah satu sumber dana bagi BMT tersebut dan bisa dipakai untuk menunjang operasional dalam memperoleh keuntungan.
 - b) Tabungan bisa jadi penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas dan banyak produk lainnya.
 - c) Untuk membantu program pemerintah setempat dalam menunjukkan pertumbuhan ekonomi.
 - d) Meningkatkan kesadaran terhadap masyarakat agar menyimpan uangnya di bank atau BMT.
- 2) Adapun manfaat bagi nasabah itu antara lain:
 - a) Mereka akan terjamin keamanannya
 - b) Akan hemat bagi mereka yang menabung di bank atau BMT agar terhindar pemakaian secara terus menerus
 - c) Adanya kepastian saat untuk menarik uang.

e. Tujuan Tabungan

- a) Membantu masyarakat meminati untuk menjadi nasabah dengan mempercayakan untuk mengelola dananya.
- b) Meningkatkan pelayanan kepada para nasabah dengan fasilitas transaksi yang dilakukan seperti penarikan, penyetoran dll.
- c) Sebagai alat memudahkan bisnis atau usaha individu.

- d) Uang yang disishkan nasabah dari hasil pendapatannya dibank dapat digunakan untuk cadangan dimasa yang akan datang.

f. Penelitian Terdahulu

Table 2.1

Penelitian terdahulu

No	Tahun	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Keterangan
1.	2012	Dita pertiwi Haroni Doi H Ritonga	Analisis minat menabung masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran	Faktor keinginan dan kesesuaian dengan syariah menjadi faktor dominan untuk mendorong masyarakat kisaran menabung dibank.
2.	2014	Sumiyarti	“ faktor faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungn di BMT Walisongo Papandayan Semarang	Penelitian ini menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan yaitu karena

				<p>produk mudah diambil sewaktu waktu yang ramah sesuai prinsip syariah yang lebih memudahkan dalam mengatur rencana kebutuhan berjangka dan mencegah panjang.</p>
3.	2007	Endang Sri Syhrtinda	<p>“ faktorfaktor yang mempengaruhi Minat Asal ampenan untuk menabung di PT BPR Syariah PNM patuh bersamal Berlaris(skripsi Fakultas Syariah IAIN Mataram 2007)</p>	<p>Hasil temuannya adalah variabel pelayanan produk tabungan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat asal ampenan untuk menabung, sedangkan dalam penelitian hasil temuannya adalah</p>

				terdapat 3 faktor yang mempengaruhinya minat nabung nasabah terhadap produk tabungan dengan akad wadiah yaitu karena tujuan keyakinan.
--	--	--	--	--

Penelitian diatas memiliki memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Dari sisi perbedaannya tersebut dapat menunjukkan keaslian penelitian ini. Adapun persamaan penelitian yang pertama adalah sama-sama tentang minat nasabah pada produk tertentu tetapi produk dan objeknya berbeda.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yang dilakukan selain terletak pada produk objek penelitian juga pada metode penelitian yang digunakan dimana dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis kualitatif, selanjutnya perbedaan perbedaan penulis dengan penulis sebelumnya yang dilakukan terletak dari metode penelitian yang digunakan dimana penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dan terakhir perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak ditempat penelitian tersebut.

g. Kerangka Pemikiran

Minat dalam pandangan islam yaitu al-Qur'an dan al-Alaq ayat pertama yang berarti "Bacala" dimana memerintahkan agar kita membaca maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstul saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaanya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat dalam hidup kita ini.⁴⁴

Menurut Komarudin, Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.⁴⁵ Minat adalah keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu⁴⁶. Pengertian minat menurut Muhibbin syah adalah sesuatu kecenderungan dan gairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu⁴⁷. Sedangkan minat menurut slameto adalah suatu rasa lebih suka dan keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yan menyuruh.

Penjual perlu menyusun struktur keputusan pembeli secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen-komponen tersebut adalah :

⁴⁴Andi Mappire, *Psikologi Orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, Surabaya: Usaha Offite, Printing, 1994, hlm, 275

⁴⁵Andi Mappiare, *Psikologis Remaja*, (Surabaya, Usaha Nasional, 1997), hlm 62

⁴⁶Sudarsono, *kamus filsafat dan psikolog*, (Jakarta: PT LOGOS Wacana Ilmu, 1999), hlm 136

⁴⁷Muhibbin syah, *Psikologis Belajar* (Jakarta: PT LOGOS Wacana Ilmu, 1999), hlm 136

1. Keputusan tentang jenis produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk. Dalam hal ini dalam perusahaan harus memusatkan perhatian kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.
2. Keputusan tentang bentuk produk. Keputusan ini menyangkut kualitas mutu barang dan sebagainya dalam hal ini perusahaan harus riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik mereknya.
3. Keputusan tentang merek konsumen harus mengambil keputusan tentang merek apa yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan sendiri.
4. Keputusan tentang penjualan konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli.
5. Keputusan tentang jumlah produk konsumen dapat mengambil keputusan tentang apa yang ia harus lakukan pembelian.
6. Keputusan tentang waktu pembelian konsumen dapat mengambil keputusan tentang apa yang ia harus lakukan masalah ini akan menyangkut masalah uang.
7. Keputusan tentang cara pembayaran konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli.

Penghimpun dana adalah tidak adanya pembelian imbalan berupa bunga atas dana yang disimpan oleh nasabah yang didalam koprasinya imbalannya diberikan atas dasar bagi hasil.⁴⁸

- a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai pemilik dana dan bank bertindak sebagai pengelola.
- b. Dalam kapasitasnya sebagai pengelola dana bank dapat melakukan berbagai macam usaha untuk yang tidak bertentangan tentang prinsip syariah.
- c. Modal harus dinyatakan dengan jumlah dalam bentuk tunai atau piutang.
- d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- e. Bank sebagai pengelola dana menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f. Bank tidak dikenakan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

⁴⁸Danang Sunaryo, Konsep Dasar Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CAPS, hlm 283-284

Dalam pemaparan diatas kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan minat nasabah pada produk tabungan Sakinah menurun karena banyak faktor individu dalam diri sendiri yang membuat nasabah tersebut tidak melanjutkan menabung di tabungan sakinah tersebut.