

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tabungan Bank Syariah

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “perkembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.”¹

Menurut Henry Simamora, “perkembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.”²

Menurut Sondang P. Siagian menyatakan bahwa pengembangan produk yaitu upaya menarik minat para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk yang

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Teori perkembangan produk

² Henry Simamora, ‘Jurnal Ilmiah teori mengenai perkembangan produk’, 4.3 (2011), 261–74.

baru yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.³ Dalam pengembangan strategi produk perbankan yang menjadi sasaran para pelanggan yaitu ada tiga jenis kegiatan:

- 1) Mengembangkan dan meluncurkan produk baru.
- 2) Mengembangkan variasi mutu produk lama.
- 3) Mengembangkan model dan bentuk tambahan pada produk lama tersebut.

Perkembangan produk ini sendiri bukanlah hal yang mudah, karena dalam perkembangan produk itu sendiri terdapat banyak hambatan baik itu dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan dalam mengembangkan produknya yang disebabkan karena perusahaan tersebut tidak dapat memecahkan hambatan-hambatan itu.⁴

Kegagalan ini akan mengakibatkan perusahaan tidak berkembang dalam hal produk yang selanjutnya perusahaan akan tampil dengan produk yang lama yang kemungkinan besar sudah mengalami kejenuhan di pasar, karena perusahaan tampil dengan produk lama, maka perusahaan tidak dapat bersaing dengan pesaingnya yang telah mampu mengembangkan produknya. Setiap perusahaan menghendaki adanya inovasi dan pengembangan produk, yang akhirnya

³ Sondang P. Siagian. Teorinya dalam Upaya pengembangan suatu produk

⁴ Suardi Weman, 'Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2014, 14–40

menjadi suatu keharusan agar perusahaan tersebut dapat bertahan hidup atau bahkan lebih berkembang lagi.

Dalam arti lain pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan kemudian dipasarkan. Pengembangan produk tersebut terdiri atas suatu penjualan yang bertambah dan diusahakan oleh perusahaan dengan mengembangkan produk-produk yang diperbaharui untuk pasar yang sekarang.

a. Tujuan Perkembangan Produk

Tujuan pengembangan produk adalah untuk memberikan nilai maksimal bagi konsumen, memenangkan persaingan perusahaan dengan memilih produk yang inovatif, produk yang dimodifikasi serta mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, merek, dan ciri-ciri lain.⁵

b. Jenis-jenis Perkembangan Produk

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam melakukan pengembangan produk. Hal ini bertujuan agar produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan konsumen yang sudah ada tetap tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh suatu perusahaan serta menarik konsumen baru. Menurut Kotler

⁵ Finance Support Manager and Pembiayaan Murabahah, 'Umkh Pada Bsi Kantor Cabang Diponegoro', 2.1 (2023).

dan Keller , strategi pengembangan produk terdapat beberapa jenis, yaitu⁶:

- 1) Memperbaiki yang sudah ada. Dalam hal ini perusahaan menggunakan teknologi dan fasilitas yang ada untuk membuat variasi dan memperbaiki produk yang ada. Dalam menggunakan cara ini perusahaan tidak memiliki resiko besar, karena hanya akan melakukan perubahan yang menyeluruh.
- 2) Memperluas lini produk. Jenis pengembangan produk dilakukan perusahaan dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada atau menambah lini produk baru.
- 3) Menambah produk yang ada. Perusahaan dalam hal ini menambah atau memberikan variasi pada produk yang telah ada dan juga memperluas segmen pasar dengan melayani berbagai macam konsumen atau pembeli yang memiliki selera yang berbeda-beda.
- 4) Meniru strategi pesaing. Pada cara ini perusahaan meniru kebijakan pesaing yang dianggap menguntungkan, seperti halnya penetapan harga.
- 5) mbah lini produk. Biasanya perusahaan memerlukan dana besar dalam penambahan produk baru yang tidak ada kaitannya sama sekali dengan lini produk yang telah

⁶ Kotker dan Keller, 'Strategi Pengembangan Produk BSI KUR (Kredit Usaha Rakyat) Mikro Di BSI KCP Lamongan Pasar Babat', *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2022), 27–31 .

ada. Karena produk yang belum pernah diproduksi sebelumnya, serta dalam hal penggunaan fasilitas-fasilitas untuk mempromosikannya memerlukan proses yang baru pula.

c. Tahapan Proses Perkembangan Produk

Perusahaan harus menyadari bahwa dalam pelaksanaan pengembangan produk, kemungkinan perusahaan mengadakan perubahan-perubahan ciri-ciri khusus produk, meningkatkan mutu produk, menambah tipe produk, dan mengubah ukuran produk untuk memuaskan pasar. Pada saat perusahaan mengalami kemunduran dan menghadapi persaingan yang cukup tinggi, maka kebijaksanaan produk khususnya pengembangan produk merupakan salah satu alternatif jika kebijaksanaan non produk seperti promosi, penentu harga serta saluran distribusi tidak memberikan hasil yang memuaskan untuk dapat menjamin kesinambungan produk di pasar⁷.

d. Strategi Perkembangan Produk

Menurut Tjiptono, terdapat tiga strategi perkembangan produk, yaitu⁸:

- 1) Strategi peningkatan kualitas. Produsen dapat meningkatkan daya tahan produk atau dengan

⁷ Elsandro Yoga Pranantha, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman', *Dspace.Uii.Ac.Id*, 2021, 130.

⁸ Tjiptono, 'Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia', *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2.3 (2022), 70–80.

meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayanan terhadap konsumen.

- 2) Strategi peningkatan keistimewaan produk. Ada empat indikator yang dapat meningkatkan keistimewaan suatu produk, seperti kualitas bahan yang dipakai, keanekaragaman, kenyamanan dalam pemakaian suatu produk bagi penggunaannya dan aksesoris tambahan.
- 3) Strategi peningkatan gaya produk. Produsen bisa meningkatkan nilai suatu produk dari segi pemilihan warna produk tersebut, rancangan atau desain yang menarik dan yang terakhir adalah kemasan yang dapat memberi nilai tambah bagi produk tersebut.
- 4) Strategi pengembangan produk merupakan bagian dari strategi korporasi (corporate strategy). Dalam strategi pengembangan produk terdapat potensi keuntungan maupun risiko dari aktivitas pengembangan produk, dan banyak faktor yang menyebabkan suatu organisasi mempertimbangkan melakukan pengembangan produk baru. Hampir seluruh organisasi menemukan bahwa pendekatan strategi manajerial pada aktivitas pengembangan produk baru akan meningkatkan peluang keberhasilan serta meminimasi biaya dan risiko.

Alasan yang membuat perusahaan melakukan perkembangan produk tabungan Bank Syariah Indonesia:

- 1) Untuk memenuhi keinginan konsumen
- 2) Untuk memenuhi omset penjualan
- 3) Untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi
- 4) Untuk memenangkan persaingan
- 5) Untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama
- 6) Untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan
- 7) Untuk mencegah kebosanan konsumen
- 8) Untuk menyederhanakan produk pembungkus

Dalam melakukan upaya pengembangan produk tabungan BSI dapat dilakukan dengan program-program sebagai berikut⁹:

- 1) Modifikasi Lini Produk

Produk lama pada umumnya dipilih dengan sasaran meningkatkan penjualan lini yang ada saat ini. Jenis program ini mungkin diperlukan untuk menerapkan strategi pemasaran mempertahankan pelanggan guna memenuhi kebutuhan pembeli yang sedang berubah untuk mengimbangi penawaran baru dari pesaing, atau sekedar untuk meningkatkan kepuasan terhadap produk. Sasaran ini dapat dicapai dengan merancang ulang atau merumuskan kembali produk untuk menambahkan manfaat baru atau menyempurnakan mutu produk atau dengan menggunakan banyak macam kemasan untuk mengurangi

⁹ Nevi Hasnita, Ana Fitria, and Elisa Maidari, 'Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengembangan Produk Tabungan Dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Kc Aceh', *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 5.1 (2023),

peluang pesaing.

2) Perluasan Lini Produk

Sasaran dari perluasan lini adalah menjangkau sesuatu segmen baru dipasar. Artinya, program seperti ini dapat diterapkan untuk menjaring pelanggan pesaing dalam segmen dimana perusahaan saat ini tidak mempunyai produk untuk ditawarkan atau untuk merangsang permintaan diantara para bukan pemakai bentuk-bentuk produk pada situasi tersebut produk baru harus dibuat berbeda dengan produk sebelumnya.

3) Produk Komplementer

Produk-produk komplementer ini adalah produk yang pada umumnya digunakan bersama-sama dengan produk yang sudah ada. Produk-produk ini dapat dikembangkan baik untuk meningkatkan penjualan produk yang sudah ada ataupun untuk memantapkan pertumbuhan penjualan dipasar yang bersangkutan.

4) Diversifikasi

Suatu kebijakan menambahkan produk-produk baru guna melayani pasar yang baru pula. Program diversifikasi biasanya dirancang untuk mendirikan perusahaan baru guna mencapai sasaran –sasaran seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan.

Maka dari itu diperlukan produk penyeimbang yang mendukung sektor produktif. Selain itu, produk yang meningkatkan kebersamaan bank dan nasabah juga perlu

dikaji dan dikembangkan, agar core product perbankan syariah yang merupakan sharing economics tetap dapat dipertahankan. Untuk keperluan tersebut.

Adanya bank Syariah banyak memberikan pilihan bagi masyarakat untuk memperoleh pembiayaan yang tidak hanya bergantung pada satu jenis bank dengan produk-produknya, tetapi masyarakat bebas memilih lembaga dan produk mana yang paling sesuai dengan kapasitas yang dimiliki dan kondisi usaha yang dijalankan. Jika bank Syariah mampu membaca potensi wilayah dan kebutuhan penduduk tersebut telah dimiliki perbankan Syariah, maka pengembangan produk perbankan syariah menjadi satu keniscayaan bagi bank syariah yang ada di wilayah tersebut agar mampu menjawab kebutuhan masyarakat.

Strategi pemasaran produk mesti diselenggarakan dengan melakukan aliansi strategis dengan media massa (radio, televisi dan media cetak) dan penyelenggara kegiatan (event organizer) berupa pameran (expo), agar produk tersebut dikenal luas dan langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas. Dalam ekspso tertentu seperti masyarakat dapat langsung mendaftar untuk kartu kredit Syariah atau melakukan permohonan pembiayaan untuk pembelian produk syariah yang sedang dipamerkan. Melalui strategi ini bank syariah bisa mendapat banyak keberhasilan, baik dalam peningkatan portofolio maupun pemasaran produk baru.

e. Faktor Pendukung dan Penghambat Perkembangan Produk

1) Faktor Pendukung

Terdapat beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, faktor-faktor ini harus dipertimbangkan supaya terlaksananya pengembangan produk yang berhasil. Menurut Stanton faktor pendorong atau pendukung pengembangan produk adalah sebagai berikut¹⁰:

- (a) Perkembangan Teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan terciptanya sarana produksi yang baru untuk dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membuat dan menyempurnakan produk, sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dan jumlah produksi yang diperoleh akan dapat ditingkatkan.
- (b) Perubahan Selera Konsumen. Perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.
- (c) Persaingan. Adanya persaingan yang kuat di antara perusahaan yang sejenis akan menyebabkan perusahaan berusaha untuk selalu mengembangkan

¹⁰ Stanton, Fathin. *Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Produk Tabungan Mudharabah di KPRS An-Nahl Pandaan*. Diss. Universitas Yudharta, 2019.

produknya dengan harapan dapat menyaingi volume produksi pesaing.

- (d) Adanya Kapasitas Produk Berlebihan. Dengan meningkatkan kapasitas mesin-mesin yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk menggunakan kelebihan kapasitas tersebut dengan jalan memproduksi perusahaan.
- (e) Siklus Hidup Produk yang Pendek. Siklus kehidupan produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya, sehingga konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang diproduksi perusahaan.
- (f) Adanya Keinginan untuk Meningkatkan Laba. Perusahaan mempunyai keinginan untuk memperkuat posisi produknya di pasar, serta untuk memperluas pasar.

2) Faktor Penghambat

Menurut Kotler dan Keller , terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab terhambatnya proses pengembangan produk, yaitu¹¹:

- (a) Kekurangan gagasan mengenai produk baru yang penting di bidang tertentu. Mungkin hanya ditemukan sedikit cara untuk memperbaiki beberapa produk dasar (seperti baja, deterjen).

¹¹ Kotler dan Keller (2008). Dalam faktor penghambat proses pengembangan produk

- (b) Pasar yang terbagi-bagi karena persaingan yang ketat. Perusahaan harus mengarahkan produk baru mereka ke segmen pasar yang lebih kecil, hal ini berarti penjualan dan laba yang lebih rendah untuk tiap produk.
- (c) Kendala sosial dan pemerintah. Produk baru harus memenuhi beberapa kriteria seperti keamanan konsumen dan keseimbangan lingkungan.
- (d) Mahalnya proses pengembangan produk baru. Suatu perusahaan pada umumnya harus menciptakan berbagai gagasan tentang produk baru untuk menemukan hanya satu produk yang layak dikembangkan. Selanjutnya, perusahaan sering menghadapi biaya litbang, manufaktur, dan pemasaran yang tinggi.
- (e) Kekurangan modal. Beberapa perusahaan yang memiliki gagasan-gagasan yang baik tidak dapat mengumpulkan dana yang diperlukan untuk melakukan riset dan meluncurkan produk baru.
- (f) Waktu perkembangan yang lebih singkat. Perusahaan-perusahaan yang tidak dapat mengembangkan produk-produk baru secara cepat akan berada di pihak yang tidak memiliki keunggulan.

1. Produk

Menurut Kotler dalam Buchari menyatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu (barang atau jasa) yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.¹²

Pengertian produk menurut Tjiptono secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. Produk merupakan sesuatu yang dijual oleh perusahaan kepada pembeli.¹³ Produk adalah objek yang sangat vital yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktivitas operasional dan kesehatan keuangan perusahaan. Dalam menghasilkan produk perusahaan hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

¹² 2018 : 41) Kotler dalam Buchari , ‘Landasan Teori اديدج’, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 13.1 (1988), 17–39. Kualitas produk tabungan dan produk terhadap Masyarakat.

¹³ Tjiptono (1999). Dasar teori pemahaman produk

Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud atau dapat dideteksi dengan panca indra. Kalau diidentifikasi secara luas produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan atau bauran dari semua wujud di atas. Dapat disimpulkan bahwa produk bersifat nyata maupun tidak nyata yang bisa menarik perhatian dan memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen sehingga konsumen memiliki rasa kepuasan tersendiri saat membeli produk tersebut.

Indonesia memiliki banyak model produk yang ditawarkan dari bank kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, yakni sebagai berikut¹⁴:

(1) Tabungan Syariah

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya melalui beberapa ketentuan yang sudah dijelaskan oleh pihak bank pada nasabah. Sarana penarikannya bisa menggunakan buku tabungan, ATM, slip penarikan dan juga melalui metode canggih lain misalnya internet banking. Ciri khas tabungan syariah adalah menerapkan akad wadi'ah, yang artinya tabungan yang kita simpan tidak mendapatkan keuntungan karena cuma dititip,

¹⁴ Dian Sastriana, 'macam macam produk perbankan syariah pada bank indonesia', *Diponegoro Journal of Accounting*, 2.3 (2013), 1–10.

tidak ada bunga yang diterima oleh nasabah akan tetapi bank memberikan hadiah atau bonus kepada nasabah.

(2) Deposito Syariah

Deposito *syariah* menggunakan akad *mudharabah* artinya tabungan dengan sistem bagi hasil (nisbah) antara nasabah dan bank. Keuntungan deposito dengan akad *mudharabah* ini biasanya memakai perbandingan 60 : 40 untuk nasabah dan bank. Makin besar untung yang bank dapat, makin besar untung yang diperoleh oleh nasabah, demikian pula jika keuntungan yang diperoleh bank sedikit maka nasabah akan mendapat keuntungan yang sedikit pula dengan kata lain, keuntungan muncul bersama risiko.

(3) Gadai Syariah (Rahn)

Akad gadai *Syariah* yang dipraktikkan pada PT. Pegadaian adalah meminjamkan uang kepada nasabah dengan jaminan harta yang bernilai dan dapat dijual. Uang yang dipinjamkan adalah murni tanpa bunga. Namun nasabah (*rahn*) wajib menyerahkan barang jaminan (*marhum*) untuk kepentingan sebagai alat pembayaran utang manakala pemberi gadai tidak dapat membayar

utang saat jatuh tempo yang telah disepakati.

Dalam praktiknya, barang jaminan akan dijual untuk menutupi utang manakala pemberi gadai telah dikonfirmasi. Jika barang gadai telah dijual sesuai dengan harga pasaran maka penerima gadai hanya mengambil sesuai dengan nilai hutangnya dan lebihnya dikembalikan kepada penggadai.

(4) Giro Syariah

Salah satu produk perbankan syariah yang termasuk ke dalam konsep *wadi'ah* (titipan) adalah giro. Secara umum yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya atau dengan pemindah bukuan. Adapun yang dimaksud dengan giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan syariah adalah giro berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

a. *Wadi'ah*

Produk *Wadi'ah* memiliki arti titipan, atau bisa juga diartikan sebagai titipan murni dari

satu pihak dengan pihak yang lain baik itu secara individu ataupun badan hukum. Produk wadi'ah ini juga dibagi menjadi beberapa dua bagian, yakni Wadi'ah Amanah dan *Wadi'ah Yad Dhamanah*. *Wadi'ah Amanah* atau titipan murni adalah pihak penitip mensyaratkan kepada yang dititipi bahwa dana yang dititipkan tidak bisa dipergunakan untuk yang lain. Sedangkan *Wadi'ah Yad Dhamanah* adalah dana yang dititipkan kepada yang dititipi dapat dipergunakan atau dimanfaatkan.¹⁵

b. *Mudharabah*

Produk *mudharabah* merupakan bentuk perjanjian kerja sama antar kedua belah pihak yakni antara pemilik harta dan pengelola harta. Pemilik harta menyerahkan dana kepada pengelola harta untuk dimanfaatkan dan dipergunakan untuk memperoleh keuntungan. Yang dimana jika untung akan dibagi dua antara pemilik harta dengan pengelola harta, sedangkan jika rugi hanya ditanggung pemilik harta, sesuai dengan kesepakatan di awal akad. Dalam akad penghimpunan dana, bank syariah sebagai pengelola dana (*Mudharib*) sedangkan pemilik

¹⁵ O Anlar MY Ağargün H Kara, 'Akad Wadi'ah 1.', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7.2 (2014), 107–15.

dana sebagai (Shahibul Mal).¹⁶

2. Tabungan

Menurut Latumarissa mengemukakan bahwa tabungan yaitu simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.¹⁷

Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa, tabungan adalah simpanan berdasarkan wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁸

Tabungan adalah simpanan uang yang berasal dari pendapatan yang tidak dibelanjakan dan bisa dilakukan oleh perorangan maupun instansi tertentu. Simpanan uang (tabungan) ini bisa diambil kapan saja

¹⁶ D Rachmad Risqy K, Ph and Nurlina Ashfiya, 'penerapan kaidah fikih pada kerjasama (syirka) dalam ekonomi islam Pendahuluan', *Manajemen Bisnis Syari'ah*, 1 (2021), 1–8.

¹⁷ latumarissa, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Bank Umum Syariah Di Indonesia', *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5.2 (2019), 115

¹⁸ Ili A, 'Akuntansi Bank, Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah', *Bank*, 2016, 25–50 .

tanpa terikat waktu. Bahkan bisa ditarik tunai secara mandiri melalui fasilitas ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang diberikan oleh berbagai bank. Ketika menabung di bank, biasanya nasabah akan mendapatkan beberapa fasilitas seperti Buku Tabungan, Kartu ATM, Layanan Internet & Mobile Banking, serta beberapa layanan lain sesuai dengan kebijakan masing-masing bank.

a. Tujuan menabung di Bank¹⁹:

- 1) Nasabah merasa aman menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan di bank.
- 2) Nasabah dapat menarik tabungannya dengan mudah karena bank memberikan kemudahan dalam hal penarikan.
- 3) Untuk penghematan, supaya seluruh penghasilannya tidak digunakan untuk belanja.

Tabungan dalam Ekonomi Islam merupakan prinsip ekonomi Islam dan nilai moral Islam yang menyebutkan bahwa manusia harus hidup hemat dan tidak bermewah-mewah karena Allah swt sangat mengutuk perbuatan Israf (pemborosan) dan Tabzir (menghambur-hamburkan harta tanpa guna).

Jadi dapat dikatakan bahwa motifasi menabung adalah nilai moral hidup sederhana dan keutamaan tidak

¹⁹ Muh. Abdul Azis, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah', *Skripsi*, 2019, 141.

fakir, serta dengan adanya tabungan akan mendorong umat muslim untuk sering melakukan investasi sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial yang ada.

b. Jenis-jenis Tabungan Perbankan Syariah

1) Tabungan Bagi Hasil (*Mudharabah*)

Tabungan ini menggunakan sistem bagi hasil sebagai imbal balik pada nasabah atas kesediaanya menabung di bank syariah. Pola bagi hasil adalah pola kerja sama antara nasabah dan bank seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Nasabah berperan sebagai mitra usaha yang menyediakan dana bagi bank untuk melakukan usahanya. Dana yang didapat oleh bank kemudian akan disalurkan lagi ke konsumen yang membutuhkan pembiayaan. Pembiayaan itu akan mendatangkan keuntungan bagi pihak bank. Oleh karena Anda berperan sebagai pemodal, maka Anda juga berhak atas hasil usaha atau keuntungan yang diperoleh bank syariah. Setiap bulan, bank akan menghitung berapa keuntungan yang diperolehnya dari perputaran dana nasabah.²⁰

2) Tabungan Titipan (*Wadi'ah*)

Dengan skema wadi'ah, nasabah berperan sebagai penitip dana dan bank berperan sebagai penerima titipan

²⁰ Atanasius Hardian Permana Yogiarto, 'Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah', 2.1 (2015), 165.

dana. Oleh karena sifatnya titipan dan bukan kerja sama usaha, maka bank tidak akan menjanjikan persentase keuntungannya kepada nasabah. Namun, untuk menarik minat nasabah, bank dapat saja memberikan bonus kepada nasabah, tetapi jumlahnya tidak ditentukan besarnya maupun persentasenya. Beberapa bank, terutama bank perkreditan rakyat syariah, menggunakan skema titipan ini sebagai produk tabungan. Sementara itu, bank syariah pada umumnya hanya menggunakan skema wadi'ah ini untuk produk giro saja, tidak untuk tabungan.²¹

3) Tabungan Haji

Ini adalah produk tabungan yang bersifat khusus yang diselenggarakan oleh bank. Tabungan ini selain berfungsi sebagai sarana menyimpan uang, juga membantu nasabah dalam hal administrasi pendaftaran haji. Tabungan ini dimaksudkan untuk membantu nasabah mempersiapkan Ongkos Naik Haji (ONH) dan membantu nasabah untuk melakukan pendaftaran haji langsung ke Departemen Agama secara on-line. Jika waktu pendafrtan haji sudah dibuka, bank akan mendaftarkan nasabahnya sebagai calon jamaah haji hingga mendapatkan kepastian untuk berangkat pada

²¹ Rahayu Indriasari, Muliati, and Arief Budi Santoso, 'Persepsi Nasabah Tentang Tabungan Wadiah', *Journal of Research and Applications Accounting and Management*, 3.1 (2018), 1–7.

musim haji berikutnya. Kelebihan lain dari tabungan haji ini adalah, bank juga dapat memberikan dana talangan pada nasabah yang ingin naik haji tahun itu tetapi masih memiliki kendala arus kas.²²

B. Minat Masyarakat Muslim

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; perhatian; kesukaan. Berminat berarti mempunyai (menaruh) minat; cenderung hati kepada; suka (akan). Sedangkan dalam kamus lengkap psikologi, minat adalah kemauan, kehendak hasrat, (1) fungsi yang terlibat dalam perbuatan yang di sadari, (2) totalitas impuls sadar maupun tidak sadar.²³

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat berarti suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam pengertian tersebut terkandung bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian kepada subjek, ada suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai dari subjek dengan perasaan senang.²⁴

²² Nuryadi Akbar, 'Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor)', *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2019), 76–95 .

²³ Pengertian Minat, '1. Pengertian Minat' dalam kamus besar bahasa indonesia, 2020, 12–42.

²⁴ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, 'Clustering Minat Dan Bakat Mahasiswa Teknik Informatika Berdasarkan Bidang

Munandir mengatakan minat sebagai kecenderungan seseorang untuk lebih menyukai suatu kegiatan daripada kegiatan lain. Minat merupakan suatu landasan yang paling meyakinkan demi keberhasilan suatu proses belajar. Jika seorang atlet memiliki rasa ingin berlatih, maka ia akan dengan mudah mengerti, memahami, dan mengingat tentang hal yang telah dipelajarinya. Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.²⁵

Berdasarkan definisi menurut beberapa ahli tersebut , dapat diperoleh unsur-unsur minat adalah sebagai berikut :

- a) Minat adalah suatu gejala psikologis.
- b) Adanya pemusatan perhatian, perasaan, dan pikiran dari subjek karena tertarik.
- c) Adanya perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran.
- d) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subjek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.²⁶

Masyarakat adalah sekelompok individu/orang yang tinggal bersama Masyarakat tersebut disebut dengan “masyarakat” yang artinya interaksi sosial, perubahan sosial

Keahlian, Mata Kuliah Favorit, Dan Indeks Prestasi Mahasiswa’, *Jurnal Reforma*, 7.2 (2019), 42.

²⁵ Munandir (2015, ‘Teori Minat’, *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5.3 (2020), 248–53.

²⁶ Amalia Yunia Rahmawati, ‘Minat Masyarakat’, July, 2020, 1–23.

dan komunitas diturunkan bahasa latin socius yang berarti teman. Istilah masyarakat berasal dari kata Kata syaraka dalam bahasa Arab berarti partisipasi dan keterlibatan.²⁷

Menurut Karl Marx, masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi.²⁸

Menurut Emile Durkheim, masyarakat merupakan suatu kenyataan objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.²⁹

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah gejala psikologis orang yang menunjukkan adanya perhatian pada suatu objek yang menghasilkan perasaan senang atau bahagia, yang menciptakan kecenderungan untuk terlibat dalam aktivitas mencapai tujuan.

²⁷ Ayu Senja Mayangsari, 'Kajian Kesejahteraan Masyarakat', *Fkip Ump*, 2017, 4-8.

²⁸ Karl Marx (2020) tentang struktur masyarakat (Dialektika infrastruktur dan suprastruktur). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(2), 63-80.

²⁹ Emile Durkheim, Relasi agama dan masyarakat dalam perspektif Emile Durkheim dan Karl Marx." *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13.2 (2019): 183-200

1. Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat

Menurut Winkel, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu “suasana hati yang mendasarinya”.³⁰ Suasana hati seseorang dapat mempengaruhi timbulnya minat. Jika seseorang memiliki suasana hati yang tidak bagus maka minatnya pun juga tidak bagus. Begitupun sebaliknya, jika seseorang memiliki suasana hati yang bagus, maka minatnya pun juga bagus.

Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Munculnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapat pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat.³¹

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat

Faktor – faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- a. faktor dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian),
- b. faktor berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

³⁰ Winkel, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas’, *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*.

³¹ Amalia Yunia Rahmawati. kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan

3. Pengaruh terhadap minat menabung

Menurut Muhammad menyatakan bahwa minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhannya sendiri. Minat dapat diartikan sebagai rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Oleh karenanya, minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya.³²

Menurut Triana, minat menabung merupakan seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun lingkungannya. Kemudian rangsangan tersebut diproses dalam dirinya.³³

Penghambat Minat Masyarakat Pada Perbankan Syariah Adapun penghambat minat masyarakat pada perbankan syariah sebagai berikut.

- a. Masih kurangnya kesadaran dan kepercayaan masyarakat untuk turut andil dalam memajukan

³² Muhammad, 'Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap', *Jurnal Ekonomi Syariah Volume*, 5.1 (2017), 87–98.

³³ Triana, Zaki Mubarak, 'Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022),

perbankan syariah, hal ini disebabkan karena jaringan operasional bank syariah yang masih terbatas bila dibandingkan dengan bank konvensional.

- b. Sosialisasi yang telah dilakukan masih kurang mampu menanamkan pengertian dan pemahaman yang mendalam terhadap bank syariah, terutama yang menyangkut sistem operasional dan pola kerja bank syariah. Masih kentalnya tekanan pengaruh yang ada pada masyarakat terhadap materi dan persaingan hidup, serta berbagai kesibukan yang cenderung menimbulkan kejenuhan akan hal-hal yang tidak kreatif dan efisien dalam kegiatan usaha.

