

BAB II

KAJIAN DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat Nasabah

Salah satu elemen kunci dalam menentukan kinerja lembaga perbankan adalah minat nasabah. Jumlah pengguna produk, loyalitas nasabah, dan daya saing bank dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor keuangan akan dipengaruhi oleh tingginya minat nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, minat konsumen dipengaruhi tidak hanya oleh variabel ekonomi tetapi juga oleh gagasan keadilan, kesadaran akan nilai-nilai Islam, dan pengaturan pembagian keuntungan bank.

Untuk meningkatkan minat nasabah, sistem pembagian keuntungan merupakan faktor strategis yang harus diperhitungkan. Minat masyarakat terhadap bank syariah masih menghadapi sejumlah kendala, meskipun perbankan syariah terus berkembang. Dalam hal keuntungan dan kejelasan perhitungan, beberapa nasabah masih memandang sistem pembagian keuntungan kurang

⁷ Dama Mustika Dariati, "Pemahaman Bunga Dan Bagi Hasil Sebagai Penentu Minat Akademisi Terhadap Lembaga Keuangan Syariah," *Islamic Banking and Finance* 8, no. November (2025). h. 245–247

kompetitif dibandingkan sistem bunga di bank tradisional.⁸

Selain itu, kurangnya pemahaman nasabah mengenai konsep dan implementasi sistem *Profit And Loss Sharing* juga menjadi kendala dalam meningkatkan minat terhadap produk perbankan syariah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep ideal sistem *Profit And Loss Sharing* dengan persepsi dan pemahaman nasabah di lapangan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

1) *Profit And Loss Sharing*

Suatu metode untuk membagi keuntungan dan risiko antara bank dan klien sesuai dengan kontrak mudharabah disebut pembagian laba rugi. Besarnya rasio pembagian laba yang diberikan, keadilan pembagian laba, dan transparansi perhitungan pembagian laba menjadikan sistem ini sebagai elemen penting yang memengaruhi minat nasabah.⁹ Nasabah lebih cenderung menempatkan uang mereka dalam produk deposito mudharabah ketika struktur

⁸ Nasabah Bank Syariah et al., "The Effect of The Profit-Sharing System on Customers' Interest in Islamic Banks Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat" 2, no. 2 (2026): h. 31–39.

⁹ Muhammad Nafik Hadi Ryandono dan Rofiul Wahyudi, *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek* (Yogyakarta: UAD Press, 2018), h. 85

pembagian laba rugi yang lebih adil dan transparan diterapkan.

2) Tingkat Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan yakni keyakinan nasabah terhadap kemampuan, integritas, dan kredibilitas bank syariah dalam mengelola dana sesuai prinsip syariah. Tingkat kepercayaan mempengaruhi minat nasabah melalui Keamanan dana yang dijamin oleh bank, Kepatuhan bank terhadap prinsip syariah dan Reputasi dan citra Bank Syariah Indonesia. Tingginya tingkat kepercayaan nasabah akan mendorong minat untuk menggunakan dan mempertahankan produk deposito mudharabah.

3) Prinsip Syariah

Salah satu daya tarik utama bagi klien Muslim adalah penerapan aturan Syariah. Minat pelanggan dalam memilih produk deposito mudharabah dipengaruhi oleh pengetahuan dan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip Syariah.

4) Kesesuaian Syariah

Bagi nasabah muslim, kepatuhan produk terhadap prinsip syariah menjadi faktor penting yang memengaruhi minat.

5) Faktor Keamanan dan Legalitas

Unsur-unsur pendukung yang memengaruhi kepentingan konsumen meliputi partisipasi dalam

Lembaga Penjaminan Simpanan (LKM), pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan jaminan keamanan dana.

- 6) Informasi dan Promosi Produk Informasi yang jelas serta promosi yang efektif mengenai keunggulan deposito mudharabah dapat meningkatkan pemahaman dan ketertarikan nasabah. Sosialisasi yang baik membuat nasabah lebih yakin untuk menggunakan produk tersebut.

c. Indikator Minat Nasabah

Mengacu pada teori perilaku konsumen dan beberapa penelitian terkait minat nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

- 1) Ketertarikan (Attention)

Tingkat ketertarikan nasabah untuk mengetahui lebih jauh mengenai produk deposito mudharabah.

- 2) Keinginan (Desire)

Munculnya keinginan nasabah untuk menggunakan atau membuka deposito mudharabah.

- 3) Preferensi (Preference)

Pilihan nasabah yang menunjukkan bahwa mereka lebih menyukai deposito mudharabah dibandingkan produk lain.

4) Niat Menggunakan (Intention to Use)

Keseriusan atau niat nasabah untuk benar-benar menempatkan dana pada deposito mudharabah.

5) Kesiediaan Merekomendasikan (Recommendation)

Kesiapan nasabah untuk menyarankan produk tersebut kepada orang lain.

2. Profit and loss sharing

a. Pengertian Profit And Loss Shariang

Sistem pembagian keuntungan dan kerugian, dalam istilah yang lebih teknis, merujuk pada mekanisme distribusi hasil usaha antara pengelola dan penyedia dana. Antonio menjelaskan bahwa prinsip *Profit And Loss Sharing* merupakan elemen fundamental serta dasar operasional perbankan Islam secara keseluruhan.¹⁰ Dalam konteks syariah, prinsip ini berlandaskan pada kaidah al mudharabah. Berdasarkan pendekatan ini, bank syariah bertindak sebagai mitra baik untuk investor maupun para pengusaha yang memerlukan pinjaman. Di sini, bank akan berperan sebagai Mudharib (pengelola), sedangkan investor disebut Shahibul Mal (pemilik modal). Kedua pihak kemudian menyepakati akad mudharabah yang menetapkan proporsi pembagian keuntungan masing-masing pihak. Ascarya menegaskan bahwa pola *Profit And*

¹⁰ Mamonto, "Pengaruh Profit and Loss Sharing Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Deposito Mudharbah & Musyarakah Di Kc Bank Syariah" h. 10

Loss Sharing dengan menggunakan prinsip mudharabah adalah model utama dan paling penting menurut kesepakatan ulama di bidang perbankan syariah. Pembagian hasil dari kegiatan usaha dalam sistem perbankan syariah ditentukan melalui nisbah atau persentase yang telah disetujui oleh kedua belah pihak sebelum menjalankan usaha tersebut.

b. Teori *Profit And Loss Sharing*

Teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973 mendukung penggunaan variabel Pembagian Laba dan Rugi (*Profit and Loss Sharing/PLS*) dalam studi ini. Menurut gagasan ini, untuk mengurangi asimetri informasi, suatu pihak (pengirim sinyal), seperti lembaga keuangan atau bisnis, dapat mengirimkan sinyal spesifik kepada pihak lain (penerima sinyal). Dalam konteks perbankan syariah¹¹, penerapan skema pembagian laba dan rugi oleh bank dalam produk deposito mudharabah merupakan sinyal yang baik bagi klien tentang adanya tanggung jawab, keadilan, dan keterbukaan dalam pengelolaan dana.

Sinyal positif ini menunjukkan bahwa bank syariah berkomitmen untuk menjalankan prinsip-prinsip syariah yang adil dan transparan dalam pembagian keuntungan

¹¹ Michael Spence, "Job Market Signaling," *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3, 1973, h. 355–374

dan risiko. Dengan demikian, implementasi sistem PLS dapat memperkuat kepercayaan dan ketertarikan nasabah untuk berinvestasi pada produk deposito mudharabah. Hal ini disebabkan oleh persepsi nasabah bahwa bank bertindak secara transparan dan adil dalam pengelolaan dana investasi. yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *Profit and Loss Sharing* meliputi:

1) Ketertarikan (Attention)

Ketertarikan (attention) merupakan tahap awal dimana nasabah mulai menunjukkan perhatian terhadap suatu produk. Dalam konteks ini, ketertarikan nasabah tercermin dari keinginan untuk mengetahui lebih jauh mengenai produk deposito mudharabah, baik dari segi mekanisme, manfaat, maupun keunggulannya dibandingkan produk lain.

c. Indikator *Profit And Loss Sharing*

1) Besaran Nisbah Bagi Hasil

Persentase pembagian keuntungan antara bank dan klien diwakili oleh rasio tersebut. Nasabah lebih tertarik untuk menginvestasikan uang mereka ketika rasio yang ditawarkan lebih tinggi dan lebih kompetitif.

2) Keadilan dalam Pembagian Keuntungan

Nasabah menilai apakah sistem *Profit And Loss Sharing* mencerminkan keadilan dan tidak merugikan salah satu pihak.

3) Transparansi Perhitungan Bagi Hasil

Nasabah perlu mengetahui bagaimana bagi hasil dihitung, sumber keuntungan, dan waktu pembagian. Ascarya menyatakan bahwa transparansi meningkatkan kepercayaan dan minat nasabah.¹²

4) Kepastian Waktu Pembagian Bagi Hasil

Nasabah memperhatikan ketepatan waktu distribusi keuntungan (misalnya bulanan atau saat jatuh tempo). Ketepatan waktu meningkatkan persepsi profesionalisme bank.

5) Kesesuaian Risiko dan Keuntungan

Dalam PLS, potensi keuntungan meningkat seiring dengan risiko. Jika risiko yang diambil sebanding dengan hasilnya, pelanggan akan tertarik.

3. Tingkat kepercayaan

a. Pengertian Tingkat Kepercayaan

Kesiapan untuk mengandalkan kemampuan orang lain untuk memenuhi kebutuhan seseorang demi keuntungan sendiri melalui persetujuan bersama, baik secara terang-

¹² muhammad syafi'i Antonio, "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik - Muhammad Syafi'i Antonio - Google Books," h. 90

terangan maupun terselubung, dikenal sebagai kepercayaan. Secara umum, mengembangkan loyalitas jangka panjang membutuhkan kepercayaan. Sulit untuk mengembangkan loyalitas klien secara andal dan bertanggung jawab tanpa kepercayaan. Hal ini konsisten dengan studi Chu tahun 2003, yang menemukan bahwa kemampuan perusahaan untuk membangun kepercayaan pelanggan meningkat seiring dengan keandalan dan akuntabilitasnya.¹³ Rasa kepedulian perusahaan atau bank mengarah pada kepercayaan. Loyalitas akan dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen terhadap barang dan jasa bank karena hubungan jangka panjang antara bank dan kliennya akan muncul dari kepercayaan mereka terhadap penawaran bank. Sebagai hasil dari pengembangan kepercayaan, loyalitas klien akan mengikuti proses yang berkelanjutan. Dalam hal ini, tiga elemen penting sangat penting untuk membangun kepercayaan.

Tingkat kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan seseorang bahwa pihak lain akan bertindak secara jujur, adil, dan dapat diandalkan dalam suatu hubungan atau transaksi. Kepercayaan timbul dari persepsi terhadap integritas, kompetensi, serta konsistensi pihak yang

¹³ Idzati Nanda Sari, "Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Mabur Bsi Kcp Cilacap Diponegoro," *Eprint.Uinsaizu.Ac.Id*, no. pengaruh nisbah bagi hasil (2023): h. 22

dipercaya. Mayer, Davis, dan Menurut Schoorman tahun 1995, kemampuan, kebaikan, dan integritas adalah tiga pilar utama kepercayaan.

Dalam konteks perbankan syariah, tingkat kepercayaan mencerminkan sejauh mana nasabah yakin bahwa bank akan mengelola dana sesuai prinsip syariah, amanah, dan profesional. Kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan aspek finansial, tetapi juga mencakup dimensi spiritual. Hal ini disebabkan oleh keyakinan nasabah bahwa investasi dana mereka dilakukan secara halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Keberadaan kepercayaan ini sangat krusial, karena tanpa adanya rasa percaya, minat nasabah untuk menginvestasikan dananya dalam produk syariah¹⁴ termasuk deposito mudharabah akan cenderung rendah.

b. Teori Tingkat Kepercayaan

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*), yang diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1991, merupakan teori utama dalam penelitian ini. Teori ini menyatakan bahwa terdapat tiga faktor kunci—sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku—yang mempengaruhi niat seseorang untuk berpartisipasi dalam suatu tindakan. Variabel tingkat

¹⁴ Robert M. Morgan & Shelby D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3 (1994), h. 23–24

kepercayaan (*trust*) dalam penelitian ini dikaitkan dengan norma subjektif (*subjective norm*). Norma subjektif terbentuk dari pengaruh sosial, nilai, serta keyakinan terhadap pihak atau lembaga yang berperan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks deposito mudharabah di Bank Syariah Indonesia (BSI), tingkat kepercayaan nasabah mencerminkan sejauh mana nasabah meyakini bahwa bank memiliki reputasi baik, dikelola secara amanah, serta menjalankan prinsip syariah secara konsisten.

Tingkat kepercayaan sangat penting karena klien lebih cenderung berinvestasi jika mereka berpikir uang mereka akan ditangani dengan aman, transparan, dan sesuai dengan hukum syariah. Kepercayaan ini muncul dari pengalaman, reputasi lembaga, serta persepsi terhadap kejujuran dan profesionalisme bank.

c. Indikator Tingkat Kepercayaan

Tanda-tanda berikut dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan berdasarkan teori dan temuan penelitian sebelumnya:

- 1) Kejujuran (*Integrity*) keyakinan bahwa bank syariah jujur dan dapat dipercaya dalam mengelola dana nasabah.

- 2) Kompetensi (*Competence*) persepsi nasabah terhadap kemampuan bank dalam mengelola dana deposito secara profesional dan sesuai syariah
 - 3) Konsistensi (*Reliability*) keyakinan bahwa bank selalu memenuhi janji dan menjaga stabilitas pelayanan.¹⁵
 - 4) Transparansi (*Transparency*) sejauh mana bank terbuka dalam memberikan informasi terkait hasil usaha dan pembagian keuntungan.¹⁶
 - 5) Reputasi lembaga (*Reputation*) pandangan positif masyarakat terhadap kredibilitas dan nama baik bank syariah sebagai lembaga keuangan yang amanah.
- 4. Pengaruh *profit and loss sharing* (X1) dan tingkat kepercayaan (X2) Terhadap minat nasabah (Y)**
- a. Pengaruh *Profit and Loss Sharing* (X1) terhadap ketertarikan pada skema *Profit and Loss Sharing* adalah suatu mekanisme pembagian keuntungan yang diterapkan dalam kontrak mudharabah, di mana kerugian ditanggung berdasarkan proporsi modal dan laba dibagikan sesuai dengan rasio yang telah disepakati. Sistem ini dianggap lebih adil dan transparan dibandingkan bunga pada bank konvensional. Menurut Antonio tahun 2012, sistem bagi hasil menciptakan

¹⁵ Antonio, "Bank Syariah_ Dari Teori Ke Praktik - Muhammad Syafi'i Antonio - Google Books." h. 34

¹⁶ Mutanaqisah Di et al., "Analisis Pembiayaan Kpr Menggunakan Akad Musyarakah," *SNPPM (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2022, h. 192–97

hubungan kemitraan antara bank dan nasabah sehingga menumbuhkan rasa keadilan dan kenyamanan.¹⁷ Ketika nasabah merasakan keadilan dan transparansi dalam pembagian hasil, minat mereka untuk berinvestasi melalui deposito mudharabah akan meningkat kenyamanan. Ketika nasabah merasakan keadilan dan transparansi dalam pembagian hasil, minat mereka untuk berinvestasi melalui deposito mudharabah akan meningkat. Selain itu, studi Herawati Mamonto tahun 2021 menunjukkan bahwa PLS memiliki dampak positif terhadap minat konsumen pada deposito mudharabah dan musyarakah. Jika sistem pembagian keuntungan transparan, adil, dan sesuai dengan hukum Syariah, pelanggan cenderung tertarik.¹⁸ Oleh karena itu, pelanggan lebih tertarik pada deposito mudharabah ketika sistem pembagian keuntungan dan kerugian diimplementasikan dengan baik.

- b. Pengaruh Tingkat Kepercayaan (X2) terhadap Minat Kepercayaan nasabah bahwa bank akan mengelola uang mereka dengan cara yang dapat diandalkan, kompeten, dan sesuai syariah dikenal sebagai kepercayaan nasabah. Kepercayaan finansial dan kepercayaan spiritual

¹⁷ Antonio, "Bank Syariah_ Dari Teori Ke Praktik - Muhammad Syafi'i Antonio - Google Books." H. 36

¹⁸ Mamonto, "Pengaruh Profit and Loss Sharing Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Deposito Mudharbah & Musyarakah Di Kc Bank Syariah" h. 28

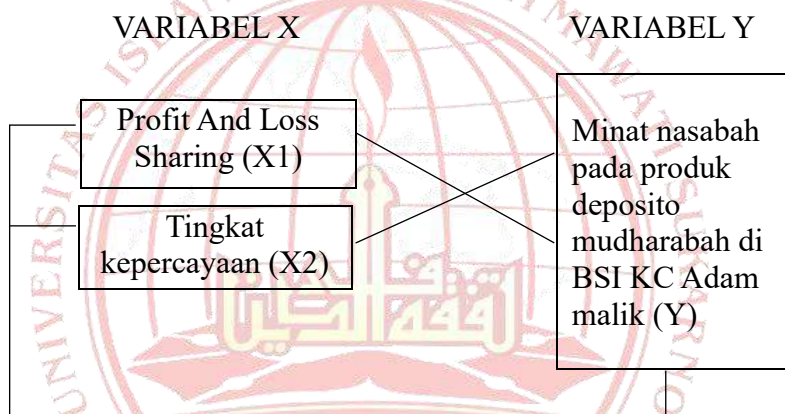
(kepatuhan syariah) adalah dua aspek kepercayaan dalam perbankan Islam.

- c. Mayer, Davis, dan Schoorman tahun 1995 menegaskan bahwa integritas, kompetensi, dan kasih sayang adalah tiga pilar yang menjadi dasar kepercayaan. Dalam hubungan antara bank dan nasabahnya, ketiga faktor ini sangat penting. Nasabah berminat membuka deposito ketika mereka percaya Bank jujur dan amanah¹⁹, Dana dikelola sesuai syariah, Laporan hasil usaha transparan, Bank memiliki reputasi baik. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan memiliki pengaruh kuat dalam meningkatkan minat nasabah pada deposito mudharabah.

¹⁹ Roger C. Mayer, James H. Davis, dan F. David Schoorman, "An Integrative Model of Organizational Trust," *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, 1995, h. 717–718

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Mekanisme pengaruh antara variabel Pembagian Laba dan Rugi (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), dan Minat Pelanggan (Y), menurut teori dan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, minat pelanggan dalam mengadopsi produk deposito mudharabah di BSI KC Adam Malik diperkirakan dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut, baik sebagian maupun bersama-sama.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berfungsi sebagai solusi sementara dalam merumuskan masalah penelitian, di mana kevalidan hipotesis tersebut akan ditentukan melalui pengumpulan dan analisis data. Penyusunan hipotesis penelitian berikut ini dapat dilakukan berdasarkan tinjauan teoritis serta kerangka konseptual yang telah ada sebelumnya:

- H1:** Di BSI KC Adam Malik, minat pelanggan terhadap produk deposito mudharabah dipengaruhi oleh pembagian laba rugi (PLS).
- H2:** Di BSI KC Adam Malik, minat pelanggan terhadap produk deposito mudharabah dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pelanggan.
- H3:** Di BSI KC Adam Malik, minat pelanggan terhadap produk deposito mudharabah dipengaruhi oleh pembagian laba rugi dan tingkat kepercayaan.