

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini, sehingga dapat memperbanyak hasil penelitian yang mendukung atau tidak mendukung penelitian untuk digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu dapat dilihat sebagai berikut:

1. Dewi Inayatul Sakinah (2018) dengan judul Pengaruh Pemahaman Agama Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Pt Bank Muammalat Tbk Cabang Kendari). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemahaman agama dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan pada bank Syariah PT Bank Muammalat Tbk Cabang Kendari. Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara angket kuisisioner dan dokumentasi. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus slovin, pengambilan sampel secara purposive sampling. Dalam menganalisis data penulis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman agama dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan Syariah, hal ini di dukung dari hasil uji parsial dan simultan.

2. Endang Novita Sari (2018) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bank Syariah Kota Kendari. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan mahasiswa prodi perbankan Syariah terhadap minat menabung di bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Teknik pengambilan sampel yaitu purpose sampling, instrument penelitian yang di gunakan adalah angket, dokumentasi dan observasi, Teknik analisis data menggunakan analisis statistic deskriptip dan analisis statistic frensial. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung adalah positif. Dari hasil penghitungan menggunakan uji t bahwa  $t_{hitung} 196.621 > t_{tabel} 1.995$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Homsatun (2017) dengn judul Pengaruh lokasi, Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan dan kualitas produk terhadap minat nasabah untuk menabung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan apa yang ingin di ketahui. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable independent (lokasi, pelayanan dan kualitas produk) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap variable

dependen (minat menabung), pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

4. Anas (2020) dengan judul Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Kendari-Bombana (Studi Kasus Nasabah yang Berdomisili di Kecamatan Rumbia Kabupaten Bombana). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikansi promosi, pelayanan dan produk terhadap minat menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Kendari-Bombana. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin. Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis data, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable independent (promosi, pelayanan dan produk) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (minat menjadi nasabah).
5. Feni Putriana Dewi (2019) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi produk dan pendapatan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan dan

perspsi produk berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan pendapatan dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

6. Wahyunita Nur (2017) dengan judul Pengaruh lokasi, Keberagaman Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Hypermaket Cabang Alaudin Makasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, keberagaman produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Giant Hypermaket Cabang Alaudin Makasar. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, adapun Teknik penentuan sampel menggunakan rumus slovin dengan tehknik non- probability sampling yaitu Teknik sampling incidental. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan realibilitas, asumsi klasik, dan uji Hipotesis dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwavariable independent lokasi, keragaman produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen minat beli konsumen pada Giant Hypermaket Alaudin Makasar.

## **2.2. Posisi Penelitian Saat Ini**

Adapun yang menjadi persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu:

1. Dewi Inayatul Sakinah (2018), pengaruh pemahaman agama dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah

(study kasus pada nasabah Pt Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari).

- a. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama memiliki dua variabel independen dan satu variabel dependen, serta metode penelitian kuantitatif dan teknik analisis data.
  - b. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel pemahaman agama dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan.
2. Endang Novita Sari (2018), pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bank Syariah Kota Kendari.
- a. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menggunakan Bank Syariah.
  - b. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yakni pada kalangan masyarakat sedangkan penelitian terdahulu pada mahasiswa prodi perbankan syariah.
3. Homsatun (2017), Pengaruh lokasi, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.
- a. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji variabel lokasi dan minat serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.



- b. Perbedaanya adalah penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel independen sedangkan penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen.
4. Anas (2020), pengaruh promosi, pelayanan dan produk terhadap minat menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Kendari-Bombana (studi kasus pada nasabah yang berdomisili di Kecamatan Rumbia Kabupaten Bombana).
  - a. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang minat menjadi nasabah serta metode penelitian yang di gunakan metode kuantitatif.
  - b. Perbedaanya terletak pada variabel promosi, pelayanan dan produk, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel literasi dan lokasi sebagai variabel independen.
5. Feni Putriana Dewi (2019), pengaruh pengetahuan, persepsi produk dan pendapatan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Kota Salatiga dengan religiusitas sebagai variabel moderating.
  - a. Persamaa penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang pengetahuan dan minat masyarakat menggunakan Bank Syariah serta menggunakan metode penelitian kuantitatif.
  - b. Perbedaanya yaitu penelitian ini menggunakan dua variabel independen sementara penelitian terdahulu menggunakan empat variabel independen.

6. Wahyunita Nur (2017), pengaruh lokasi, keberagaman produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Giant Hypermarket Cabang Alaudin Makasar.

- a. Persamaan penelitian ini yaitu pada variabel lokasi dan minat, serta metode penelitian kuantitatif.
- b. Perbedaan penelitian ini yaitu objek penelitian pada kalangan masyarakat sementara penelitian terdahulu pada konsumen Hypermarket, serta pada penggunaan variabel independen.

### **2.3. Kajian Teori**

#### **1. Teori Literasi**

##### **a. Pengertian Literasi**

Literasi adalah praktik kultural yang berkaitan dengan persoalan sosial dan politik maupun ekonomi. Menurut Kern(2000:21), literasi merupakan penggunaan praktik-praktik situasi sosial, historis, serta kultural dalam menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks. Literasi memerlukan setidaknya sebuah kepekaan yang tak hanya terucap tentang hubungan antara konveksi tekstual dan konteks penggunaannya, dan idealnya merupakan seperangkat kemampuan untuk berefleksi secara kritis tentang hubungan-hubungan tersebut, karena itulah literasi bersifat dinamis tidak statis, dan dapat bervariasi di antara komunitas dan wacana yang sedang berkembang saat itu, sehingga literasi memerlukan serangkaian kemampuan kognitif, pengetahuan bahasa tulis dan lisan, jenis pengetahuan, dan pengetahuan kultural. Mengang

literasi erat kaitanya dengan proses identifikasi, memahami, interpretasi, penciptaan, penyampaian dan penggunaan materi tercetak maupun non-cetak dalam mendukung proses pembelajaran sepanjang hayat.

Menurut Elizabeth Sulzby (1986:104), Literasi ialah kemampuan berbahasa yang dimiliki oleh seseorang dalam berkomunikasi “membaca, berbicara, menyimak dan menulis” dengan cara yang berbeda sesuai dengan tujuannya. Jika di definisikan secara singkat, definisi Literasi yaitu kemampuan menulis dan membaca. Menurut Harvey J. Graff (2006:63), literasi ialah suatu kemampuan dalam diri seseorang untuk menulis dan membaca. Sedangkan menurut kamus online Merriam-Webster, literasi ialah suatu kemampuan atau kualitas melek aksara di dalam diri seseorang dimana di dalamnya terdapat kemampuan membaca, menulis dan juga mengenali serta memahami ide-ide secara visual.

Masyarakat adalah kelompok orang yang memiliki hubungan antar individu melalui hubungan yang tetap, atau kelompok sosial yang besar yang berbagi wilayah dan subjek yang sama kepada otoritas dan budaya yang sama. Menurut Syaikh Taqyuddin An-Nabhani (1997:46), sekelompok manusia dapat dikatakan sebagai sebuah masyarakat apabila memiliki pemikiran, perasaan, serta sistem/ aturan yang sama. Dengan kesamaan-kesamaan tersebut, kemudian manusia berinteraksi sesama mereka berdasarkan kemaslahatan.



Menurut R. Linton (dalam Soejono Soekanto, 2006:22) seorang ahli antropologi mengemukakan bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama, sehingga mereka ini dapat mengorganisasikan dirinya berpikir tentang dirinya dalam satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu.

Ditinjau dari akibat perubahan dari perkembangan yang terjadi, menurut Mawardi dan Nurhidayat bentuk masyarakat dapat diklasifikasikan pada masyarakat tradisional dan masyarakat modern.

Masyarakat tradisional, sebagai bentuk dari kehidupan bersama, mempunyai keterkaitan yang sangat erat dengan lingkungan hidupnya, baik yang berupa manusia maupun yang berupa benda. Kehidupan masyarakat tradisional sangat tergantung pada manusia lain dan kondisi alamnya. Mata pencarian berpusat pada sektor pertanian dan nelayan.

Sedangkan masyarakat modern merupakan pola perubahan dari masyarakat tradisional yang telah mengalami kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu ukuran kemajuan dapat terlihat pada pola hidup dan kehidupannya. Bidang mata pencahariannya tidak bergantung pada sektor pertanian semata, tetapi merambat pada sektor lain seperti jasa dan perdagangan.

Menurut Abdul Syani (2007:30) masyarakat berasal dari kata masyarakat yang artinya bersama-sama. Kemudian berubah menjadi masyarakat yang artinya berkumpul bersama dengan saling

berhubungan dan saling mempengaruhi selanjutnya mendapatkan kesepakatan menjadi masyarakat.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dipahami bahwa literasi masyarakat adalah pengetahuan dari salah satu elemen yang dapat mempengaruhi berbagai hal dalam suatu kelompok sosial yang besar dalam berbagai wilayah dan subjek yang sama kepada otoritas dan budaya yang sama.

a. Jenis Jenis Literasi

1. Literasi Informasi, yaitu Literasi informasi merupakan serangkaian kemampuan yang dibutuhkan seseorang untuk menyadari kapan informasi dibutuhkan dan kemampuan untuk menempatkan, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang dibutuhkan secara efektif. Literasi informasi juga memiliki kemampuan untuk tahu kapan ada kebutuhan untuk informasi, untuk dapat mengidentifikasi, menemukan, mengevaluasi, dan secara efektif menggunakan informasi tersebut untuk isu atau masalah yang dihadapi.
2. Literasi Media, yaitu keahlian untuk menghasilkan, mendistribusikan, serta mengevaluasi isi koleksi pandang dengar (Audio Visual).
3. Literasi Global, yaitu pemahaman akan saling ketergantungan manusia didunia global, sehingga mampu berpartisipasi di dunia global dan berkolaborasi.
4. Literasi kompetensi sosial dan tanggung jawab lebih kepada pemahaman etika dan pemahaman terhadap keamanan dan

privasi dalam berinternet. Di tengah keberagaman bentuk dan jenis informasi, maka kita dituntut tidak hanya dapat membaca dan menulis bahan tertulis (dalam bentuk buku atau tercetak) saja, tetapi bentuk-bentuk lain seiring dengan perkembangan teknologi informasi.

5. Literasi Keuangan adalah pengetahuan atau kemampuan untuk mengelola keuangan. Menurut OJK literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan dan keterampilan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan baik.

Dari kelima jenis literasi di atas literasi keuangan yang dipilih oleh peneliti terkait dengan judul penelitian. Dalam literasi keuangan tersebut kemampuan seseorang yang dibutuhkan untuk menyadari bahwa kapan literasi keuangan dibutuhkan dan kemampuan untuk menempatkan secara efektif.

- b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi

- a. Faktor Internal

1. Usia

Dari Abu Ahmadi (2001:83) mengemukakan bahwa memang daya ingat seseorang itu salah satunya dipengaruhi oleh usia. Dari uraian ini maka dapat disimpulkan bahwa bertambahnya usia seseorang dapat berpengaruh pada penambahan pemahaman yang diperolehnya, akan tetapi pada usia-usia

tertentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pemahaman akan berkurang.

## 2. Pengalaman

Pengalaman merupakan sumber pemahaman, atau pengalaman itu suatu cara untuk memperoleh kebenaran. Oleh sebab itu pengalaman pribadi pun dapat digunakan sebagai upaya untuk memperoleh pemahaman.

## 3. Intelegensi

Intelegensi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi hasil dari proses belajar. Intelegensi bagi seseorang merupakan salah satu modal untuk berfikir dan mengolah berbagai informasi secara terarah sehingga ia mampu menguasai lingkungan.

### b. faktor eksternal

#### 1. Pendidikan

Menurut Wied Hary (1996:28) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pemahaman yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin baik juga pemahamannya.

#### 2. Pekerjaan

Memang secara tidak langsung pekerjaan turut andil dalam mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang, hal ini dikarenakan pekerjaan berhubungan erat dengan faktor interaksi social dan kebudayaan.

### 3. Sosial budaya dan Ekonomi

Menurut Lukman(2008:192) sosial budaya mempunyai pengaruh pada pemahaman seseorang. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan persediaan suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga akan mempengaruhi pemahaman seseorang.

### 4. Lingkungan

Lingkungan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemahaman seseorang. Dalam lingkungan seseorang akan memperoleh pengalaman yang akan berpengaruh pada cara berfikir seseorang.

### 5. Informasi

Menurut Wied Hary (1996:89) informasi akan memberikan pengaruh pada pemahaman seseorang. Meskipun seseorang memiliki pendidikan rendah tetapi jika ia mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media misalnya TV, radio, atau koran maka hal itu dapat meningkatkan pemahaman masyarakat.

Kedua faktor inilah yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian karna secara umum kedua faktor ini sangat berpengaruh serta keterkaitannya sangat besar sehingga sangat efektif untuk dijadikan sebuah acuan.

### c. Pengetahuan Produk

Vinna Sri Yuniarti (2015:130) membagi tiga jenis pengetahuan produk yaitu sebagai berikut:



- a. Pengetahuan atribut produk (atribut fisik, deskripsi ciri fisik produk, atribut abstrak deskripsi karakteristik subjektif produk).
- b. Pengetahuan manfaat produk:

1. Manfaat fungsional

Konsumen secara fisiologis merasakan manfaat ini. Contohnya minuman putih kemasan akan menghilangkan rasa haus.

2. Manfaat psikososial

Aspek psikososial (perasaan, emosi, dan mood) dan Aspek sosial (persepsi konsumen terhadap cara pandang orang lain terhadap dirinya), yang dirasakan konsumen setelah menggunakan suatu produk.

3. Manfaat tentang kepuasan yang di berikan produk bagi konsumen

- a. Manfaat yang dirasakan baik positif maupun negative

- b. Manfaat negative yang di rasakan konsumen sehingga timbul persepsi risiko.

Mowen dan Minor dalam Sumarwan (2014:13) membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga kategori:

1. Pengertian objektif (*objective knowledge*) informasi yang benar mengenai kelas produk yang di simpan melalui memori jangka panjang konsumen.

2. Pengertian subjektif (*subjective knowledge*) persepsi konsumen mengenai apa dan berapa banyak yang dia ketahui mengenai kelas produk.
3. Informasi mengenai pengetahuan lainnya.

Engel, Blakwell, dan Miniard dalam Sumarwan (2014:52) membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga macam:

1. Pengetahuan Produk

Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen seputar produk baik dari segi kategori, merk, fitur, dan atribut produk.

2. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan konsumen berkaitan dengan bagaimana konsumen tersebut menggunakan produk yang ia pilih.

3. Pengetahuan pemakaian

Produk yang telah di pilih konsumen akan lebih memberikan apabila digunakan dengan sebaik-baiknya. Maka setiap konsumen harus memiliki pengetahuan tentang pemakaian produk itu sendiri. Karena dengan memakai produk secara baik dan benar akan memberikan kepuasan penggunaanya begitu sebaliknya apabila konsumen tidak dapat memakai sebuah produk dengan benar maka akan muncul kekecewaan terhadap produk tersebut.

## **b. Teori Lokasi**

### **a. Pengertian Lokasi**

Menurut Tarigan (2006:56), teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial Order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Menurut Tjipono (2008:123), lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu di pertimbangkan, lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah asset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Teori lokasi adalah suatu teori yang dikembangkan untuk melihat dan memperhitungkan pola lokasional kegiatan ekonomi termasuk industri dengan cara yang konsisten dan logis, dan untuk melihat dan memperhitungkan bagaimana daerah-daerah kegiatan ekonomi itu saling berhubungan.

Teori lokasi biaya rendah yang dikembangkan oleh Weber(1909:64) berasumsikan bahwa permintaan adalah konstan dan tidak dipengaruhi oleh perusahaan yang berdekatan. Dengan

demikian, secara implisit teori ini juga mengasumsikan persaingan bebas tanpa ada kemungkinan timbulnya kekuatan monopoli yang ditawarkan oleh lokasi perusahaan lain. Namun demikian lokasi biaya minimum perlu menjamin keuntungan maksimum. Keuntungan dapat saja meningkat bila lokasi perusahaan yang bersangkutan pindah ke daerah konsentrasi permintaan sekalipun biaya bertambah. Gejala ini disebabkan oleh penjualan yang meningkat persatuan produk lebih rendah.

Beberapa unsur ketergantungan lokasi telah dikemukakan dalam teori Palander dan Hoover. Teori ketergantungan lokasi berpangkal tolak dari kesamaan biaya bagi semua perusahaan dan menjual produknya di pasar yang tersebar. Teori biaya minimum dan ketergantungan lokasi (*Theory Least Cost and Place Interdependence*) dikemukakan oleh Melvin Greenhut (1956:17) dalam bukunya *Plant Location in Theory and in Practice* dan *Microeconomics and The Space Economy*.

b. Penentuan secara umum letak lokasi suatu bank

Pemilihan lokasi pada dasarnya menentukan suatu tempat atau lokasi yang tepat untuk suatu bank, bank dengan tujuan tertentu yang memperhitungkan kelebihan dan kekurangan lokasi tersebut. Lokasi bank adalah suatu tempat dimana bank melakukan aktivitasnya. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah pertimbangan sebagai berikut (Kasmir, 2010:43)

1. Jenis bank yang dijalankan
  2. Dekat dengan keramaian
  3. Dekat tenaga kerja
  4. Tersedia sarana dan prasarana
  5. Dekat pemerintahan
  6. Di kawasan perkotaan
  7. Kemudahan untuk ekspansi
  8. Adat istiadat/ budaya/ sikap masyarakat
- c. Penentuan secara khusus letak lokasi suatu bank

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan palingbanyak faktor-faktor positif. Tanpa perencanaan lokasi yang tepat, bank dapat “tergelincir” ke dalam perangkat-perangkat yang merugikan. Ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan secara khusus letak lokasi suatu bank adalah pertimbangan sebagai berikut:

1. Faktor utama (primer) yaitu.
  - a. Dekat dengan pasar
  - b. Dekat dengan perumahan
  - c. Tempat ibadah yang banyak jamaahnya seperti mesjid raya utama, islamic center
  - d. Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
  - e. Terdapat fasilitas pengangkutan pada seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau bandara



- f. Tersedia saran dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya
  - g. Sikap masyarakat yang baik
2. Faktor pendukung (sekunder) antara lain.
- a. Biaya untuk investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah, atau pembangunan gedung
  - b. Prospek perkembangan harga tanah, gedung atau kemajuan dilokasi tersebut
  - c. Kemungkinan untuk perluasan lokasi
  - d. Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan
  - e. Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat
  - f. Dekat dengan kantor BI
- d. Penentuan lokasi kantor cabang pembantu

Pemilihan lokasi berada di posisi strategis pada suatu kota yang dapat memiliki akses cukup banyak kepada nasabah tergantung kepada segmen pasar yang akan dipilih. Menurut Rianto (2010:89) hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi kantor cabang pembantu adalah pertimbangan sebagai berikut:

1. Dekat dengan pasar

Keputusan pembukaan kantor cabang pembantu atau kas di wilayah yang dekat dengan pasar dapat dilakukan apabila terget pasar yang ingin di raih adalah para pedagang pasar tersebut. Misalnya agar dapat mempermudah proses transaksi bisnis mereka.

Ukuran pasar yang dijadikan pilihanpun biasanya adalah yang berukuran besar, Baik dalam hitungan jumlah transaksi maupun jumlah pengunjung. hal ini dilakukan agar para pedagang dapat semakin mudah dalam proses transaksi bisnisnya sehingga tidak perlu terlalu khawatir dengan uang tunai.

#### 2. Dekat dengan perumahan atau masyarakat

Apabila suatu perbankan memilih untuk dekat dengan perumahan adalah pada perbankan yang fokus kepada sektor ritel. Hal ini sebagai upaya mendekatkan diri bank kepada masyarakat. Sehingga tidak perlu kesulitan untuk mencari kantor cabang pembantu bank yang jauh apabila ingin bertransaksi.

#### 3. Dekat dengan kawasan industri dan pabrik

Hal ini bisa menjadi pertimbangan, apabila segmen yang akan dijadikan target pasar bagi bank adalah pabrik atau karyawan pabrik. Misalnya bank akan menawarkan fasilitas pembiayaan ekspor bagi pabrik yang beroperasi di kawasan industri, maka dengan dekat kepada kawasan industri atau pabrik dapat menjadi pertimbangan dalam membuka kantor di kawasan tersebut.

#### 4. Dekat dengan perkantoran

Pilihan ini dapat diambil jika target pasar yang akan diraih oleh bank adalah kantor serta karyawan kantor tersebut, sehingga dengan membuka kantor yang dekat dengan lokasi perkantoran atau bahkan di gedung perkantoran tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama. Misalkan salah satu bank syariah ingin menawarkan sistem pembayaran gaji karyawan secara otomatis (*payroll*) kepada

perusahaan, maka dengan membuka kantor di wilayah tersebut akan memberikan kemudahan baik kepada perusahaan maupun karyawan perusahaan tersebut dalam mengakses fasilitas perbankan.

#### 5. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

Jumlah pesaing yang telah membuka kantor perwakilan di suatu wilayah harus turut pula menjadi pertimbangan. Meskipun lokasi yang dipilih sangat strategis, tetapi jumlah pesaingnya banyak maka hal ini harus dipertimbangkan pula. Sebab perhitungan *market share* yang ingin di capai harus dapat dihitung secara tepat. Apabila sudah terlalu banyak pesaing maka akan mengurangi jumlah pendapatan bank. Apabila suatu daerah sudah terlalu padat, maka sebaiknya suatu bank tidak membuka kantor di daerah tersebut.

Tjipono (2002:92), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a) Akses, yaitu lokasi yang di lalui mudah di jangkau sarana transportasi Umum.
- b) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat di lihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c) Lalu lintas, yaitu menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu: banyak orang yang berlalu lalang, kepadatan dan kemacetan lalulintas bias juga menjadi hambatan.
- d) Tempat parkir yang luas, yaitu menyangkut kenyamanan dan keamanan.
- e) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

### c. Teori Minat

#### 1. Penegertian Minat

Minat adalah ketertarikan atau kecenderungan pada sesuatu yang merupakan sebuah aspek psikologis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, diartikan pula sebagai gairah atau keinginan. Sedangkan dalam Bahasa Inggris, minat sering disebut dengan kata-kata “interest” atau “passion”. Interest bermakna suatu perasaan ingin memperhatikan atau penasaran akan sesuatu hal, sedangkan passion sama maknanya dengan gairah atau suatu perasaan yang kuat atau antusiasisme terhadap suatu objek.

Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat (Ahmadi, 2009:98).Sedangkan Menurut Andi Mappiare (1997:107) ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut Muhibbin Syah menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan.Selain itu minat juga berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Slameto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.

Oleh sebab itu ada juga yang mengartikan minat adalah perasaan senang atau tidak senang terhadap suatu objek.

Dari beberapa definisi minat di atas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan, bahwa:

- a. minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu.
- b. Minat adalah kecenderungan jiwa terhadap sesuatu yang terdiri dari perasaan senang, perhatian, kesungguhan, adanya motif dan ketertarikan pada sesuatu yang kesemuanya berorientasi untuk mencapai suatu tujuan.
- c. Minat muncul setelah adanya pengetahuan tentang objek, dengan demikian minat di pandang sebagai suatu kesadaran terhadap suatu objek atas dasar adanya kebutuhan atau kemungkinan terpenuhinya kebutuhan.

Peneliti mengambil dari pengertian minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. (dari bukunya Abu Ahmadi “Psikologi Umum”) yang digunakan sebagai acuan indikator dalam penelitian ini.

## 2. Macam-Macam Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2004:16), minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan



timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif yaitu minat yang timbul adanya kebutuhan biologis atau jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat social yaitu minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik yaitu minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik yaitu minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu: a) *expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya, b) *manifest interest*, minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung, c) *tested interest*, minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan d) *inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distadarisasikan.

### 3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat

Minat berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal

itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat, Swastha dan Irawan (2001:50).

Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikasi yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

a. Kognisi (Gejala pengenalan) : proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dsb) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri (Artikata.com)Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal (Wardiana, 2004:22).

b. Konasi (kemauan) : yaitu salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan (Ahmadi, 1998:158).

c. Emosi : kecenderungan disini memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya (Wardiana, 2004:29).

Ferdinand (2000:26) menyatakan bahwa minat dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilakuseseorang yang memiliki preferensi utama pada produk

tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

#### **d. Definisi Nasabah**

Menurut Peraturan pemerintah No. 7/7/PBI/2005 nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi uang.

Nasabah terdapat dua yaitu nasabah debitur dan nasabah penyimpanan (Dendawijaya, 2001:108). Nasabah debitur yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah penyimpanan yaitu nasabah yang mendapatkan dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan.

Nasabah adalah orang yang paling penting dalam suatu bank. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank yang tergantung pada nasabah. Bank yang mampu membuat hati nasabah, yang akan diuntungkan dengan peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

### **e. Bank Syariah**

Bank syariah adalah Sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha kategori terlarang (haram). Perbankan Islam atau yang lebih dikenal di Indonesia sebagai perbankan syariah telah menjadi lokomotif terdepan bagi proyek ilmu ekonomi Islam dan Islamisasi ilmu ekonomi, yang telah dirintis mulai empat dekade yang lalu. Pengakuan dan penerimaan terhadap perbankan Islam dalam sistem keuangan global telah memberikan energi positif bagi para penggiat ekonomi Islam untuk melanjutkan upaya Islamisasi ilmu ekonomi dan juga institusi ekonominya.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam atau bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist (Antonio, 2001). Sedangkan Bank Indonesia (PBI 5/8/2003) mendefinisikan bank syariah ialah bank yang berasaskan antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transportasi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah serta memiliki fungsi sebagai manajemen investasi, menyediakan jasa-jasa keuangan, dan memberikan jasa-jasa sosial.

## 2.4. Grand Theory

### 1. Literasi (X1)

Menurut Krishna (2008:102), menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan). Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*miss management*) seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan. Keterbatasan Finansial dapat menyebabkan stress, dan rendahnya percaya diri. Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut dapat memaksimalkan nilai waktu luang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya. Indikator literasi sebagai berikut:

- a. Pengetahuan mengenai Riba dan hukumnya
- b. Pengetahuan mengenai produk-produk Bank Syariah
- c. Pengetahuan mengenai tata cara menabung di Bank Syaiah
- d. Seberapa jauh pengenalan masyarakat mengenai Bank Syariah

### 2. Lokasi (X2)

Swastha (2000:339) mendefinisikan lokasi adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Lokasi adalah tempat toko yang paling menguntungkan yang dapat di lihat dari jumlah rata rata khalayak



yang melewati toko itu setiap harinya, presentasi khalayak yang mampir ke toko. Presentasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian per penjualan (Kotler: 1997:257). Indikator lokasi menurut Hendra (2013:276) yaitu:

- a. Lokasi bank strategis
- b. Lokasi bank yang nyaman dan luas
- c. Lokasi bank dilalui banyak alat transportasi
- d. kesediaan lahan parkir

### **3. Minat (Y)**

Menurut Fure (2013:36) mengungkapkan Indikator minat sebagai berikut:

- a. Ketertarikan terhadap produk-produk yang di tawarkan
- b. Ketersediaan produk dan kemudahan pelayanan
- c. Terpenuhinya kebutuhan

### **2.5. Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 1996 : 67).

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2001 : 51) dalam Sudartik (2009 : 50)

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

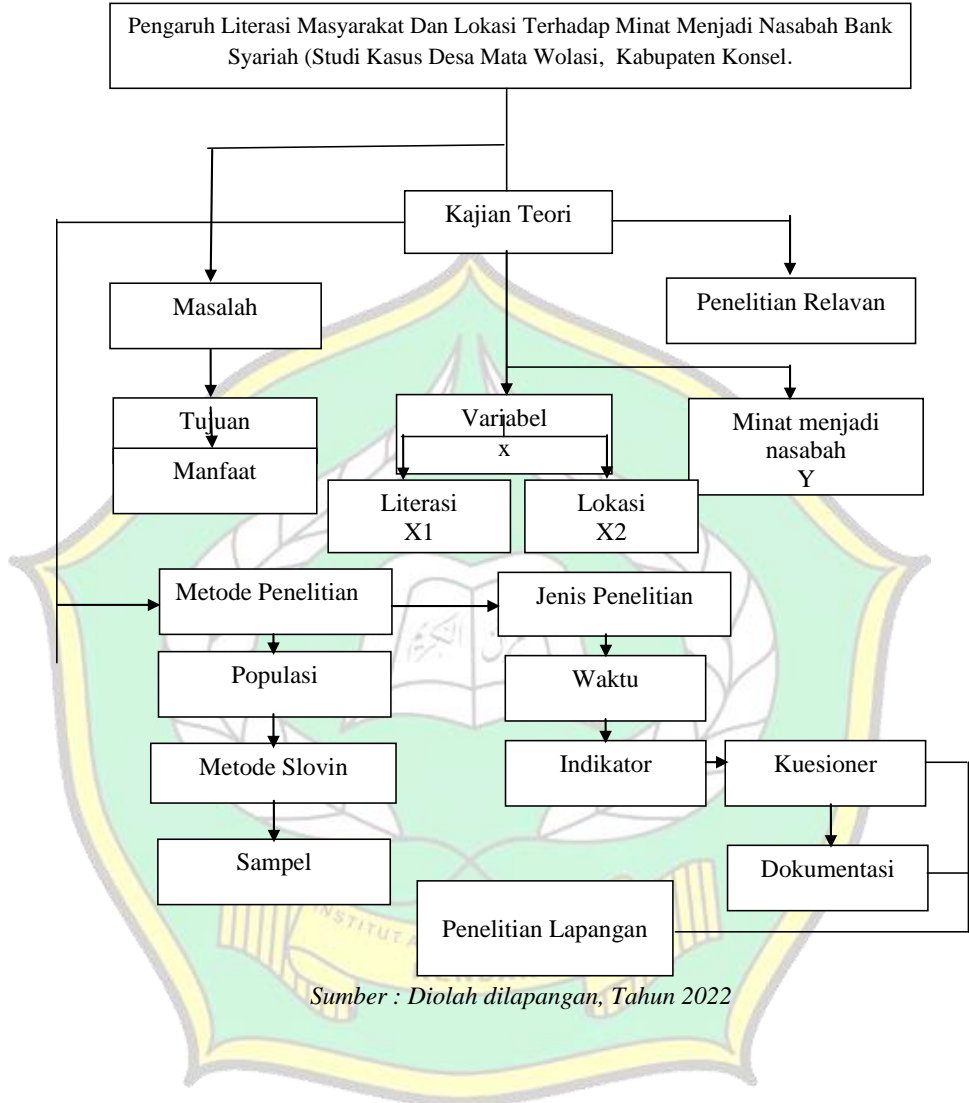
1.  $H_1$ : Ada Pengaruh Literasi Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.  
 $H_0$ : Tidak ada pengaruh Literasi Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.
2.  $H_2$  : Ada Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.  
 $H_0$ : Tidak ada Pengaruh Lokasi Terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah.
3.  $H_3$ : ada pengaruh literasi dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah Bank syariah.  
 $H_0$ : tidak ada pengaruh literasi dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah Bank syariah.

## 2.6. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sintesa dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran dapat disajikan dalam bentuk bagan, deskripsi kualitatif, dan atau gabungan keduanya. Abdul Hamid (Zainab, 2011 : 41).

Dari pemaparan landasan teori diatas maka dapat dikembangkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : Diolah dilapangan, Tahun 2022