BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Gender

Pembicaraan mengenai gender akhir-akhir ini semakin hangat dalam perbincangan mengenai kemajuan perkembangan kaum perempuan maupun posisi dan status perempuan dalam kesetaraan dengan kaum pria.

a. Pengertian Gender

Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin (*sex*), padahal gender berbeda dengan jenis kelamin. Gender sering juga dipahami sebagai pemberian dari Tuhan atau kodrat Ilahi, padahal gender tidak semata-mata demikian. Menurut John M. Echols dan Hassan Shadily, secara etimologis kata 'gender' berasal dari bahasa Inggris yang berarti jenis kelamin.[1] Sedangkan menurut Victoria Neufeldt, kata gender diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dalam hal nilai dan perilaku.[2]

Definisi lain tentang gender dikemukakan oleh Elaine Showalter. Menurutnya, 'gender' adalah pembedaan laki-laki dan perempuan dilihat dari konstruksi sosial budaya .[3] Lebih tegas lagi disebutkan dalam *Women's Studies Encyclopedia* bahwa gender adalah suatu konsep kultural yang dipakai untuk membedakan peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik

---

[1] John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 1983), 265.
[2] Victoria Neufeldt, (ed.), *Webster's New World Dictionary*, (New York: Webster's New World Clevenland, 1984), 561.
[3] Showalter Elaine, (ed.), *Speaking of Gender*..., 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat.[4] Gender merupakan ciri-ciri,

sifat, peran, tanggung jawab serta posisi perempuan dan laki-laki yang dibentuk (dikonstruksikan) secara social.[5]

Dari beberapa definisi tentang gender di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa gender adalah suatu sifat yang dijadikan dasar untuk mengidentifikasi perbedaan antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi kondisi sosial dan budaya, nilai dan perilaku, mentalitas dan emosi, serta faktor-faktor nonbiologis lainnya.

b. Perbedaan Gender dan Jenis Kelamin (*Sex*)

Gender berbeda dengan sex, meskipun secara etimologis artinya sama sama dengan *sex*, yaitu jenis kelamin.[6] Secara umum *sex* digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan dari segi anatomi biologis, sedang gender lebih banyak berkonsentrasi kepada aspek sosial, budaya, dan aspek-aspek nonbiologis lainnya. Kalau studi *sex* lebih menekankan kepada perkembangan aspek biologis dan komposisi kimia dalam tubuh seorang laki-laki dan seorang perempuan, maka studi gender lebih menekankan kepada perkembangan aspek maskulinitas dan femininitas seseorang. Berikut ini tabel perbedaan antara jenis kelamin (*sex*) dan gender[7]:

---

[4] Siti Musdah Mulia, *Islam Menggugat Poligami*..., 4.
[5] Ahmad Yani, *E-Book: Sebuah Panduan Praktis Dari Pengalaman Program ANCORS Manual Pengarusutamaan Gender (PUG)...*, 4.
[6] John M. Echols, dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*..., 517.
[7] Ahmad Yani, *E-Book: Sebuah Panduan Praktis Dari Pengalaman Program ANCORS Manual Pengarusutamaan Gender (PUG)*..., 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1
Perbedaan Jenis Kelamin dan Gender

JENIS KELAMIN	G E N D E R
Perbedaan organ biologis laki-laki dan perempuan khususnya pada bagian reproduksi.	Perbedaan peran, fungsi dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan sebagai hasil konstruksi social
- Ciptaan Tuhan - Bersifat Kodrat - Tidak dapat berubah - Tidak dapat ditukar - Berlaku kapan dan dimana saja	- Buatan manusia - Tidak bersifat Kodrat - Dapat berubah - Dapat ditukar - Tergantung waktu dan budaya setempat

Sumber: E-Book Sebuah Panduan Praktis Dari Pengalaman Program ANCORS Manual Pengarusutamaan Gender (PUG)

Pemahaman dan pembedaan antara konsep jenis kelamin (*sex*) dan gender seperti tersebut di atas sesungguhnya sangat diperlukan dalam melakukan kajian untuk memahami berbagai persoalan ketidakadilan dan diskriminasi yang menimpa kaum perempuan selama ini. Karena seperti dikatakan oleh Fakih (dalam Sutinah, 2004), bahwa berbagai ketidakadilan sosial yang menimpa kaum perempuan tersebut disebabkan karena adanya kaitan erat antara perbedaan gender (*gender differences*) dan ketidak adilan gender *(gender inequalities*) dengan struktur ketidak adilan masyarakat secara luas.[8] Dengan kata lain, persoalan *sosio-struktural* dalam bentuk kebijakan tetapi juga persoalan *sosio-cultural* (budaya) adalah yang paling banyak dianggap sebagai akar persoalan ketidak adilan dan diskriminasi terhadap kaum perempuan.

[8] Dwi Narwoko & Bagong Suyanto (ed). *Sosiologi: Teks Pengantar & Terapan*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 313-339.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Faktor Penentu Gender

Gender dapat berubah dalam kurun waktu, konteks wilayah dan budaya tertentu. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantaranya yaitu Sistem kepercayaan/ agama, ideology, budaya (adat istiadat, tradisi), Etnisitas, Golongan, Sistem politik, Sistem ekonomi, Sejarah serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.[9]

Gender mencakup antara laki-laki dan perempuan, yang dipengaruhi oleh bagaimana perempuan atau laki-laki diharuskan untuk berpikir dan bertindak sesuai dengan kebiasaan yang berlaku. Berikut ini pembedaan sifat, fungsi, ruang lingkup dan peran gender dalam masyarakat:

Tabel 2.2
Perbedaan Sifat, Fungsi, Ruang Lingkup dan Peran Gender

Jenis Kelamin (*Sex*)	**Laki-laki**	**Perempuan**
Sifat	Maskulin	Feminin
Fungsi	Produksi	Reproduksi
Ruang lingkup	Publik	Domestik
Tanggung jawab	Nafkah utama	Nafkah tambahan

Sumber: E-Book Sebuah Panduan Praktis Dari Pengalaman Program ANCORS Manual Pengarusutamaan Gender (PUG)

2. Kualitas Pelayanan

Usaha yang bergerak dibidang jasa sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang disuguhkan. Karena yang dijual oleh perusahaan jasa bukanlah barang, akan tetapi sebuah jasa yang dinilai dari kualitas pelayanan yang baik. Bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ujung tombak dari perusahaan jasa. Dengan kualitas pelayanan yang baik dapat mendatangkan

[9] Ahmad Yani, *E-Book: Sebuah Panduan Praktis Dari Pengalaman Program ANCORS Manual Pengarusutamaan Gender (PUG)*..., 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen yang lebih banyak, dan bagi pelanggan lama dapat meningkatkan loyalitas dan intensitas.

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto, kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, oleh karena kebutuhan manusia bersifat dinamis, yaitu kondisi yang berhubungan dengan barang, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau nasabah.[10]

Sedangkan menurut Sofyan, Kualitas adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai tujuan untuk apa barang atau hasil tersebut dimaksudkan atau dibutuhkan.[11]

Rismiati juga mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan yang bisa dinilai dari suatu merek dalam menjalankan fungsinya. Jadi bisa dikatakan bahwa kualitas adalah sebuah nilai yang ada pada barang ataupun jasa yang dihasilkan.

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan

---

[10] J. Supranto, *Pengukuran Tingkat KepuasanPelanggan*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2001), 2.
[11] Sofyan Assauri, *Manajemen Produksi dan operasi*, (Yogyakarta: BPFE, 1998), 205.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuatu dimana pelanggan/ nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.[12]

Sementara pelayanan menurut kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.[13]

Dengan kata lain, kualitas pelayanan dapat dikatakan suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Menurut Parasuraman,et., al, Kualitas pelayanan mengidentifikasikan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan presepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesuangguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

---

[12] Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), 15.
[13] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, Jilid I, (Jakarta: Erlangga, 2001), 83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.[14]

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Salah satu konsep kualitas layanan yang populer adalah ServQual (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk. Berdasarkan konsep ini, kualitas layanan diyakini memiliki lima indkator, yaitu *reliability, responsiviness, assurance, empathy, dan tangible.*[15]

1) Relibilitas (*Reliability*)

Dimensi *reliability* adalah dimensi yang mengukur kehandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.[16] Dimensi ini dianggap paling penting dari berbagai industri jasa.

2) Daya tanggap (*responsiviness*)

Yang dimaksudkan dengan *responsiviness* di sini adalah kemampuan provider untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan priorotas pelayanan, serta mengembangkan program-program pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.[17] Yang meliputi

---

[14] Atep Adya Barata, *Dasar–Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003), 36.
[15] Tony Sitinjak dkk, *Model Matriks Konsumen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), 9.
[16] Ibid., 9.
[17] Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta : P
ustaka Pelajar, 2005), 180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesiagapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.[18]

3) Jaminan (*assurance*)

Dimensi *assurance* adalah dimensi kualitas layanan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku frontline staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Berdasarkan riset, terdapat empat aspek dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan.[19]

4) Empati (*empathy*)

Dimensi empathy dapat dijelaskan dengan gambaran bahwa pelanggan dari kelompok menengah atas mempunyai harapan yang tinggi agar perusahaan penyedia jasa mengenal mereka, kebutuhan mereka secara spesifik, dan bila perlu mengetahui apa yang menjadi hobi dan karakter orang lainnya.[20] Dimensi empathy ini merupakan penggabungan dari dimensi :

a.) Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan

b.) Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.

---

[18] Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 38.
[19] Tony Sitinjak dkk, *Model Matriks Konsumen*..., 10.
[20] Ibid., 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c.) Pemahaman pada pelanggan (*Understanding the Customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.[21]

5) Bukti fisik (*tangibles*)

Karena suatu *service* tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan.

3. Intensitas Menabung

a. Pengertian Intensitas Menabung

Intensitas merupakan serapan dari bahasa Inggris *intensity* yang mempunyai arti maksut, hebat, lebih. Seseorang yang melakukan suatu tindakan tertentu pada kurun waktu tertentu pula bisa dikatakan mempunyai intensitas yang tetap. Artinya pada kurun waktu tersebut seseorang melakukan suatu usaha tindakan dengan kuantitas yang sama. Intensitas lebih menunjuk pada arti kuantitas karena menunjukkan jumlah volume tindakan yang dilakukan oleh seseorang.

Menurut Irawati, intensitas merupakan kuantitas suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan tindakan. Seseorang yang melakukan suatu usaha tertentu memiliki jumlah, pada pola tindakan dan perilaku yang sama, yang didalamnya adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuasan kebutuhannya.Sesuatu yang menyangkut tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu itu memiliki jumlah volume tindakan yang dikatakn

[21] Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*..., 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai memiliki intensitas. Kesimpulan yang dapat diambil dari keterangan diatas mengenai intensitas yakni, intensitas merupakan suatu tindakan yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu dan dititik beratkan pada kuantitas atau frekuensinya.

Badudu dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank,[22] atau menyimpan uang di bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang.

Dari beberapa beberapa pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa intensitas menabung yaitu suatu kualitas dan frekuensi tindakan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.

b. Indikator intensitas menabung

Untuk mengukur intensitas menabung nasabah, maka indikator yang digunakan diantaranya yaitu sebagai berikut:[23]

1) Kuantitas menabung

Kata kuantitas dalam kamus bahasa Indonesia diartikan sebagai ukuran banyaknya (benda, dsb); Jumlah (sesuatu). Sedangkan dalam hal menabung, kuantitas dapat diartikan dengan berapa banyaknya uang atau sesuatu yang akan ditabung oleh nasabah.

Untuk mengetahui ukuran besarnya kuantitas menabung nasabah pada penelitian ini, maka kategorinya yaitu[24] :

---

[22] J.S. Badudu dan S.M. Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*..., 139.
[23] J.S. Badudu dan S.M. Zain, Kamus Besar Bahasa Indonesia..., 139.
[24] Zamzami Umanansyah, *wawancara*, BSS UIN Sunan Ampel Surabaya, 05 September 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.3
Kategori Besarnya Kuantitas Menabung

Banyaknya Sampah	Kategori
>10 Kg	Sangat banyak
5-10 Kg	Banyak
1-5 Kg	Cukup banyak
<1 Kg	Tidak banyak

2) Frekuensi menabung

Frekuensi menabung didefinisikan sebagai banyaknya selang waktu yang digunakan seseorang/ nasabah dalam menabung.

Dalam penelitian ini, frekuensi dapat diartikan dengan sering atau tidaknya nasabah menabung di BSS. Kategori yang digunakan yaitu[25]:

Tabel 2.4
Kategori Frekuensi Menabung

Frekuensi	Kategori
Setiap hari	Selalu
1-6 kali dalam satu minggu	Sering
1-4 kali dalam satu bulan	Jarang
Kurang dari 1 kali dalam satu bulan	Sangat Jarang

4. Bank Sampah Syariah (BSS)

a. Pengertian Bank Sampah Syari'ah

Istilah bank telah menjadi istilah umum yang banyak dipakai di masyarakat dewasa ini. Kata Bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa Prancis, dan dari *banco* dalam bahasa italia, yang dapat berarti peti/ lemari atau bangku.[26] Konotasi kedua kata ini menjelaskan dua fungsi dasar yang ditunjukkan oleh bank komersial. Kata peti atau lemari menyiratkan

[25] Zamzami Umanansyah, *wawancara*, BSS UIN Sunan Ampel Surabaya, 05 September 2015
[26] Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti berlian, peti uang, dan sebagainya.

Sesuai dengan pengertian bank menurut UU. RI No. 10/ 1998 tentang perbankan, bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[27]

Sedangkan yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas BUS dan BPRS (Pasal 1 angka 7 UU Perbankan Syariah).[28]

Selanjutnya, menurut *World Health Organization* (WHO) yang dikutip oleh Dr. Chandra Budiman dalam bukunya. Definisi sampah adalah sesuatu yang tidak digunakan, tidak dipakai, tidak disenangi, atau sesuatu yang dibuang yang berasal dari kegiatan manusia dan tidak terjadi dengan sendirinya.[29]

Dari beberapa pengertian di atas, maka Bank Sampah Syariah dapat diartikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk sampah yang sudah terpilah dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah di setiap teknisnya

---

[27] Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*..., 1.
[28] Zubairi Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syari'ah: titik temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 5.
[29] Budiman Chandra, *Pengantar Kesehatan Lingkungan*..., 111.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Produk Bank Sampah Syariah

Bank Sampah Syariah memiliki beberapa produk sebagai berikut[30]:

1) Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana dalam penerapan di BSS adalah penghimpunan sampah. Artinya, nasabah membawa sampah seperti yang tertera dalam katalog, kemudian sampah tersebut dibeli dengan akad *ba'i* (jual-beli). Setelah dinominalkan, nasabah bisa memilih produk-produk penghimpunan dana sebagai berikut :

a) Tabungan sampah

Tabungan sampah adalah produk penghimpunan dana yang dikelola dengan akad *Wadhiah Yad Dhamanah*, dimana pihak bank mengimpun dana dari masyarakat yang bersifat titipan. Objek yang ditabung adalah sampah an-organik (kering) yang sudah dinominalkan dengan harga yang tertera pada katalog sampah BSS.

BSS mempunyai hak progratif untuk membagi *nisbah* ataupun tidak, dikarenakan akad yang digunakan adalah *Wadhiah Yad Dhamanah* atau titipan.

b) Deposito Sampah

Deposito sampah adalah produk penghimpunan dana yang dikelola dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh*, BSS mengimpun dana masyarakat yang berupa sampah yang sudah dinominalkan dengan harga yang tertera dalam katalog sampah BSS.

[30] Zamzami, Umanansyah, *Aplikasi Fungsi-Fungsi Manajemen di Bank Sampah Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*, Skripsi--Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, Surabaya, 2015, 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Penyaluran Dana

Pembiayaan *salam* merupakan produk penyaluran dana (*leanding)* yang dikelola dengan akad *salam* (pesanan). Artinya, BSS membeli barang dari nasabah (sampah an-organik) kemudian nasabah dapat mencicil atau mengangsur (sampah an-organik) tersebut. Adapun jumlah angsuran disesuaikan dengan jumlah pokok pembiayaan.

3) Pelayanan Jasa (*Ijaarah)*

Ijaarah adalah akad penyaluran dana untuk memindahkan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah),* antara lembaga BSS sebagai pemberi sewa (*mu'ajir*) dengan penyewa (*musta'jir*) tanpa diikuti pengalihan kepemilikan barang itu sendiri.[31]

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada beberapa penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.5
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Identitas Peneliti	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Zuni Nur Rahmah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Citra Perusahaan	Kuantitatif	1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, lokasi, dan citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih UJKS Tursina secara parsial.

[31] Andri Soemitra, MA, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 349.

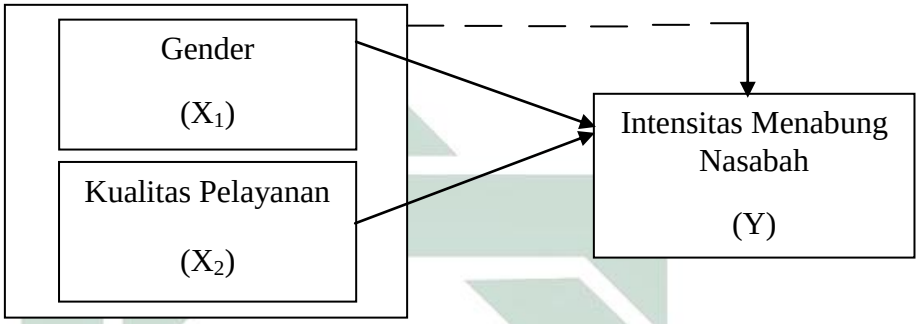
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Ampel Surabaya	terhadap Minat Beli Nasabah dalam Memilih Jasa UJKS Tursina		2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, lokasi, dan citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina secara simultan.
2.	M. Zainal Abidin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya	Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudārabah (Studi Kasus PT. BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya)	Kuantitatif	1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya. 2. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya. 3. Kualitas produk dan layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah pada BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya.
3.	Fahriah Tahar, Fakultas Ekonomi, Universitas Hassanuddin	Pengaruh Diskriminasi Gender dan Pengalaman Terhadap Profesionalitas Auditor	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskriminasi gender berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profesionalitas auditor, sedangkan pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap profesionalitas auditor.
4.	Syaiful Bahri, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya	Pengaruh Gender dan Kualitas Pelayanan terhadap Intensitas Menabung Nasabah di Bank Sampah Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya	Kuantitatif	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar berikut:



Bagan 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis

Keterangan :

→ : Pengaruh secara parsial

- - - → : Pengaruh secara simultan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id