BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Praktek sistem keuangan syariah telah dilakukan sejak zaman kejayaan Islam, bukan hanya berbicara mengenai larangan riba tetapi juga larangan penipuan, spekulasi, suap, transaksi yang barang haram, menimbun barang (*ihtikar*), dan larangan monopoli. Usulan yang muncul pertama kali adalah sistem kerjasama untuk membagi laba rugi/bagi hasil yang diperoleh dari kegiatan usaha. Tidak hanya melihat interaksi antara faktor produksi dan perilaku ekonomi tetapi juga harus menyeimbangkan unsur etika, moral, sosial dan dimensi keagamaan serta mengacu prinsip rela sama rela (*antaraddim minkum*), tidak ada pihak yang menzalimi dan dizalimi (*la tazhlimuna wa la tuzhlamun*), hasil usaha muncul bersama biaya (*al kharaj bi al dhaman*), dan untung muncul bersama resiko (*al ghunmu bi al ghurmi*).[1]

Penerapan sistem di atas seiring dengan berdirinya bank-bank syariah di Indonesia, antara lain Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, Bank BTN Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Jabar Syariah, dll.[2]

Regulasi yang mendukung Perbankan Syariah yaitu: UU No. 7 Tahun 1992 tentang istilah "bagi hasil" dalam sistem perbankan Indonesia, UU No. 10 Tahun 1998 tentang sistem perbankan di Indonesia terdiri atas bank umum konvesional

[1]Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah Di Indonesia, Jakarta:* Salemba Empat, 2015, hal.69.

[2]Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hal.27.

dan bank umum syariah (digunakan istilah dual banking) dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah.[3]

Bank Indonesia telah menyusun kebijakan pengembangan perbankan syariah di Indonesia untuk menjawab tantangan utama dan mencapai sasaran dalam waktu 10 tahun kedepan, menjadi pemain domestik yang memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf international. Dua diantara enam program konkret dari *grand strategy* pengembangan perbankan syariah yaitu: Program pengembangan produk berupa variasi produk yang beragam didukung keunikan *value*, jaringan kantor luas dan standar nama produk yang mudah dipahami, juga program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh: SDM yang kompeten, teknologi informasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa secara benar, jelas dengan tetap memenuhi prinsip syariah. Fase yang dilalui yaitu: fase I tahun 2008 membangun pemahaman perbankan syariah sebagai *Beyond Banking*, fase II tahun 2009 sebagai perbankan syariah paling atraktif di Asean, fase III tahun 2010 sebagai perbankan syariah terkemuka di Asean.[4]

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), market share bank syariah di Indonesia baru berkisar 5% dari total aset bank secara nasional. Hingga Oktober 2014, jumlah industri Bank Umum Syariah (BUS) tercatat sebanyak 12 bank, jumlah Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 22 bank, BPRS sebanyak 163 bank, dan jaringan kantor sebanyak 2.950. Adapun total aset khusus BUS dan UUS adalah Rp. 260,366 triliun, pembiayaan Rp. 196,491 triliun, dan penghimpunan DPK perbankan syariah sebesar Rp. 207,121 triliun.

---

[3]SutanRemy Sjahdeini, *Perbankan Syariah, produk-produk dan Aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2014. hal 31.

[4] Ibid. hal.102

Sayangnya, meskipun sudah lebih 20 tahun berkontribusi bagi perekonomian bangsa, pangsa pasar perbankan syariah masih berada dikisaran 5 persen. Sebagai perbandingan, pangsa pasar perbankan syariah Malaysia hingga saat ini sudah mencapai angka 40-50 persen. Sebagai negara berpenduduk mayoritas Muslim semestinya Indonesia bisa melebihi Malaysia dan menjadi global player. Dengan berbagai potensi yang dimiliki bangsa ini, tidak seharusnya kita pesimis untuk berkompetisi dengan negara-negara lain yang telah berlari cepat mendahului kita. Justru disinilah momentum bagi Indonesia untuk tetap optimis mengejar pangsa pasar dengan cara mengelola semua potensi secara maksimal.

Pada bulan Mei 2016, Islamic Financial Standard Board (IFSB) merilis data perkembangan keuangan syariah global dalam laporan "Islamic Financial Service Industry Stability Report 2016". Salah satu data yang dimuat adalah data market share atau pangsa pasar perbankan syariah di 31 negara. Terdapat dua negara yang memiliki market share perbankan syariah yang mencapai 100%, artinya ke dua negara tersebut telah 100% menerapkan sistem perbankan syariah tanpa bank konvensional.

Sebanyak 11 negara yang memiliki market share perbankan syariah di atas 10%, sedang 20 negara sisanya dibawah 10%. Indonesia berada di posisi berapa ? Berikut ini daftar *market share* perbankan syariah di 31 negara di dunia: 1. Iran (100%), 2. Sudan (100%), 3. Brunai (49%) 4. Saudi Arabia (49%), 4. Kuwait (38.9%), 6. Yemen (33%), 7. Qatar (26.1%), 8. Malaysia (23%), 9. Banglades (19.4%), 10. UEA (18.4%) dan 19. Indonesia (4,9%).[5]

[5] *Islamic Financial Service Bank (IFSB)* Tgl.22 september 2016.

Perkembangan perbankan Syariah dalam kurun waktu 5 tahun hanya naik 0,9%, sementara di negara tetangga yaitu Malaysia mengalami kenaikan dari 10 % menjadi 40% (terjadi kenaikan 30%). Jumlah asset bank Syariah diperiode tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 296 trilyun dan bank umum sudah mencapai 6.487 trilyun.[6]

Untuk bisa mencapai perkembangan perbankan syariah yang lebih tinggi perlu adanya gebrakan dari berbagai pihak untuk memaksimalkan potensi yang ada dengan program nyata.Setidaknya ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar (market share) perbankan syariah, Otoritas Jasa Keuangan telah menyusun roadmap perkembangan keuangan syariah hingga tahun 2019. Otoritas Jasa Keuangan sudah membuat roadmap perkembangan keuangan syariah hingga tahun 2019.

Semua aturan sudah lengkap dituangkan dalam roadmap keuangan syariah baik bank, pasar modal dan Industri Keuangan Non Bank (IKNB). Di dalam roadmap itu setiap tahun ada agenda-agenda yang akan dikerjakan, antara lain:

Pertama, komitmen pemerintah. Dalam pengembangan perbankan syariah pemerintah tidak bisa lepas tangan. Dukungan dari pemerintah sangat dibutuhkan agar industri perbankan syariah negeri ini pertumbuhannya semakin cepat dan tidak stagnan. Indonesia perlu mencontoh Malaysia di mana intervensi pemerintah di sana cukup besar. Berkat dukungan pemerintah, kini Malaysia cukup diperhitungkan dalam percaturan keuangan syariah di tingkat global.

Karena itu, kita menaruh harapan yang sangat besar kepeda pemerintahan untuk lebih serius membangun dan memajukan industri perbankan syariah ke depan. Komitmen tersebut bukan hanya sekadar retorika saja, tetapi harus diikuti

[6] Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, Agustus 2016.

dengan langkah nyata. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah mendirikan bank syariah BUMN dan memperkuat permodalan terutama bagi bank syariah yang modalnya masih minim. Pendirian bank syariah BUMN bisa dilakukan dengan cara mendirikan bank baru BUMN syariah atau dengan mengkonversi bank BUMN menjadi bank syariah.

Kedua, perbaikan kualitas SDM. Masa depan industri perbankan syariah sangat bergantung pada pemenuhan SDM, baik secara kualitas maupun kuantitas. Fakta di lapangan menyebutkan, setiap tahunnya industri perbankan syariah membutuhkan SDM kurang lebih 11.000 sementara lembaga pendidikan saat ini hanya mampu memasok SDM sekitar 3.750 per tahun. Di sini terjadi ketimpangan antara permintaan pasar dengan SDM yang tersedia.

Akhirnya, untuk memenuhi SDM sebesar 11.000 itu dilakukan secara instan dengan cara memberikan pelatihan singkat kepada SDM konvensional dan kemudian disalurkan ke industri perbankan syariah. Untuk mencetak SDM yang berkualitas tentu diperlukan dukungan dari dunia pendidikan untuk membuka lebih banyak lagi program atau jurusan ekonomi dan perbankan syariah sehingga ketimpangan SDM ini dapat teratasi.

Ketiga, meningkatkan pelayanan. Pelayanan prima perbankan syariah perlu ditingkatkan lagi untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat luas sehingga pada gilirannya mampu memengaruhi masyarakat lain untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Layanan prima (service excellence) ini dapat dilakukan dengan menyediakan lebih banyak lagi layanan ATM, internet banking, dan memperluas jaringan kantor sehingga dapat dijangkau masyarakat dengan mudah.

Keempat, sosialisasi dan edukasi. Keengganan masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah salah satu penyebabnya adalah karena minimnya pengetahuan mereka tentang keuangan syariah. Untuk meningkatkan pengetahuan tersebut, dibutuhkan sosialisasi dan edukasi secara maksimal dan berkesinambungan. Hal demikian senada dengan pendapat Ketua OJK Muliaman D Hadad ketika memberikan pengantar buku Dua Dekade Keuangan Syariah, karya Anif Punto Utomo dkk. Menurutnya, perlu sosialisasi yang lebih gencar dan dilakukan terus-menerus agar awareness masyarakat terbangun secara kuat.

Banyak pihak yang bisa berperan dalam program ini. Misalnya, melibatkan ulama dan pesantrennya, organisasi kemasyarakatan seperti Nahdlatul Ulma (NU) Muhammadiyah, dan organisasi-organisasi yang concern mempromosikan ekonomi syariah seperti Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES), Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo), dan Forum Silaturrahmi Studi Ekonomi Islam (Fossei). Keterlibatan civitas akademika, ulama, pesantren dan berbagai organisasi dalam memperkenalkan ekonomi syariah kepada masyarakat menjadi sebuah keharusan guna mendorong perkembangan ekonomi syariah agar menjadi lebih besar.

Saat ini persaingan yang sangat ketat dan kompetitif, pelayanan bank kepada nasabah tidak cukup hanya sekedar memuaskan dan memberikan pelayanan terbaiknya (*service exellent*) atau sekedar sesuai harapan nasabah, namun harus memberikan pelayanan yang berkesan. Tujuannya adalah agar mampu mempertahankan nasabah yang telah ada dan meraih nasabah baru yang potensial, selain menjaga citra yang baik dan positif dimata masyarakat. Untuk itu harus didukung oleh SDM yang kompeten, handal, jujur, memahami dan menguasai

produk *knowledge*, memahami tugas wewenang dan tanggung jawab, memahami cara menangani dan menyelesaikan keluhan dan permasalahan nasabah.[7]

Beberapa penelitian yang juga melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada bank syariah dilakukan antara lain oleh Vivieta Ary Yatie (2015) dengan judul penelitian Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung: Studi kasus bank syariah di Surabaya, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk bank berpengaruh tidak signifikan positif terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung, pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung.[8]

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dwi Ari Susanto, dkk dengan judul pengaruh produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Bina Umat Sejahtera kecamatan Lasem Semarang, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tabungan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menabung (Y) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisein determinasi (KD) yaitu sebesar 22,1%. Artinya bahwa produk tabungan memberi pengaruh sebesar 22,1% terhadap keputusan menabung. Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menabung (Y) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisein determinasi (KD) yaitu sebesar 30,9%. Artinya bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh sebesar 30,9% terhadap keputusan menabung. Variabel produk tabungan, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan menabung sehingga hipotesis diterima. Nilai

---

[7]Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, hal.2.

[8]Vivieta Ary Yatie, Tesis, *Analisis factor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung: Studi kasus bank syariah di Surabaya*, 2015.

Koefisien Determinasi (KD) sebesar 38,9% menunjukkan bahwa produk tabungan, dan kualitas pelayanan member pengaruh sebesar 38,9% terhadap keputusan menabung.[9]

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab dengan judul Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah, diperoleh hasil bahwa dari uji F menunjukan bahwa nilai signifikasi adalah sebesar 0,000 atau nilainya dibawah 0,05. Artinya variable tingkat bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah.[10]

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andrian Nalendra dengan judul kesenjangan harapan antara nasabah dan manajemen terhadap penyampaian informasi keuangan dan non keuangan di bank syariah Semarang dengan hasil dari penelitian ini adalah: terdapat kesenjangan harapan antara nasabah dan menajemen terhadap atribut non keuangan bank syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua informasi non keuangan bank syariah dapat disampaikan kepada nasabah. Di lain pihak, nasabah membutuhkan informasi non keuangan untuk menilai bagaimana kualitas penerapan prinsip syariah dan kualitas pelayanan bank karena hal tersebut merupakan alasan utama menabung di bank syariah.[11]

Untuk menjaring nasabah yang bersedia menanamkan atau memanfaatkan dana di bank syariah ternyata tidak mudah. Walau menurut berbagai laporan bahwa peningkatan nasabah bank syariah terus mengalami peningkatan namun jumlah tersebut masih jauh dari harapan mengingat mayoritas penduduk Indonesia

---

[9]Muhammad Dwi Ari Susanto, Jurnal, *Pengaruh produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Bina Ummat sejahtera kecamatan Kasem Semarang,* 2012.

[10]Wirdayani Wahab, Jurnal, *Pengaruh tingkat Bagi Hasil terhadap minat menabung di Bank syariah,* STIE Mahaputra Riau, 2016.

[11]Andrian Nalendra, Study empiris, *Kesenjangan Harapan Antara Nasabah Dan Manajemen Terhadap Penyampaian Informasi Keuangan dan Non Keuangan Bank Syariah di Semarang,* 2012.

beragama Islam. Untuk itu para pengelola bank syariah di tanah air mestinya tidak cepat puas diri dengan data-data yang menunjukkan peningkatan karena tidak sedikit pelayanan terhadap calon nasabah atau nasabah bank syariah jauh dari memuaskan.[12]

Berdasarkan hasil penelitian, tesis maupun jurnal di atas belum tentu sama dengan yang terjadi di bank-bank syariah khususnya di bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang Banten, untuk itu peneliti memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang didasarkan pada :

1. Tempat bekerja sehingga dapat diperoleh data yang *uptodate* dengan biaya yang *efisien*, sebagai salah satu Bank Syariah yang sudah dikenal masyarakat luas dan banyak mendapatkan beberapa award antara lain:

   Predikat sangat bagus atas kinerja keuangan 2011-2015, *The Most Improved Islamic Bank* 2016 pada *Global Islamic Finance Awards* kategori sharia banking Indonesia *service quality award* 2016, kategori tabungan syariah Indonesia *Digital Popular Brand Award* 2016, predikat sangat bagus atas kinerja keuangan tahun 2015 dari Infobank *Awards* 2016.
2. Banyaknya fasilitas yang tersedia antara lain: *Online* diseluruh cabang/Kantor Cabang Pembantu, *e-Banking*, *phone banking*, *Internet Banki*ng, ATM, BNI *Direck*, dll.[13]

   Perilaku nasabah untuk menggunakan produk bank banyak dipengaruhi oleh faktor: lingkungan, organisasi, antar individu, dan individu. Setelah itu nasabah menjalani proses keputusan pembelian (*buying decision proces*), berupa tahap: *problem recognition* (pengenalan masalah), *general need description* (gambaran kebutuhan umum, *product specification*

[12]http://ekoindarwanto.blogspot.co.id. Tanggal 20-02-2017 pukul 20..00 WIB.
[13]www.bnisyariah.co.id,didouwnload tanggal 06-02-2017 pukul 9.00 WIB.

(spesifikasi produk), *supplier search* (mencari pemasar), *proposal solicitation* (permohonal proposal), *supplier selection* (pemilihan pemasar), *order-routine specification* (spesifikasi pemesanan rutin), *performance review* (penilain kinerja), akhirnya keluarlah keputusan pembelian nasabah berupa: *product choice, dealer choice, product amount, purchase timing.*[14]

Peneliti merasa tertarik untuk meneliti secara mendalam dengan judul "*Pengaruh Faktor Bagi Hasil Produk Syariah dan Proses Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang*".

B. Batasan Masalah

Uraian pada latar belakang masalah di atas masih luas sehingga dibutuhkan pembatasan masalah, yaitu:

1. Variabel dalam penelitian ini dibatasi pada dua variabel bebas: faktor bagi hasil produk syariah (X1) dan proses layanan (X2). Satu variabel terikat keputusan masyarakat menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang (Y).
2. Lokasi penelitian dibatasi di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.
3. Obyek penelitian masyarakat yang menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.
4. Pembatasan kriteria nasabah: gender, usia, pekerjaan, pendidikan, lamanya menjadi nasabah, penelitian dilaksanakan di tahun 2017.

[14] Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, hal.310.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan secara spesifik sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh bagi hasil produk syariah dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang terhadap keputusan masyarakat untuk menabung?
2. Bagaimana pengaruh proses layanan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang terhadap keputusan nasabah untuk menabung?
3. Bagaimana pengaruh bagi hasil produk syariah dan proses layanan secara bersama-sama terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang?

D. Hipotesis Penelitian

1. H1: Bagi hasil produk syariah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.
2. H2: Proses pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.
3. H3: Bagi hasil produk syariah dan proses layanan bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.

E. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pengaruh bagi hasil produk syariah dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang terhadap keputusan nasabah untuk menabung.
2. Mendeskripsikan pengaruh proses layanan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

3. Mendeskripsikan pengaruh bagi hasil produk syariah dan proses layanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.

F. Kegunaan hasil penelitian

1. Bagi Kampus UIN Banten, sebagai pengembangan keilmuan khususnya di fakultas ekonomi Syariah dan pasca sarjana ekonomi Syariah.
2. Bagi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang, semoga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan peningkatan kinerja operasional dan pelayanan kepada nasabah secara lebih baik.
3. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan keilmuan tentang minat nasabah dalam memutuskan menabung di bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.
4. Bagi masyarakat, bertambahnya wawasan masyarakat tentang minat nasabah dalam memutuskan menabung bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.
5. Bagi peneliti, sebagai sumber informasi penelitian-penelitian yang akan datang serta memberikan kontribusi keilmuan kepada semua civitas akademik dalam bidang Perbankan khususnya.

G. Kerangka Teori

1. Pengaruh Bagi Hasil produk syariah terhadap Keputusan Menabung

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (Mudharib). Makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian

hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah. Bagi Hasil secara positif mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah karena nasabah yakin makin tinggi nisbah makin besar keuntungannya dan bank bisa mengoptimalkan bagi hasil untuk tidak merugikan nasabah.

Secara garis besar produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi 3 yaitu Produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, & produk jasa. Ketiga jenis produk tersebut didasarkan pada pendekatan hukum Islam yang tidak hanya harus ditaati kepada ummat Islam, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga akan membawa manfaat yang besar bagi masyarakat, khususnya masyarakat Islam.

Dengan demikian, jika produk syariah dipahami secara baik oleh masyarakat dan telah dirasakan mafaatnya maka akan berpengaruh pada keputusan nasabah dalam menabung di bank-bank syariah.

2. Pengaruh Proses Layanan terhadap Keputusan Masyarakat Menabung.

Kunci kemenangan bank dalam persaingan industri perbankan adalah kualitas pelayanannya dimana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank. Yang menjadi indikator dalam kualitas pelayanan adalah bukti langsung (*tangible*s), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphathy*). Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan konsumen kecewa. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan akan membeli produk atau jasa kembali atau tidak.

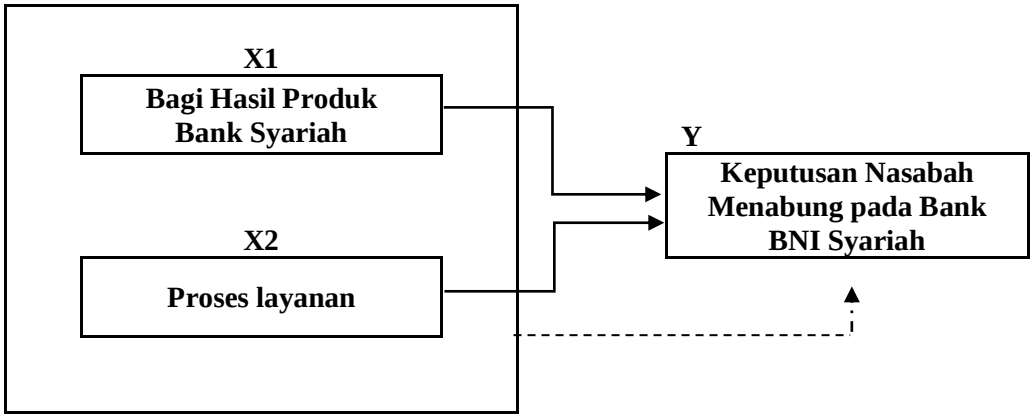
3. Pengaruh Bagi Hasil Produk Syariah dan Proses Layanan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menabung.

Hasil kajian para ahli bahwa sistem bagi hasil mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, begitu juga produk syariah. Dengan demikian jika pemahaman dan pengalaman masyarakat tentang sistem bagi hasil dan produk syariah sangat baik maka akan semakin memperkuat keputusan masyarakat untuk menabung ke bank BNI Syariah.

Produk perbangkan syariah dan layanan yang baik karyawan bank syariah secara teoritik telah teruji memiliki dampak yang positif bagi keputusan nasabah dalam menabung di BNI Syariah. Dengan demikian jika kedua variabel tersebut saling menguatkan, maka berdampak sangat baik bagi peningkatan kualitas dan keputusan masyarakat sebagai nasabah di bank Syariah. Kedua variabel tersebut jika dikembangkan secara baik, maka akan memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk memiliki keputusan sebagai nasabah pada bank BNI Syariah.

Dengan demikian, baik sendiri-sendiri maupun bersamaan sistem bagi hasil produk syariah dan proses layanan akan berdampak bagi keputusan nasabah untuk menabung di bank BNI Syariah.

Gambar 1.1 Skema kerangka Teori



Keterangan:

Y = Variabel terikat ⟶ : Garis Regresi Sederhana

X_1 = Variabel bebas 1 - - - - - ▸ : Garis Regresi Berganda

X_2 = variabel bebas 2

Dalam rangka pengembangan pasar perbankan syariah, bank Indonesia telah mengembangkan *Grand Strategy* sebagai strategi *komprehensif* pengembangan pasar yang meliputi aspek-aspek, yaitu:

a. Penetapan visi tahun 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di Asean.
b. Pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal.
c. Penetapan pasar lebih akurat.
d. Pengembangan produk yang lebih beragam.
e. Peningkatan layanan.

Strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih sekedar bank " *Beyond Banking* ".[15]

Dalam jangka pendek salah satu strategi pemasaran bank adalah meningkatkan jumlah penabung baru, sedangkan dalam jangka panjang berupa menanamkan kepercayaan masyarakat terhadap bank dan menjaga reputasi baik bank. Saat ini banyak sekali tawaran produk bank lengkap dengan fiturnya ditawarkan oleh berbagai bank baik umum maupun Bank syariah dan calon nasabah pun sudah pandai memilih.

[15] Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan syariah: produk-produk dan aspek-aspek hukunya*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014,hal.100

H. Metodologi

1. Jenis Metode Penelitian.

Jenis penelitian dapat dikelompokkan menurut : Bidang (Akademis, Profesional, Institusional), Tujuan (Murni, Terapan), Metode (*Survey, Expostfacto, Eksperimen, Naturalistik, Policy Research, Action Researc, Evaluasi, Sejarah, Research & Development)*, Tingkat Ekplanasi (*Deskriptif, Komparatif, Asosiatif*), Waktu (*Cross Sectional, Longitudinal*).[16]

Sedangkan metode penelitian yang dipergunakan oleh peneliti yaitu:

a. *Kualitatif*, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah (lawanya eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowboal*, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian menekankan makna daripada generalisasi. Merupakan penelitian yang diarahkan untuk pencapaian tujuan memperoleh penjelasan yang luas, tentang fenomena yang ditetapkan sebagai obyek penelitian dan banyak menggunakan berpikir deduktif.

b. *Kuantitatif*, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (realitas/gejala/fenomena yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, dan terukur), digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang representatif, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, proses penelitian bersifat deduktif,

[16]Rully Indrawan, Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, Baundung: PT Refika Aditama, 2016, hal.29

dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis.

Metode kuantitatif yang menggunakan angka-angka dan statistik, juga dinamakan metode tradisional karena sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian, juga sebagai metode ilmiah karena konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis, serta metode *discovery* karena ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru.[17]

Rumusan masalah penelitian, sebagai hilir dari latar belakang penelitian adalah indentifikasi masalah, selanjutnya perlu dirumuskan/ dibatasi, pada dasarnya adalah upaya peneliti untuk mengurai atau mengembangkan permasalahan ke arah yang lebih bisa terukur dan dapat diuji, penyajiannya sebagai berikut:

a. Biasanya dalam bentuk kalimat tanya.
b. Sistematika masalah dibuat runtut dan jelas.
c. Menggunakan gaya tulisan *enumeratif*.[18]
d. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melaui pengumpulan data, bentuk masalah dikelompokkan dalam :
    a) *Deskriptif*, rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) atau mencari hubungan variabel itu (tidak membuat perbandingan) dengan variabel yang lain.
    b) *Komparatif*, penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda.

[17]Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015, hal.13
[18]Op.cit, hal.37

c) *Asosiatif*, penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Variabel penelitian adalah turunan konsep yang didalamnya mengandung data atau informasi bervariasi dan bersifat dinamis, fleksibel, fluktuatif, memiliki karakteristik mutu (baik atau buruk), banyaknya variabel dalam suatu model penelitian menunjukkan kompleksitas berfikir peneliti dalam melihat suatu persoalan. Pentingnya mengenali variabel dalam penelitian adalah untuk:

a) Menentukan *focus* kajian agar peneliti tetap konsisten pada tujuan dan focus penelitian.
b) Menemukan keterkaitan logis dengan variabel lain berdasarkan teori dan paradigma ilmu yang mendasari.
c) Merumuskan indikator, dimensi dan pilihan instrumen keilmuan.[19]

Dalam pengertian lain setiap gejala yang diamati segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulan, macam-macamnya:

d) Variabel bebas (*Independent variabel*) adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain atau variabel bebas/eksogen yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

[19]Rully Indrawan, Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, Baundung: PT Refika Aditama, 2016, hal.11

e) Variabel tak bebas (*Dependent variab*el) atau variabel *output/indogen*, kriteria, konsekuen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

f) Variabel Moderasi (*moderating variabel*), adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independent dengan dependent.

g) Variabel antara (*Intervening variabel*), variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independent dengan dependent menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati atau diukur, bersifat penyela/antara.

h) Variabel Kontrol (*control variabel*), variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel independent terhadap dependent tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti, biasanya digunakan untuk penelitian yang bersifat membandingkan. Dalam penelitian kualitatif variabel tidak dapat dipisahkan merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (holistic). Penelitian yang baik akan mengamati semua variabel diatas, dalam gejala sosial saling terkait secara simultan, namun karena keterbatasan dan berbagai hal peneliti menfokuskan pada beberapa variabel saja.[20]

Berdasarkan variabel akan menjadi konsep, yaitu sebuah ide hasil dari abstraksi berfikir suatu keadaan atau fakta yang menjadi kajian sebuah ilmu atau buah pikir yang dihasilkan dari proses keilmuan yang kemudian menjadi keyakinan.

[20] Op-cit, hal:61-63.

Relasi antar dua konsep atau lebih yang memiliki karakteristik logis, sistematis dan terukur akan menjadi sebuar teori, sehingga teori merupakan pemahaman utuh dan mendalam atas seperangkat kejadian yang berulang/ kesimpulan umum yang ditarik berdasarkan hal-hal khsusu (induksi).[21]

Landasan teori dibuat setelah rumusan masalah yaitu seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematik melaui spesifikasi hubungan antar variabel sehingga dapat berguna untuk menjelaskan/ meramalkan fenomena. Ada 3 teori yaitu:

a. Teori *Deduktif*, memberi keterangan dari suatu perkiraan atau pikiran spekulatif tertentu ke arah data yang akan diterangkan.
b. Teori *Induktif*, menerangkan dari data kearah teori.
c. Teori Fungsional, interaksi pengaruh antara data dan perkiraan teoritis, yaitu data mempengaruhi pembentukan teori kembali mempengaruhi data.

Kerangka berfikir yang baik, yaitu menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang kan diteliti, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Hipotesis disusun sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau sub masalah yang diajukan peneliti, yang dijabarkan dari landasan teori dan masih harus diuji kebenarannya, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dirumuskan dalam kalimat positif, dalam bentuk kalimat pernyataan, dalam perhitungan statistik yang diuji adalahhipotesis nol (Ho)/ pernyataan tidak adanya hubungan, pengaruh, atau

[21] Ibid, hal.11

perbedaan parameter dengan statistik dan lawannya adalah Ha. Hipotesis yang baik yaitu:

a. Merupakan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.
b. Dinyatakan dalam kalimat yang jelas sehingga tidak menimbulkan berbagai penafsiran.
c. Dapat diuji dengan data yang dikumpulkan dengan metode-metode ilmiah.
d. Tidak boleh dirumuskan dalam kalimat bertanya, menyeluruh, kalimat menyarankan, atau kalimat mengharapkan.[22]

2. Populasi dan Tekhnik Pengambilan Sampel

Populasi**,** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.Suatu populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Bukan pula sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek. Berdasarkan sifatnya, populasi dapat digolongkan menjadi populasi homogen (sumber data yang unsurnya memiliki sifat yang sama) dan populasi heterogen (memiliki keadaan yang berbeda sehingga perlu ditetapkan batas-batasnya, baik secara kualitatif dan kuantitatif).[23]

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang. Berdasarkan data yang diperoleh pihak Intern Bank BNI Syariah per 31 Desember 2016 diketahui jumlah nasabah tabungan mudharabah sebanyak 7.556 Nasabah.

(Sumber: Laporan Bulanan BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang)

---

[22]Riduan, *Teknik Menyusun Tesis*, Bandung:Alfabeta,2014, hal.159, hal.35
[23] Ibid. hal.54

Sampel, adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, oleh karena itu sampel harus betul-betul *representatif* (mewakili) seluruh populasi.[24]

Keuntungan menggunakan sampel antara lain: peneliti lebih efisien/ hemat uang, waktu dan tenaga, lebih teliti dan cermat dalam pengumpulan data.[25]

Teknik pengambilan samplingatau teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yan representatif dari populasi, dilakukan sedemikian rupa sehingga sampel yang benar-benar dapat mewakili dan menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dalam penelitian yang umum dilakukan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a. *Probability sampling*, adalah teknik untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, terdiri dari: *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, area (cluster*) sampling/ sampling menurut daerah.
b. *Non Probability sampling*, adalah teknik untuk tidak memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel meliputi: sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, *snowball* sampling.

Menentukan ukuran sampel, jumlah sampel diharapkan 100% mewakili populasi, semakin besar jumlah sampel mendekati jumlah populasi maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan begitu sebaliknya. Untuk Menentukan berapa jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian?

[24] Ibid. hal.118
[25] Opcit, hal.56

Jawabannya tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki yang tergantung juga pada sumber dana, waktu dan tenaga yang tersedia. Rumus yang digunakan antara lain:

Dikembangkan dari Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan: 1%, 5% dan 10% dengan rumusnya yaitu:

$$S = \frac{\lambda^2.N.P.Q}{d^2(N-1)+\lambda^2.P.Q}$$

Keterangan:

S = Sampel

λ^2 = dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

P = Q = 0,5 dan d = 0,05

Rumus dari Solvin :

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

Teknik pengumpulan data, dapat dilakukan dalam berbagai setting (setting alamiah), berbagai sumber data (sumber primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sumber sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain/ dokumen) dan berbagai cara meliputi:

a. Wawancara/interview digunakan jika ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit, yang perlu dipegang oleh peneliti adalah: bahwa responden adalah orang yang paling tahu tentang

dirinya sendiri, bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan peneliti kepadanya adalah sama. Dalam wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, melalui tatap muka atau menggunakan telepon.

b. Angket/kuesioner, digunakan jika responden jumlahnya besar dapat membaca dengan baik, dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, diberikan kepada responden langsung atau dikirim melalui pos atau email.
c. Pengamatan/observasi, digunakan jika obyek penelitian bersifat perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, responden kecil, menggunakan teknik wawancara dan kuesioner namun tidak terbatas pada komunikasi ke orangnya tetapi juga obyek alam.
d. Gabungan ketiganya, jika ingin mendapatkan data yang lengkap, akurat dan konsisten.[26]

Parameter/ skala pengukuran, dalam penyusunan instrumen penelitian harus dipahami jenis dan tipe skala/parameter pengukuran agar instrumen bisa diukur dn dipercaya serta reliabel/konsisten. Jenisnya ada empat yaitu:

a. Skala nominal, yang paling sederhana disusun menurut jenis atau fungsi bilangan hanya sebagai simbol untuk membedakan sebuah karakteristik. Angka yang tertera hanya label, tidak mempunyai ukuran.
b. Skala ordinal, didasarkan pada ranking diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang terendah atau sebaliknya.
c. Skala interval, menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama.

[26] Ibid, hal.193-203.

d. Skala ratio, pengukuran yang mempunyai nilai nol mutlak dan jarak yang sama.[27]

Dalam pengumpulan data, yang diperlukan adalah teknik mana yang paling tepat sehingga didapat data yang valid dan reliabel. Jika satu teknik dipandang mencukup, maka yang lain tidak perlu digunakan, dapat dilakukan dengan *setting* (alamiah/natural setting, dengan metode eksperimen, dengan berbagai responden, seminar, diskusi, dll), berbagai sumber (primer dan sekunder) dan berbagai cara (wawancara/ interview, kuesioner/angket, pengamatan/ observasi dan gabungan ketiganya). Dalam penelitian ini data dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer (sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data) dan data sekunder (tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen). Sedangkan pengambilan data berdasarkan tekniknya, yaitu:

a. Wawancara/*interview* adalah cara memperoleh informasi langsung dari sumbernya, peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti atau ingin mengetahul hal-hal dari responden yang lebih mendalam, yang perlu dipegang oleh peneliti, antara lain:
   a) Subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
   b) Apa yang dinyatakan subyek adalah benar dan dapat dipercaya.
   c) Interpretasi subyek adalah sama dengan yang dimaksud peneliti.
b. *Questionnaire*/angket, adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon sesuai pemintaan peneliti, dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, ada angket terbuka (tidak berstruktur), angket

[27]Rully Indrawan, Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, Baundung: PT Refika Aditama, 2016Rully, hal:81-85.

tertutup (bersrtuktur), checklist (suatu daftar yang berisi subjek/aspek yang akan diamati), yang perlu diperhatikan adalah: isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup terbuka - negatif positif, tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang dusah lupa, tidak mengarahkan, tidak panjang dan bertele-tele serta dibuat urut.

c. *Observation* ke objek/pengamatan adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan, ersifat spesifik tidak terbatas hanya melibatkan orang tetapi juga objek-objek alam yang lain.[28]

d. *Test*/tes adalah serangkaian pertanyaan untuk mengukur pengetahuan, intelegensi, kemampuan/bakat individu/kelompok.

e. Dokumentasi adalah cara memperoleh data melaui buku-buku, laporan kegiatan,film dokumenter, dan lain-lain.[29]

Sumber data yang dihimpun langsung oleh peneliti disebut sumber data primer, pengambilan data primer pada penelitian ini memiliki maksud untuk menggali informasi langsung dari responden. Data primer dalam penelitian ini meliputi karakteristik responden (usia, pekerjaan, gender, lamanya menjadi nasabah dan pemilik tabungan jenis mudharabah). Penarikan data ini dilakukan dengan metode angket/kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis berdasarkan jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan.[30]

Sedangkan apabila melalui tangan kedua disebut sumber data sekunder, pengambilan data sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan menggali informasi

---

[28]Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015, hal.194-204.

[29] Op.cit, hal:94-104

[30]Riduan, *Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2014,hal. 97

dari pihak intern Bank BNI Syariah. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan/profil perusahaan (sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, serta kegiatan perusahaan). Data ini didapat dengan metode wawancara. Yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode tanya jawab secara langsung dengan pemimpin di Instansi tersebut.[31]

3. Analisis Data

Uji hipotesis, dalam penelitian pendekatan kuantitatif, teknik analisis data untuk menjawab runusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan, antara lain:

a. Chi-kuadrat (X^2), digunakan untuk mengadakan/ mengestimate dari beberapa faktor atau mengevaluasi frekuensi yang diselidiki atau frekuensi hasil observasi (fo) dengan frekuensi yang diharapkan (fe) dari sampel apakah terdapat hubungan atau perbedaan yang sifnifikan atau tidak.
b. Korelasi Spearman Rank (rho)/korelasi berjenjang/korelasi berpangkat, untuk mengukur tingkat atau eratnya hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang berskala ordinal.
c. Korelasi pearson product moment (PPM), untuk mengetahui derajad hubungan antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent).
d. Korelasi Ganda, untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y).[32]

---

[31]opcit, hal.317.

[32]Rully Indrawan, Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, Baundung: PT Refika Aditama, 2016, hal:129-139

Analisis regresi liner adalah analisis untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen, juga diartikan suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang agar kesalahannya dapat diperkecil, dibedakan menjadi 2 yaitu:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independent dengan satu variabel dependen atau memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependent, bila nilai variabel independent di manipulasi/dirubah-rubah atau untuk meramalkan/ memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui.

$Y = a + bX$

Keterangan :

Y = Variabel dependent yang diprediksikan

a = Konstanta (Nilai Y apabila X= 0)

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independent.

X = Variabel independent yang mempunyai nilai tertentu.[33]

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel dependent dengan dua atau lebih variabel independent, digunakan juga untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent,

[33]Duwi Priyatno, *SPSS22*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014, hal.134.

jika dua atau lebih variabel independent sebagai faktor *prediktor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Perbedaan dengan regresi liner adalah bahwa regresi linier hanya menggunakan satu variable independent dalam satu model regresi. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Y= a + b1.X1 + b2.X2 + e

Keterangan:

Y= Variabel terikat/ keputusan menabung pada bank BNI Syariah

X_1= Variabel bebas/ Bagi hasil produk syariah

X2= Variabel bebas/ Proses layanan

E = Penambahan variabel bebas.[34]

4. Uji statistik (uji t)

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini.

Langkah-langkah dalam Uji t sebagai berikut:

a. Membuat Ha dan Ho dalam bentuk kalimat.
b. Membuat Ha dan Ho model startistik.
c. Mencari t hitung dengan rumor.

[34] Ibid, hal.148

d. Menetukan kriteria pengujian dengan cara menentukan trelebih dahulu taraf signifikansinya kemudian dicari t tabel dengan ketentuan dk = n-1 juga diketahui posisi pengujiannya.

e. Membandingkan t hitung dengan t tabel.

f. Membuat kesimpulan.[35]

Uji t juga digunakan untuk perbandingan dua variabel bebas, tujuannya untuk membandingkan/membedakan apakah kedua variable tersebut sama atau berbeda, gunanya untuk menguji kemampuan ganeralisasi (signifikansi hasil penelitian yang berupa perbandingan keadaan variabel dari dua rata-rata sampel.[36]

Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.

b. Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.[37]

5. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F (*Fisher Test*) atau dikenal dengan anova adalah tergolong analisis komparatif lebih dari dua variabel atau lebih dari dua rata-rata. Tujuannya untuk membandingkan lebih dari dua rata-rata, gunanya untuk menguji kemampuan

[35]Rully Indrawan, Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, Baundung: PT Refika Aditama, 2016, hal.159

[36]Riduan, *Teknik Menyusun Tesis*, Bandung:Alfabeta,2014, hal.159

[37]Ibid, hal.144

generalisasi artinya data sampel dapat dianggap mewakili populasi. Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variable bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama atau secara serempak/simultan berpengaruh terhadap variable terikat (Y). Langkah-langka uji F dengan asumsi bahwa data dipilih secara acak, berdistribusi normal dan variannya *homogeny*, yaitu:

a. Membuat Ha dan Ho dalam bentuk kalimat.
b. Membuat Ha dan Ho dalam bentuk statistik.
c. Membuat tabel penolong untuk menghitung angka statistic.
d. Mencari jumlah kuadrat antar group dengan rumus.
e. Mencari derajad kebebasan antar group dengan rumus.
f. Mencari kuadrat rerata antar group dengan rumor.
g. Mencari jumlah kuadrat dalam antar group.
h. Mencari derajad kebebasan dalam antar group dengan rumus.
i. Mencari kuadrat rerata dalam antar group dengan rumus.
j. Mencari F hitung.
k. Menentukan kaidah pengujian:
    a) Jika F hitung > F tabel, maka tolak Ho artinya signifikan.
    b) Jika F hitung < F tabel, maka terima Ho artinya tidak signifikan.
l. Mencari F tabel.[38]
m. Membanding F hitung dengan F tabel.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

(1) Jika F hitung < F-tabel, maka Ho ditolak.

(2) Jika F hitung > F-tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

[38]Riduan, *Teknik Menyusun Tesis*, Bandung:Alfabeta,2014, hal.166-168

Jika nilai signifikansi > 0, 05 maka signifikan.

Jika nilai signifikansi< 0, 05 maka tidak signifikan.[39]

I. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan tesis ini, penulis membagi kedalam lima bab, dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang meliputi: Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, Hipotesis, Sistematika Pembahasan.

BAB II : Membahas tentang kajian pustaka yang meliputi: Perilaku konsumen, Perilaku konsumen Islam, Produk Bank, Penelitian Terdahulu.

BAB III : Membahas tentang metode penelitian yang meliputi: Profile BNI Syariah, Tempat dan Waktu Penelitian, Metode Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Devinisi Operasional Variabel, Teknik Analisis Data.

BAB IV : Membahas hasil penelitian yang meliputi: Deskripsi Data, Hasil penelitian, Uji Asumsi Klasik, Pengujiani Hipotesis, Uji F, Uji Koefesien Korelasi (R), Uji Koefesien Determinasi, Keterbatasan Penelitian.

BAB V : Merupakan bab penutup yang meliputi: Kesimpulan, Implikasi Hasil Penelitian dan Saran. Berisi uraian mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban ringkas terhadap rumusan masalah yang diajukan pada bab I, II, III dan IV. Kemudian terdapat Implikasi hasil penelitian serta saran yang dibuat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dapat ditunjukan kepada pengambil kebijakan, pengguna hasil penelitian, ataupun penelitian berikutnya.

[39]Ibid, hal.127

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah seorang pelanggan yang membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh:

1. Faktor Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya (*subculture*), meliputi: kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Hampir seluruh kelompok manusia mengalami stratifikasi social yang memiliki beberapa karakteristik, yaitu:
   a. Orang-orang yang berada dalam masing-masing kelas cenderung mempunyai kemiripan dalam cara berpakaian, pola bicara dan preferensi rekreasional dibandingkan orang dari kelas social yang berbeda.
   b. Orang dianggap menduduki posisi lebih rendah atau lebih tinggi menurut kelas sosial.
   c. Kelompok variabel, misalnya: pekerjaan, penghasilan, kekayaan, pendidikan dan orientasi nilai.
   d. Kelas sosial seseorang dalam tangga kelas sosial dapat bergerak naik atau turun sepanjang hidup mereka.

nerek

dibanyak bidang, mencakup pakaian, peralatan rumah tangga, kegiatan santai dan mobil.

2. Faktor Sosial, meliputi:

a. Kelompok referensi, yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (Kelompok primer : keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja; kelompok sekunder: agama, professional, persatuan perdagangan) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.
b. Keluarga, merupakan organisasi yang paling penting dalam masyarakat yang terdiri dari keluarga orientasi (orang tua dan saudara kandung) dan keluarga prokreasi (pasangan dan anak-anak). Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian setaip hari adalah dari keluarga prokreasi.
c. Peran dan status sosial, peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang, setiap peran menyandang status.

3. Faktor Pribadi, meliputi:
   a. Usia dan tahap siklus hidup, usia sering berhubungan dengan selera makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi. Orang dewasa mengalami perjalanan atau transformasi sepanjang hidupnya. Juga mengalami kejadian dan transisi hidup yang penting seperti: pernikahan, kelahiran, sakit, pindah tempat, perceraian, perubahan karier, menjadi janda, dll yang akan memunculkan kebutuhan baru.
   b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi, pekerjaan mempengaruhi pola konsumsi. Terdapat perusahaan computer yang merancang beragam produk untuk manajer, insiyur, pengacara dan dokter. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi: penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan asset, hutang, pinjaman. Barang mewah seperti gucci, prada dan burberry rentan terhadap penurunan ekonomi.

c. Kepribadian dan konsep diri, adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan. Merek juga mempunyai kepribadian dan konsumen memilih merek yang kepribadiannya sesuai dengan mereka dan yang mempunyai kepribadian merek yang konsisten dengan konsep diri mereka sendiri.[40]

B. Perilaku Konsumen Islam

Perilaku konsumen Islam berdasarkan tuntunan Al-Quran dan Hadist perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang menintegrasikan keyakinan kepada kebenaran, berbeda dengan konsumen konvensional, seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi yaitu untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarga serta sebagian lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah. Dalam Islam memperhitungkan berkah atau tidaknya barang tersebut. Dalam Islam juga ada beberapa etika ketika seorang muslim berkonsumsi menurut Yusuf Qardhawi yaitu: (1) membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, (2) tidak melakukan kemubadziran, (3) menjauhi berutang, setiap muslim diperintahkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluarannya, (4) menjaga asset yang mapan dan pokok, serta (5) tidak hidup mewah dan boros. [41]

Bank syariah atau bank Islam adalah salah satu bentuk dari perbankan nasional yang menjalankan operasinya pada syariat Islam, diartikan pula setiap lembaga yang kegiatan usahanya dibidang keuangan dan didasarkan kepada syariat atau hukum Islam, seperti perbankan, reksadana, takaful, dan lain-lain.

---

[40] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2009, hal.166-172

[41] lppm.universitasazzahra.ac.id/*teori perilaku konsumen dalam perspektif ilmu ekonomi Islam*, diakses pada tanggal 26-03-2017 pukul 20:30 WIB

Bank syariah mulai digagas di Indonesia pada awal periode 1980-an, dan pengalaman membuktikan bahwa sistem perbankan syariah telah menjadi salah satu solusi untuk membantu perekonomian nasional dari krisis ekonomi dan moneter tahun 1998, terbukti mampu menjadi penyangga stabilitas system keuangan nasional.[42]

C. Produk Bank

Layanan bank umum berupa produk dan jasa yang dibagi menjadi 2 kategori, yaitu:

1. DPK (Dana Pihak Ketiga) dalam bentuk : tabungan, giro, deposito. Bentuk Simpanan dibedakan antra lain:

a. Transaksional

a) Simpanan Titipan/ *Wadiah*

1) Tabungan iB Hasanah (*Wadiah*)

2) TabunganKu iB

3) Tabungan iB Tunas Hasanah

4) Tabungan SimPel iB Hasanah

5) Tabungan iB Baitullah Hasanah

6) Giro iB Hasanah (*Wadiah*)

b) Simpanan Investasi/ *Mudharabah*

1) Tabungan iB Hasanah (*Mudharabah*)

2) Tabungan iB Prima Hasanah

3) Tabungan iB Bisnis Hasanah

4) Tabungan iB Dollar Hasanah

5) Giro iB Hasanah (*Mudharabah*)

---

[42] Muhamad Nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia,* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013. hal.19

b. Non Transaksional : Simpanan Investasi/ Mudharabah:

a) Tabungan iB Tapenas Hasanah

b) Deposito iB Hasanah

Rekening	**Nisbah Nasabah**	**Bank**
Giro iB Hasanah	3%	97%
Tabungan iB Hasanah	20%	80%
Tabungan iB Hasanah (Mahasiswa/ Anggota)	5%	95%
Tab. iB Baitullah Hasanah (IDR)	10%	90%
Tab. iB Baitullah Hasanah (USD)	5%	95%
Tab. iB Prima Hasanah	30%	70%
Tab. iB Bisnis Hasanah	24%	76%
Tab. iB Tapenas Hasanah	42%	58%
Tabungan iB Hasanah Classic	1%	99%
Tabungan iB Dollar Hasanah	5%	95%
Dep. iB Hasanah (IDR) 1 bulan	46%	54%
Dep. iB Hasanah (IDR) 3 bulan	47%	53%
Dep. iB Hasanah (IDR) 6 bulan	49%	51%
Dep. iB Hasanah (IDR) 12 bulan	50%	50%
Dep. iB Hasanah (USD)	15%	85%

2. **Produk Simpanan:**

a. Giro, adalah simpanan transaksional dalam mata uang IDR dan USD yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *Mudharabah*

Mutlaqah atau *Wadiah Yadh Dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan,bsetiap pemegang giro berdasarkan akad mudharabah akan diberikan bagi hasil sesuai nisbah. Rekening giro biasa digunakan oleh para usahawan baik perorangan maupun perusahaan.[43]

Syarat ketentuan pembukaan rekening giro, adalah:

a. Cakap bertindak secara hukum
b. Tidak termasuk daftar hitam Bank Indonesia
c. Mengisi dan menandatangani aplikasi pembukaan rekening dan formulir khusus.
d. Menyerahkan foto copy indentitas diri (untuk badan usaha melampirkan surat ijin usaha, akte pendirian, anggaran dasar, daftar susunan pengurus).
e. Menyerahkan foto copy NPWP, pasphoto.
f. Menandatangani kartu contoh tandatangan.
g. Melakukan setoran awal sesuai ketentuan, instrumen pembayaran giro, adalah: Cek (*cheque*), adalah surat berharga atau alat transaksi pembayaran yang diterbitkan bank sebagai pengganti uang tunai, dibedakan (cek atas nama yaitu cek yang mencantumkan nama penerima dana dan bank akan melakukan pembayaran kepada nama yang tertera pada cek, cek atas unjuk yaitu tidak mencantumkan nama penerima, cek silang yaitu cek yang diberi tanda garis menyilang pada ujung kiri atas cek atau sepanjang cek dari ujung kiri bawah ke ujung kanan atas).

[43]www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 17.00 WIB

Bilyet giro, surat perintah dari nasabah kepada bank penyimpan dana untuk memindahkan sejumlah dana dari rekening yang bersangkutan kepada rekening pemegang yang disebutkan namanya.[44]

Berdasarkan akad giro dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a) *Wadiah*: bersifat titipan, keuntungan dan kerugian dari penyaluran dana wadiah menjadi hak milik atau ditanggung bank.
b) *Mudharabah*: bank selaku mudharib dan nasabah selaku *shahibul mal*, *mudharib* boleh melakukan berbagai usaha asal tidak melanggar prinsip syariah, pembagian keuntungan dinyatakan dalam nisbah, tidak boleh mengurangi nisbah tanpa persetujuan nasabah.

Fasilitas:

a. Buku cek dan bilyet giro khusus mata uang rupiah.
b. Layanan *Internet Banking* dan *Phone Banking*.
c. *Intercity Clearing* untuk kemudahan penarikan cek atau bilyet giro dari bank-bank di seluruh Indonesia.
d. *Automatic Transfer System Online (Sweep Account Online).*

Keunggulan:

a. Dapat digunakan sebagai rekening sumber pembayaran gaji pegawai.
b. Dapat digunakan sebagai agunan pembiayaan.
c. Aman, tersimpan di lemari besi khusus, tidak mudah dicuri atau tercecer.
d. Terjamin, karena dijamin lembaga penjamin simpanan (LPS).
e. Praktis karena tersedia layanan 24 jam: ATM, *SMS Banking*, *mobile banking*, *internet banking*, *phone banking* dan *call center*.

[44]www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 17.30 WIB

f. Hemat, dapat menyisihkan uang dan terhindar membeli barang yang tidak dibutuhkan.

g. Berkembang, bank memberikan bagi hasik setiap bulannya.

h. Fasilitas *autodebet* untuk pembayaran rutin.[45]

b. Deposito, adalah investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip *mudharabah* atau simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara deposan dan bank/ dapat dicairkan setelah jangka waktu berakhir, deposito yang sudah jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis (*Automatic roll over*).

a. Bank selaku *Mudharib*, Nasabah selaku *Shahibul Mal*.

b. *Mudharib* boleh melakukan berbagai macam usaha, asal tidak melanggar prinsip syariah.

c. Dana deposito harus dinyatakan jelas, tunai bukan piutang.

d. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam nisbah.

e. Tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah.

Fasilitas:

a. Mendapat bilyet deposito.

b. Terdapat pilihan mata uang yaitu rupiah dan USD.

c. Terdapat pilihan jangka waktu : 1,3, 6, 12 bulan.

d. Bagi hasil dapat ditransfer ke rekening Tabungan, Giro atau menambah pokok investasi (kapitalisasi) setiap tanggal jatuh tempo.

[45] www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 17.30 WIB

e. Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.

Keunggulan:

a. Dapat atas nama perorangan maupun perusahaan.

b. Dapat dijadikan agunan kredit.

c. Mendapatkan bagi hasil yang relative lebih tinggi dari simpanan lainnya.

d. Fasilitas ARO (*Automatic Roll Over)* yaitu perpanjangan otomatis jika deposito jatuh tempo belum dicairkan.

e. Tidak dikenakan penalti untuk pencairan sebelum jatuh tempo.[46]

c. Tabungan**,** adalah simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan bank. Penarikan menggunakan: buku tabungan, slip penarikan, ATM. Pemegang tabungan akan diberikan bagi hasil sesuai nisbah dan biasanya lebih tinggi dari jasa giro.

Tabungan dibedakan menjadi :

a) Tabungan iB Hasanah, bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Mudharabah* atau simpanan dana yang menggunakan akad *Wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah dalam mata uang IDR.

Keunggulan:

1) Hasanah Debit Silver sebagai kartu ATM dengan jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama, ATM Link, ATM Prima & Cirrus) dankartu belanja (*Debit Card*) di *merchant* berlogo Master Card diseluruh dunia.

2) Kemudahan bertransaksi di seluruh *channel* perbankan BNI tanpa dipungut biaya.

3) *E-banking* (*SMS Banking*, *Internet Banking* dan *Phone Banking*).

[46]www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 17.30 WIB

4) Bagi hasil yang kompetitif (*Mudharabah).*

5) Dapat digunakan sebagai rekening *payroll* dan agunan pembiayaan.

6) Fasilitas *auto debet* untuk pembayaran tagihan rutin.

7) Pembukaan rekening otomatis berinfaq Rp.500,-.[47]

b) Tabungan iB Bisnis Hasanah, bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Mudharabah* yang dilengkapi dengan detil mutasi debet dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang IDR dan bagi hasil yang lebih kompetitif, fasilitas yang ada:

1) Hasanah *Debit Gold* sebagai kartu ATM dengan jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama, ATM Link, ATM Prima & Cirrus) dan kartu belanja (*Debit Card*) di merchant berlogo *Master Card* di seluruh dunia.

2) Kemudahan bertransaksi di seluruh *channel* perbankan BNI tanpa dipungut biaya.

3) Fasilitas *Executive Lounge* di Bandara yang bekerja sama dengan BNI Syariah.

4) Detail mutasi transaksi pada buku tabungan.

5) SMS notifikasi.

6) *E-banking* (*SMS Banking, Internet Banking* dan *Phone Banking*).

7) Bagi hasil yang kompetitif (*Mudharabah).*

8) Dapat digunakan sebagai rekening *payroll &* agunan pembiayaan.

9) Fasilitas auto debet untuk pembayaran tagihan rutin.

10) Pembukaan rekening otomatis berinfaq Rp. 500,-.[48]

---

[47] www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 18.00 WIB

[48] Ibid.

c) Tabungan iB Baitullah Hasanah, bentuk investasi dana untuk perencanaan haji yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Mudharabah* dan *Wadiah* dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang IDR dan USD.

Keunggulan:

1) Membantu perencanaan ibadah haji dan umrah.
2) Memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji.
3) Bebas biaya pengelolaan rekening (IDR & USD) dan penutupan rekening (IDR).
4) Perlindungan asuransi kecelakaan diri (khusus tabungan rupiah).
5) Auto kredit untuk setoran bulanan.
6) Mendapatkan fasilitas kartu Haji dan Umrah Indonesia yang dapat dipergunakan untuk bertransaksi di tanah suci.

d) Tabungan iB Tunas Hasanah, produk simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan akad wadiah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

Keunggulan:

1) Tunas card sebagai kartu ATM dengan jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama, ATM Prima & ATM Link) dan kartu belanja (*Debit Card*) di *merchant* yang menggunakan jaringan EDC BNI.
2) Nama anak tertera pada buku tabungan dan tunas card.
3) Fasilitas Internet Banking (*inquiry only*).
4) SMS notifikasi ke handphone orang tua.
5) Desain tunas card yang menarik.
6) Bebas biaya kelolaan rekening.

7) Dapat memilih tunas card desain bebas, dimana dicetak menggunakan foto anak.[49]

e) Tabungan Simpel iB, produk simpanan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Keunggulan :

1) Kartu SimPel iB sebagai kartu ATM dengan jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama & ATM Link dan kartu belanja) di *merchant* yang menggunakan jaringan EDC BNI.
2) Nama anak tertera pada buku tabungan dan kartu Simpel iB.
3) Fasilitas internet banking (*inquiry only*).
4) SMS notifikasi ke handphone orang tua.
5) Setoran awal ringan, hanya Rp 1.000,-.
6) Bebas biaya kelolaan rekening.

f) Tabungan iB Tapenas Hasanah, bentuk investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* dengan system setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.[50]

Keunggulan:

a) Bagi hasil lebih tinggi dari tabungan.
b) Setoran tetap bulanan minimal Rp.100.000,- s/d Rp. 5.000.000,- yang akin didebet setiap tanggal 5.

[49] www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 18.00 WIB

[50] ibid

c) Asuransi otomatis bebas premi.

d) Manfaat perlindungan asuransi jiwa hingga senilai Rp. 1 milyar.

e) Manfaat perlindungan asuransi kesehatan hingga Rp.1 juta/ hari/orang.

f) Tersedia perlindungan asuransi jiwa plus asuransi kesehatan tambahan (premi 5%, 10% atau 20% dari setoran bulanan).

g) Jangka waktu mulai dari 1 tahun hingga 18 tahun.

h) Biaya administrasi ringan, hanya Rp 500,-/bulan.

3. **E-Channel**

Adalah Layanan Perbankan 24 jam bagi Nasabah BNI Syariah dengan berbagai kemudahan melalui media elektronik.

1. ATM (*Automatic Teller Machine)* siap melayani selama 24 jam, guan melakukan transaksi perbankan yang meliputi penarikan tunai, *inquiry* saldo rekening tabungan, ATM berlogo *Cirrus* di seluruh dunia.
2. Hasanah *Debit Card*, Kemudahan bertransaksi di lebih dari 150 Kantor BNI Syariah, 1000 Kantor BNI dengan layanan syariah, lebih dari 14.000 ATM BNI, dan lebih dari 22.000 ATM Bersama, serta 40.000 ATM Prima di seluruh Indonesia.
3. *Phone Banking, Phone Banking* adalah salah satu layanan fasilitas *e-Banking* untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui nomor *Phone Banking* yaitu nomor Layanan Perbankan 24 Jam BNI Call di 1500046.

   Layanan :

   a. Check saldo dan mutasi rekening.

   b. Info produk dan promo serta nisbah bagi hasil, kurs valuta asing.[51]

[51] www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 18.00 WIB

4. *SMS banking*, *SMS* banking merupakan fasilitas layanan perbankan yang memudahkan Anda untuk melakukan isi ulang pulsa, transfer sampai bayar tagihan hasanah card semudah Anda mengirim SMS kepada sahabat, keluarga ataupun orang terdekat.
5. *Internet Banking*, layanan fasilitas *e-Banking* untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui jaringan internet dengan perangkat lunak browser pada komputer.
6. *Mobile Banking*.

4. **Program Promo Bank BNI Syariah:**

1. Pilih Hasanahmu
   a. Nilai hadiah ditentukan dari besarnya saldo tabungan yang dibuka atau *Top Up*.
   b. Pembukaan rekening atau *Top Up* saldo tabungan minimal Rp. 25 Juta.
   c. Dana tabungan merupakan *Fresh Fund* (dana yangberasal dari kiriman uang/setoran tunai dari bank lain).
   d. Dana tabungan pada butir 1 diblokir selama 6 bulan dan12 bulan.
   e. Jenis tabungan yang dibuka atau *Top Up* adalah tabungan iB hasanah (*mudharabah*) atau tabungan iB bisnis hasanah.
   f. Nisbah bagi hasil:

      Tab. iB hasanah = 20% : 80%

      Tab. iB bisnis hasanah = 24% : 76%

      a) Pajak hadiah ditanggung oleh Bank (untuk nasabah individu), sedangkan untuk nasabah non-perorangan, pajak hadiah ditanggung oleh nasabah.

b) *Move To* hasanah, Fee Rp 20.000,-/rekening untuk setiap pembukaan rekening kolektif (min. 100 rekening) oleh perusahaan/ Institusi.

c) Jenis rekening: Tabungan iB tapenas hasanah (minimal setoran awal Rp. 500.000,-, minimal setoran bulanan Rp 100.000, dengan jangka waktu minimal 1tahun), Tabungan iB baitullah hasanah dengan setoran awal minimal Rp 500.000,-, Tabungan iB hasanah (khusus payroll), Tabungan iB bisnis hasanah dengan minimal setoran Rp. 5 juta.[52]

5. **Kredit**

Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah disamping menghimpun dana, juga menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan (*financing*). *Instrumen* bunga yang ada dalam bentuk kredit digantikan dengan akad Islam atau disebut perjanjian berdasarkan prinsip syariah. Penerapan akad-akad yang digunakan bank syariah, antara lain:

a. Pembiayaan berdasarkan akad jual-beli

a) Jual beli dengan akad murabahah, nasabah yang membutuhkan suatu barang mengajukan ke bank, setelah disetujui pihak bank akan membeli barang tersebut dan nasabah menerima barang dengan harga sebesar harga pokok (*historical cost*) ditambah keuntungan yang diinginkan bank.

b) Dengan akad salam, penyerahan barang dikemudian hari, pembayaran lunas pada awal perjanjian.

c) Dengan akad salam *parallel*, pihak bank sebagai penjual memesan barang ke pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam.

d) Dengan akad istishna, nasabah memesan barang yang dikehendaki terlebih dahulu kemudian pihak bank menyediakan barang sesuai perjanjian. Cara

[52]www.bnisyariah.co.id. diakses Tanggal 29-03-2017 pukul 18.00 WIB

pembayaran bias dimuka, cicilan atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.

b. Pembiayaan berdasarkan akad sewa menyewa

a) Berdasarkan akad ijarah, nasabah ingin mendapatkan manfaat atas suatu barang tanpa perlu memilikinya.

b) Berdasarkan akad *ijarah muntahiya bittamlik* (IMBT), seperti ijaran namun pihak nasabah memungkinkan memiliki barang yang disewa diakhir masa sewa melalui mekanisme hibah atau beli.

c. Pembiayaan berdasarkan akad bagi hasil, guna kepentingan nasabah akan modal atau tambahan modal untuk suatu usaha produktif.

a) Berdasarkan akad *Mudharabah*, prinsipnya pembiayaan yang diberikan bank *(shahibul maal*) kepada nasabah (*mudharib*) untuk melakukan usaha yang telah disepakati bank. Pembagian untung rugi atau pendapatan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

b) Berdasarkan akad *Musyarakah*, dana dari pemilik dana (bank) dicampur dengan modal nasabah (*mudharib*) pada usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati, kerugian sepenuhnya ditanggung oleh pemilik dana.

d. Pembiayaan berdasarkan akad pinjam meminjam, bank tidak boleh mengambil keuntungan sedikitpun kecuali sebatas biaya administrasi.

a) Berdasarkan akad *qardh*, penyediaan dana berdasarkan kesepakatan antara peminjam dengan pihak pemberi pinjaman dan mewajibkan peminjam melunasi hutangnya dalam jangka waktu tertentu.

b) Berdasarkan akad *qardhul hasan*, jenis pinjaman yang diberikan kepada pihak yang membutuhkan dengan kriteria tertentu dan bersifat sosial.[53]

Kredit yang diberikan oleh bank syariah mempunyai persyaratan yang mewajibkan dana digunakan untuk aktivitas yang halal. Bisnis yang dibiayai bank syariah, juga tidak boleh berisiko mengandung kegiatan yang diharamkan oleh agama Islam. Hal ini sama sekali tidak membatasi nasabah bank syariah harus muslim, justru agama apa pun boleh, asal halal pemakaiannya. Meskipun nasabah tersebut muslim, tapi jika pemakaian dana atau usaha yang dijalankannya tidak halal, maka dia tidak diperkenankan untuk mengambil kredit di bank Syariah.

Jasa Perbankan, saat ini terus dikembangkan, berbasis *fee* sebagai konpensasi yang harus diberikan nasabah kepada bank atas penggunaan jasa perbankan, akad yang diimplementasikan antara lain:

a) Jasa berdasarkan akad *wakalah dan kafalah*, *wakalah bil ujroh* adalah dengan memberikan *fee* atau imbalan kepada wakil, sedangkan kafalah adalah pinjaman yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua (makful'anhu ashil). Contoh produk: L/C (*letter of credit), Kliring, inkaso,* kiriman uang, dll.
b) Jasa berdasarkan akad *hiwalah*, adalah pemindahan atau pengalihan hak dan kewajiban dalam bentuk pengalihan piutang atau hutang dari satu entitas kepada entitas lain. Contoh: *factoring.*
c) Jasa berdasarkan akad k*afalah*, yaitu jaminan bank kepada pihak ketiga atau penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah bank

[53]Muhamad Nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia,* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013, hal.34-38

selaku pihak yang dijamin kepada pihak ketiga dimaksud, contoh: garansi bank syariah (*letter of guarantee*).

d) Jasa berdasarkan akad *wakalah*, adalah jasa bank untuk mewakili nasabah dalam pemindahan dana dari rekening nasabah atau melakukan penagihan untuk rekening nasabah, contoh produk: *inkaso*.

e) Jasa berdasarkan akad *Qardh dan ijarah*, contoh produk gadai (*rahn*) yaitu penyerahan barang dari nasabah (*rahen*) kepada bank (*mutahen*) sebagai jaminan untuk mendapatkan uang.

f) Jasa berdasarkan akad *Kafalah, Qard* dan *Ijarah*, contoh produk: *syariah charge card* (kartu kredit syariah) yaitu alat pembayaran atas kewajiban dan tagihan yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, seperti pembelanjaan. Akad yang digunakan: *Kafalah* (bank syariah menjamin atas pemenuhan kewajiban nasabah pengguna kartu), *Qardh* (bank memberikan dana talangan), *Ijarah* (pengenaan *fee* iuran keanggotaan/*membership fee* dan *fee* atas penarikan uang tunai) serta denda atas keterlambatan pembayaran (*late charge* walaupun tidak semua bank melakukan).

Jasa berdasarkan akad *Sharf*, adalah jasa bank untuk membeli atau menjual valuta asing.

a) Jasa Pembayaran, adalah fasilitas bank kepada pemegang rekening simpanan atau investasi untuk mempermudah transaksi pembayaran. Jasa pembayaran berdasarkan akad wakalah dan hibah, contoh produk: *E-Banking/ Internet banking* (layanan bank yang diakses melalui internet ke pusat data bank, misalnya transaksi: cek saldo, cetak rekening Koran,

transfer, pemindahbukuan, dll, ATM: bank memberikan wakalah kepada nasabah untuk melakukan: transfer, cek saldo, tarik tunai, dll.[54]

D. Produk Bank Syariah

Menurut pasal 21 Undang-Undang kegiatan perbankan syariah, meliputi:

a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan Investasi/ Deposito.
b. Produk penyaluran dana:
   a) Pembiayaan berdasarkan akad jual beli: *Akad Murabahah, akad salam, akad istishna*.
   b) Berdasarkan akad bagi hasil: *akad mudharabah, akad musyarakah*.
   c) Berdasarkan akad pinjam meminjam: akad qardh, akad qardhul hasan.
c. Produk Jasa: *akad wakalah, akad hiwalah, akad kafalah, akad rahn, dan akad sharf*. Produk jasa pembayaran: *E-banking*, ATM, dll.[55]

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu: a) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli. b) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa. c) Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.

E. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Islam sebagai agama yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal, baik dalam hubungan dengan sang pencipta maupun

---

[54]Muhamad Nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013, hal.40-52.

[55]Ibid, hal 31-42.

sesama manusia, secara garis besar sebagai berikut: a) Uang semata-mata sebagai alat tukar, bukan sebagai komoditi yang dapat diperdagangkan selagi mengandung unsur ketidakpastian atau spekulasi (*gharar*). b) Larangan terhadap riba dapat dilihat dari surat al-Baqarah ayat 278-279: “Hai orang-orang yang beriman takutlah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa-sisa riba itu jika kamu orang beriman. Kalau kamu tidak memperbuatnya, ketahuilah ada peperagan dari Allah dan Rasul-Nya terhadapmu dan jika kamu bertobat, maka untukmu pokok-pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula teraniaya”. c) Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang mengandung unsur spekulasi dan perjudian, termasuk didalamnya kegiatan ekonomi yang diyakini akan merugikan masyarakat. d) Harta harus diniagakan (berputar) sehingga perbuatan menimbun harta kekayaan sangat dilarang dalam Islam. Bagi harta yang tidak produktif akan dikenai zakat untuk jenis harta tersebut. e) Seseorang hanya memperoleh sesuatu dari apa yang dia usahakan. Tidak seorangpun yang mendapatkan lebih selain dari apa yang diusahakannya, jadi pekerjaan dan risiko dari usaha tersebut yang menentukan imbalan seseorang, bandingkan dengan sistem bunga dimana seseorang dapat memperoleh imbalan yang besar dengan usaha dan risiko yang kecil. f) Transaksi dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam bidang perbankan, harus dilakukan secara transparan dan adil atas dasar saling menguntungkan tanpa paksaan. g) Kewajiban untuk mencatat setiap transaksi khususnya yang tidak bersifat tunai dan disaksikan oleh saksi yang bisa dipercaya. h) Zakat diwajibkan sebagai instrument untuk pemenuhan kewajiban penyisihan harta yang merupakan sebagiannya adalah hak orang lain (penerima

zakat), dan anjuran untuk mengeluarkan infak dan sedekah sebagai manifestasi pentingnya pemerataan kekayaan dan memerangi kemiskinan.[56]

Kegiatan usaha yang berasaskan prinsip syariah, antara lain adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur :

a. *Riba*, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhl*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*).
b. *Maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan pada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.
c. *Gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.
d. *Haram*, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah, atau
e. *Zalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lain."

Sedangkan prinsip dan operasional perbankan syariah menerapkan dua akad yaitu:

a. Akad *Wadiah*, prinsip titipan/simpanan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang dijaga dan dikembalikan kapan saja Sipenitip menghendaki. *Al-Wadiah* dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu :

[56]Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, hal.125-126

a) *Al-Wadiah Yad al-Amanah*

Pihak yang yang menerima titipan tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan barang yang dititipkan. Pihak yang menerima titipan dapat membebankan biaya.

b) *Al-Wadiah Yad adh-Dhamanah*

Pihak yang menerima titipan dapat menggunakan/mengoperasikan dana/barang yang dititipkan. Pihak yang menerima titipan dapat memberikan insentif dengan catatan tidak dipersyaratkan sebelumnya dan jumlahnya tidak ditetapkan dalam nominal atau persentase (betul-betul kebijakan bank). Mengacu pada pengertian *al-Wadiah Yad adh-Dhamanah*, bank dapat memanfaatkan untuk tujuan :

a) *Current Account*

b) *Saving Account*

b. Akad *Al-Mudharabah***,** yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak, di mana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal (100%), sedangkan pihak lainnya adalah pengusaha/pengelola (*mudharib*).

a) Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

b) Apabila terjadi kerugian, maka ditanggung oleh shahibul maal (selama kerugian itu bukan karena kelalaian *mudharib*).

c) Apabila karena kelalaian mudharib, maka mudharib yang harus menanggung kerugian tersebut.

d) *Al-Mudharabah* biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan.

e) Pada sisi penghimpunan dana, biasanya diterapkan pada: tabungan berjangka (untuk tujuan khusus seperti: tabungan haji, tabungan tapenas, dll.) dan deposito biasa.

f) *Special investment* (di mana dana yang dititipkan nasabah, khusus untuk bisnis tertentu saja, misal: murabahah saja, ijarah saja). *Al-Mudharabah* dibedakan :

   a) Mudharabah Muthlaqah (*Unrestricted Invesment*), mudharib diberi kuasa penuh oleh shahibul maal untuk menjalankan proyek tanpa larangan/batasan yang berkaitan dengan proyek itu dan tidak terkait dengan waktu, tempat, jenis perusahaan dan pelanggan (tidakmemiliki ikatan tertentu).

   b) Mudharabah Muqayyadah (*Restricted Invesment*), shahibul maal memberikan batasan mengenai dimana, bagaimana atau untuk tujuan apa dana tersebut diinvestasikan kepada mudharib dalam pengelolaan dananya.

Penerapan akad pada produk perbankan sebagai berikut:

NO	PRODUK SYARIAH	AKAD
1	Giro	• Wadiah Yad Adh-Dhamanah • Mudharabah Mutlaqah
2	Tabungan	• Wadiah Yad Adh-Dhamanah • Mudharabah Mutlaqah
3	Deposito	• Mudharabah Mutlaqah
4	Investasi	• Mudharabah Muqayyadah

F. Pengertian Bagi Hasil

Seorang pakar perundangan Islam yang dikenal dalam kitabnya "Al *Mabsut*" telah memberikan definisi mudharabah yang diambil dari perkataan " Qard " yang berarti usaha diatas bumi. Dinamakan demikian karena mudharib (pengguna dana) berhak untuk bekerjasama bagi hasil atas jerih payah dan usahanya.[57]

Bagi hasil atau lebih dikenal mudharabah berasal dari kata *dharb*, yang berarti memukul atau berjalan ini lebi tepatnya adalah proses seseorang menggerakkan kakinya dalam menjalankan usaha. Secara teknis al-mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruhnya (100%) modal, sedangakan pihak lainya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola.[58]

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kapada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi

---

[57] H. Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer: Hukum perjanjian, ekonomi bisnis dan social*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012, hal.141.

[58] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek*, Jakarta: Tazkia Cendikia Gema Insani Press, 2012, Hal.95.

dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.

Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan di dalam perbankan syariah terdiri dari dua sistem, yaitu:

a. Profit Sharing

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Profit secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*). Di dalam istilah lain profit sharing adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan.

Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (*Investor*) dan pengelola modal (*enterpreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana di antara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan usaha dalam dunia

bisnis bisa *negatif*, artinya usaha merugi, *positif* berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biaya-biaya, dan nol artinya antara pendapatan dan biaya menjadi *balance*. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan lebihan dari selisih atas pengurangan *total cost* terhadap *total revenue*.

b. Revenue Sharing

Revenue Sharing berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu, revenue yang berarti: hasil, penghasilan, pendapatan. Sharing adalah bentuk kata kerja dari share yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan. *Revenue* (pendapatan) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*services*) yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan (*sales revenue*).

Di dalam revenue terdapat unsur-unsur yang terdiri dari total biaya (*total cost*) dan laba (*profit*). Laba bersih (*net profit*) merupakan laba kotor (*gross profit*) dikurangi biaya distribusi penjualan, administrasi dan keuangan.

Berdasarkan definisi di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa arti *revenue* pada prinsip ekonomi dapat diartikan sebagai total penerimaan dari hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah dari total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut. Unsur yang terdapat di dalam revenue meliputi total harga pokok penjualan ditambah dengan total selisih dari hasil pendapatan penjualan tersebut. Tentunya di dalamnya meliputi modal (*capital*) ditambah dengan keuntungannya (*profit*). *Revenue* pada perbankan Syariah adalah hasil yang diterima oleh bank dari penyaluran dana (investasi) ke dalam bentuk *aktiva*

produktif, yaitu penempatan dana bank pada pihak lain. Hal ini merupakan selisih atau angka lebih dari aktiva produktif dengan hasil penerimaan bank. [59]

Perbankan Syariah memperkenalkan sistem pada masyarakat dengan istilah *Revenue Sharing*, yaitu sistem bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa dikurangi dengan biaya pengelolaan dana. Lebih jelasnya Revenue sharing dalam arti perbankan adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Sistem *revenue sharing* berlaku pada pendapatan bank yang akan dibagikan dihitung berdasarkan pendapatan kotor (*gross sales*), yang digunakan dalam menghitung bagi hasil untuk produk pendanaan bank.

Bentuk-bentuk kontrak kerjasama bagi hasil dalam perbankan syariah secara umum dapat dilakukan dalam empat akad, yaitu: *Musyarakah, Mudharabah, Muzara'ah* dan *Musaqah*. Namun, pada penerapannya prinsip yang digunakan pada sistem bagi hasil, pada umumnya bank syariah menggunakan kontrak kerjasama pada akad Musyarakah dan Mudharabah.

a. Musyarakah (*Joint Venture Profit & Loss Sharing*)

Adalah mencampurkan salah satu dari macam harta dengan harta lainnya sehingga tidak dapat dibedakan di antara keduanya. Dalam pengertian lain musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise)* dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

---

[59] Ahmad Rusdan Mirasa, Tess, *Analysis pengaruh bag hail dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pads bank syariah Mandarin Kantor cabang pembantu Tanjung Bali, 2011*.

Penerapan yang dilakukan bank Syariah, musyarakah adalah suatu kerjasama antara bank dan nasabah dan bank setuju untuk membiayai usaha atau proyek secara bersama-sama dengan nasabah sebagai inisiator proyek dengan suatu jumlah berdasarkan prosentase tertentu dari jumlah total biaya proyek dengan dasar pembagian keuntungan dari hasil yang diperoleh dari usaha atau proyek tersebut berdasarkan persentase bagi-hasil yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

b. Mudharabah (*Trustee Profit Sharing*)

Pengertian bahwa seseorang memberi modal niaga kepada orang lain agar modal itu diniagakan dengan perjanjian keuntungannya dibagi antara dua belah pihak sesuai perjanjian, sedang kerugian ditanggung oleh pemilik modal. Kontrak mudharabah dalam pelaksanaannya pada bank Syariah nasabah bertindak sebagai mudharib yang mendapat pembiayaan usaha atas modal kontrak mudharabah. Mudharib menerima dukungan danadari bank, yang dengan dana tersebut mudharib dapat mulai menjalankan usaha dengan membelanjakan dalam bentuk barang dagangan untuk dijual kepada pembeli, dengan tujuan agar memperoleh keuntungan (*profit*).

Adapun bentuk-bentuk mudharabah yang dilakukan dalam perbankan syariah dari penghimpunan dan penyaluran dana adalah:

a) Tabungan Mudharabah, yaitu simpanan pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai perjanjian.
b) Deposito Mudharabah, yaitu investasi melalui simpanan pihak ketiga (perseorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu (jatuh tempo), dengan mendapat imbalan bagi hasil.

Investasi Mudharabah Antar Bank (IMA), yaitu, sarana kegiatan investasi jangka pendek dalam rupiah antar peserta pasar uang antar Bank Syariah berdasarkan prinsip mudharabah di mana keuntungan akan dibagikan kepada kedua belah pihak (pembeli dan penjual sertifikat IMA) berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

G. Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil

Belum adanya standar pola operasi yang dikeluarkan oleh otoritas moneter menjadikan bank-bank syariah yang pada saat ini sudah beroperasi melakukan adopsi atau menyusun pola operasi secara sendiri-sendiri. Ketidak seragaman pola operasi yang diterapkan yang pada akhirnya akan mempersulit otoritas moneter, pemilik dana serta bank yang bersangkutan melakukan kontrol serta mengukur tingkat kepatuhan dan keberhasilan dari usaha bank-bank tersebut. Berikut contoh cara menghitung bagi hasil pada bank syariah :

Giro Wadiah	: Rp. 60.000
Tabungan Mudharabah	: Rp. 150.000
Deposito Mudharabah 1 bulan	: Rp. 50.000
Deposito Mudharabah 3 bulan	: Rp. 40.000
Deposito Mudharabah 6 bulan	: Rp. 175.000
Deposito Mudharabah 12 bulan	: Rp. 75.000
Total Sumber Dana	: Rp. 550.000

Menghitung rata-rata pelemparan dana yang dilakukan oleh bank dalam sebulan, kemudian menghitung jumlah total pelemparan dana baik dalam bentuk pembiayaan bagi hasil, jual beli maupun SBPU.

Jumlah posisi rata-rata pelemparan dana dari hasil perhitungan diatas adalah :

Pembiayaan	: Rp. 480.000

SBPU : Rp. 100.000

Menghitung jumlah pendapatan yang akan dibagikan kepada nasabah, dengan menghitung jumlah dari :

Pendapatan Pembiayaan : Rp. 8.000

Pendapatan SBPU : Rp. 2.000

Dalam menghitung jumlah pendapatan yang akan dibagikan kepada nasabah dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Membandingkan antara total aktiva produktif dengan total dana pihak ketiga, dalam hal ini total aktiva produktif > total dana pihak ketiga. Total dana pihak ketiga Rp. 550.000 semua digunakan sebagai sumber dana aktiva produktif. Dengan rincian Rp. 480.000 dialokasikan kedalam pembiayaan dan Rp. 70.000 kedalam SBPU. Menghitung porsi pendapatan yang dibagikan dari masing-masing jenis aktiva produktif berdasarkan alokasi sumber dana diatas.

Pembiayaan : (480.000/480.000) x 8.000 = 8.000

SBPU : (70.000/100.000) x 2.000 = 1.400

Jumlah total pendapatan di bagikan 9.400, menghitung jumlah pendapatan dibagikan untuk masing-masing dana :

Tabungan : (150.000/550.000) x 9.400 = 2.564

Deposito 1 bulan : (50.000/550.000) x 9.400 = 855

Deposito 3 bulan : (40.000/550.000) x 9.400 = 684

Deposito 6 bulan : (175.000/550.000) x 9.400 = 2.991

Deposito 12 bulan : (75.000/550.000) x 9.400 = 1.282

Menghitung pendapatan bagi hasil yang akan dibayarkan kepada masing-masing jenis dana sesuai dengan kesepakatan nisbah:

Tabungan : 45/100 x 2.564 = 1.154

Deposito 1 bulan : 65/100 x 855 = 556

Deposito 3 bulan : 66/100 x 684 = 451

Deposito 6 bulan : 66/100 x 2.991 = 1.974

Deposito 12 bulan : 67/100 x 1.282 = 859

Menghitung *ekuivalen rate* untuk masing-masing jenis sumber dana untuk jangka waktu 31 hari :

Tabungan : (1.154/150.000) x 365/31 x 100% = 9.06%

Deposito 1 bulan : (556/50.000) x 365/31 x 100% = 13.09%

Deposito 3 bulan : (451/40.000)x 365/31 x 100% = 13.28%

Deposito 6 bulan : (1.974/175.000) x 365/31 x 100% = 13.28%

Deposito 12 bulan : (859/75.000)x 36/31 x 100% = 13.49%

H. Prinsip Distribusi Bagi Hasil

Dalam praktiknya, mekanisme perhitungan bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara yaitu sebagai berikut.

a. *Profit Sharing* (bagi laba) adalah perhitungan bagi hasil yang mendasarkan pada laba dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.

b. *Revenue Sharing* (bagi pendapatan) adalah perhitungan bagi hasil yang mendasarkan pada revenue (pendapatan) dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha sebelum dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.

c. *Profit dan loss sharing* (bagi laba dan kerugian) adalah perhitungan bagi hasil yang mendasarkan pada keuntungan (jika perusahaan/bank untung) dan bila mudharib rugi maka shahibul maal ikut menanggung kerugian.

Perhitungan pembagian hasil usaha antara shahibul maal dengan mudharib sesuai dengan nisbah yang disepakati di awal akad, perhitungan besaran hasil usaha yang dipergunakan sebagai dasar perhitungan. Saat ini, BNI Syariah menggunakan metode *revenue sharing* dalam distribusi bagi hasil, dimana penghitungan bagi hasil berdasarkan pendapatan kas yang diterima bank, mengingat :

1. Dana yang dilemparkan dalam bentuk pembiayaan oleh bank adalah dana *polling* sehingga sulit untuk menelusuri satu persatu sumber dana yang dilemparkan dalam pembiayaan.
2. Nasabah belum terbiasa/siap menerima kondisi berbagi hasil dan berbagi resiko.
3. Kemungkinan tingkat perhitungan bagi hasil yang diterima pemilikdana akan lebih besar dibandingkan tingkat suku bunga pasar yang berlaku.

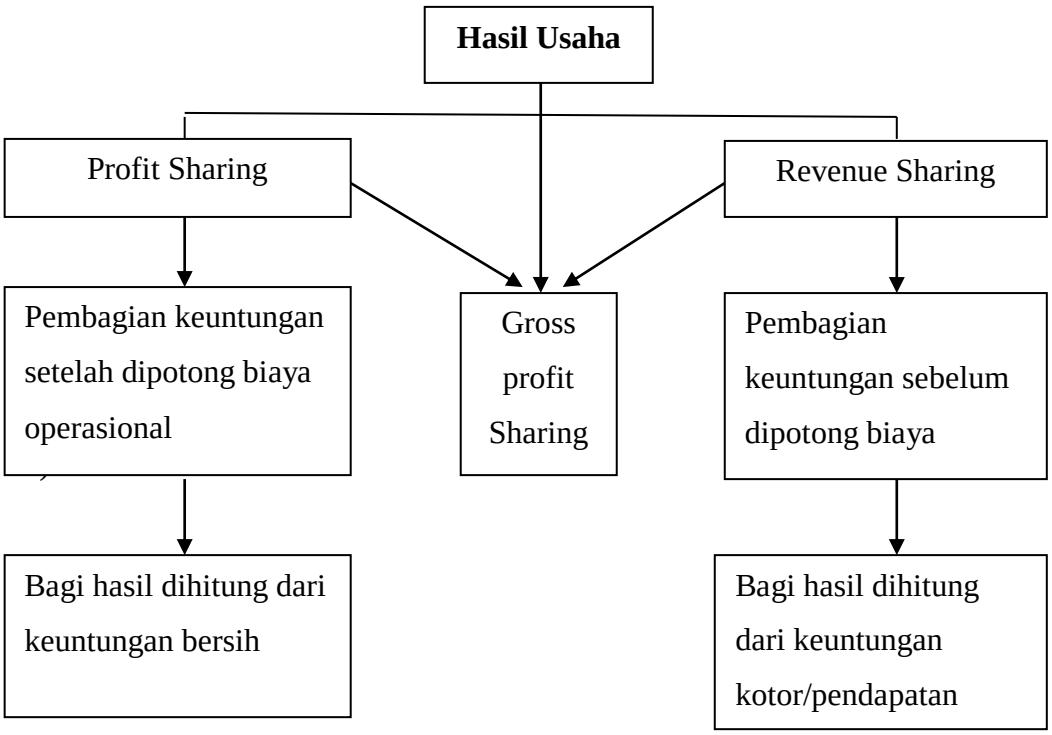
Prinsip bagi hasil :

1. Dana mudharabah, semua pendapatan dari pengelolaan dana mudharabah yang dihimpun dibagikan kepada shahibul maal
   a. Apabila penghimpunan lebih besar dari penyaluran (Pembiayaan) pendapatan yang dibagikan adalah pendapatan dari pembiayaan ditambah dengan pendapatan dari penyaluran lainnya (sumber dananya dari dana Mudharabah).

b. Apabila penghimpunan lebih besar dari penyaluran (Pembiayaan) pendapatan yang dibagikan hanya sebesar porsi dana mudharabah yang dihimpun saja.

2. Dana Wadiah, pendapatan atas pengelolaan dana wadiah sepenuhnya menjadi hak bank.

Gambar 2.1 Prinsip Pembagian Hasil Usaha



(Sumber: Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta : PT. Grasindo, 2005, hlm. 119)

Perhitungan Bagi Hasil dihitung secara harian, dengan unsur-unsur sbb :

1. Pendapatan
   a. Porsi pendapatan pengelolaan dana yang akan didistribusikan (sebagai unsur pendapatan pada distribusi bagi hasil/pendapatan).
   b. Pendapatan tersebut berupa :
      a) Margin (prinsip jual beli – murabahah, istishna, salam dsb)
      b) Bagi hasil (prinsip bagi hasil – mudharabah, musyarakah)
2. Nisbah Nasabah (Pemilik dana/ shahibul maal)

   Angka pembagian untuk pemilik dana (shahibul maal) yang telah disepakati dari awal.
3. Pendapatan Pemilik dana/ shahibul maal.
   a. Adalah porsi pendapatan penyimpan dana dalam rupiah (nominal)

a) Perhitungan : Pendapatan Pemilik Dana = Pendapatan x Nisbah untuk shahibul maal.

b) Nisbah Bank (Mudharib), angka nisbah untuk pengelola dana/bank (mudharib).

4. Pendapatan Bank (Mudharib), adalah porsi pendapatan bank (mudharib) dalam rupiah (nominal).

Rumus perhitungan bagi hasil dibagi dalam 2 (dua) tahap :

1. Perhitungan Pendapatan per Produk

   Giro (B1) = (A1 x B) / A

   Tabungan (B2) = (A2 x B) / A

   Deposito (B3) = (A3 x B) / A

   Equity (B4) = (A4 x B) / A

   A1 = Total Dana Giro

   A2 = Total Dana Tabungan

   A3 = Total Dana Deposito

   A4 = *Equity*

   B1 = Pendapatan *Cash* Giro

   B2 = Pendapatan *Cash* Tabungan

   B3 = Pendapatan *Cash* Deposito

   B4 = Pendapatan*Cash Equity*

   B = Pendapatan *Cash* dari Pembiayaan dan *Placement* yang akan dibagihasilkan ke nasabah.

   A = Total Dana Pihak Ketiga (DPK) + *Equity*

2. Perhitungan Pendapatan bagi hasil rekening

   E = (C3 / A3) x B3 x D

E = (C2 / A2) x B2 x D

Keterangan :

E = Bagi Hasil yang Diterima

C3 = Saldo Rekening Deposito milik Nasabah

C2 = Saldo rekening tabungan milik Nasabah

A3 = Total Dana Deposito

A2 = Total Dana Tabungan

B3 = Pendapatan *Cash* Deposito

D = Nisbah Produk[60]

Islam mendorong praktek bagi hasil serta mengharamkan bunga/riba. Kedua-duanya sema-sama memberikan keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempuyai perbedaan yang sangat nyata, yaitu:

Bunga	Bagi Hasil
a. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung. b. Besarnya persentase berdasarkan jumlah uang/ modal yang dipinjamkan. c. Jumlah pembayaran tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau ekonomi sedang *booming*.	a. Penentuan besarnya rasio/ nisbah bagi hail dibuat pada waktu akad. b. Besarnya rasio bagi hasil berdasar pada jumlah keuntungan. c. Tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila merugi kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.

[60]www.bnisyarian.co.id diakses tanggal.03/04/2017 pukul 9.00 WIB

d. Eksistensi bunga diragukan	d. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.[61]

Bentuk-bentuk kontrak kerjasama bagi hasil dalam perbankan syariah secara umum dapat dilakukan dalam empat akad, yaitu *Musyarakah, Mudharabah, Muzara'ah dan Musaqah*. Namun, pada penerapannya prinsip yang digunakan pada sistem bagi hasil, pada umumnya bank syariah menggunakan kontrak kerjasama pada akad Musyarakah dan Mudharabah.

a. Musyarakah (*Joint Venture Profit & Loss Sharing*)

Adalah mencampurkan salah satu dari macam harta dengan harta lainnya sehingga tidak dapat dibedakan di antara keduanya. Dalam pengertian lain *musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Penerapan yang dilakukan Bank Syariah, *musyarakah* adalah suatu kerjasama antara bank dan nasabah dan bank setuju untuk membiayai usaha atau proyek secara bersama-sama dengan nasabah sebagai inisiator proyek dengan suatu jumlah berdasarkan prosentase tertentu dari jumlah total biaya proyek dengan dasar pembagian keuntungan dari hasil yang diperoleh dari usaha atau proyek tersebut berdasarkan prosentase bagi-hasil yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

[61]Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hal.60-61

b. Mudharabah (*Trustee Profit Sharing*)

Adalah suatu pernyataan yang mengandung pengertian bahwa seseorang memberi modal niaga kepada orang lain agar modal itu diniagakan dengan perjanjian keuntungannya dibagi antara dua belah pihak sesuai perjanjian, sedang kerugian ditanggung oleh pemilik modal.

Kontrak mudharabah dalam pelaksanaannya pada bank Syariah nasabah bertindak sebagai mudharib yang mendapat pembiayaan usaha atas modal kontrak mudharabah. Mudharib menerima dukungan dana dari bank, yang dengan dana tersebut mudharibdapat mulai menjalankan usaha dengan membelanjakan dalam bentuk barang dagangan untuk dijual kepada pembeli, dengan tujuan agar memperoleh keuntungan (*profit*).

Mudharabah adalah penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal)* kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian menggunakan metode bagi untung (*profit sharing*) atau bagi pendapatan (*net revenue sharing*) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Jenis mudharabah ada 3 yaitu: Mudharabah mutlaqah (*shahibul maal*) memberikan kebebasan penuh kepada mudharib dalam pengelolaannya, mudharabah Muqayyadah (ada batasan kepada mudharib mengenai tempat, cara dan obyek investasinya), mudharabah musyarakah (bentuk mudharabah dimana pengelola dana menyertakan dananya dalam kerjasama investasi.[62]

[62]Firdaus Furywardhana,*Akuntansi syariah: mudah dan sederhana dalam penerapannya*. Yogyakarta: Kamajaya Kreasindo, 2009,hal.77

I. Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah.

Sistem perbankan syariah adalah sistem perbankan yang menerapkan prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan bagi bank dan nasabah. Sistem perbankan syariah yang dalam pelaksanaannya berlandaskan pada syariah (hukum) Islam, menonjolkan aspek keadilan dan kejujuran dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif dari berbagai transaksi keuangan. Lebih jauh lagi, kemanfaatannya akan dinikmati tidak hanya oleh umat Islam saja, tetapi dapat membawa kesejahteraan semua kalangan masyarakat (*rahmatan lil alamin*).

Sistem ekonomi Islam akan menjadi dasar beroperasinya bank Syariah yang paling menonjol adalah tidak mengenal konsep bunga uang dan yang tidak kalah pentingnya adalah untuk tujuan komersial Islam tidak mengenal peminjaman uang tetapi adalah kemitraan/kerjasama (mudharabah dan musyarakah) dengan prinsip bagi hasil, sedang peminjaman uang hanya dimungkinkan untuk tujuan sosial tanpa adanya imbalan apapun.

Didalam menjalankan operasinya, Bank syariah memiliki fungsi :

a. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/ deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan syariah dan kebijakan investasi bank.
b. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana (*sahibul maal*) sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi)

c. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sesuai dengan prinsip syariah.

Dari fungsi tersebut maka produk bank Islam akan terdiri dari :

a. Prinsip Mudharabah

Perjanjian antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai pemilik dana (sahibul maal) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (mudharib) untuk mengelola suatu kegiatan ekonomi dengan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang akan diperoleh, sedangkan kerugian yang timbul adalah risiko pemilik dana kecuali mudharib melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian. Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada mudharib maka mudharabah dibedakan menjadi :

a) Mudharabah mutlaqah, dimana mudharib diberikan kewenangan sepenuhnya untuk menentukan pilihan investasi yang dikehendaki,

b) Mudharabah muqayyaddah, dimana arahan investasi ditentukan oleh pemilik dana sedangkan mudharib bertindak sebagai pelaksana/pengelola.

b. Prinsip Musyarakah

Perjanjian antara pihak-pihak untuk menyertakan modal dalam suatu kegiatan ekonomi dengan pembagian keuntungan atau kerugian sesuai nisbah yang disepakati. Musyarakah dapat bersifat tetap atau bersifat temporer dengan penurunan secara periodik atau sekaligus diakhir masa proyek.

c. Prinsip Wadiah

Adalah titipan dimana pihak pertama menitipkan dana atau benda kepada pihak kedua selaku penerima titipan dengan konsekuensi titipan tersebut sewaktu-waktu dapat diambil kembali, dimana penitip dapat

dikenakan biaya penitipan. Berdasarkan kewenangan yang diberikan maka wadiah dibedakan menjadi :

a) Wadiah yad dhamanah, yang berarti penerima titipan berhak mempergunakan dana/barang titipan untuk didayagunakan tanpa ada kewajiban penerima titipan untuk memberikan imbalan kepada penitip dengan tetap pada kesepakatan dapat diambil setiap saat diperlukan, contoh Giro, Tabungan, Deposito.
b) Wadiah Amanah tidak memberikan kewenangan kepada penerima titipan untuk mendayagunakan barang/dana yang dititipkan, contoh: *Safe Deposite Box* (SDB).

d. Prinsip Jual Beli terdiri dari :

a) Murabahah, akad jual beli antara dua belah pihak dimana pembeli dan penjual menyepakati harga jual yang terdiri dari harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual. Nasabah membayar harga barang pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
b) Salam, pembelian barang dengan pembayaran dimuka dan barang diserahkan kemudian.
c) Ishtisna, pembelian barang melalui pesanan dan diperlukan proses untuk pembuatannya sesuai dengan pesanan pembeli dan pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan.

e. Jasa-Jasa :

a) Wakalah, pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan.
b) Kafalah, jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafiil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung

(*makfuul 'anhu, ashil*), dan penanggung dapat menerima imbalan (*fee*) sepanjang tidak memberatkan.

c) Sharf, transaksi jual beli mata uang, baik antar mata uang sejenis maupun antar mata uang berlainan jenis dengan penyerahan segera/spot berdasarkan kesepakatan harga sesuai dengan harga pasar pada saat pertukaran.

f. Prinsip Kebajikan, yaitu penerimaan dan penyaluran dana kebajikan dalam bentuk zakat infaq shodaqah (ZIS) dan lainnya, serta penyaluran qardul hasan yaitu penyaluran dalam bentuk pinjaman untuk tujuan menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa diminta imbalan kecuali pengembalian pokok hutang.

J. Praktek Operasional Bagi Hasil di Perbankan Syariah.

Pada umumnya bank-bank syariah di Indonesia dalam perhitungan bagi hasilnya menggunakan sistem bobot pada setiap dana investasi, dengan mengalikan prosentase bobot tersebut dengan saldo rata-rata. Semakin labil investasi tersebut semakin kecil bobot yang dikenakan, dan semakin stabil investasi maka semakin besar bobot yang dikenakan pada investasi tersebut, hal ini diterapkan sebagai bentuk dari pengamanan risiko pada setiap dana invesatasi. Bobot akan mempengaruhi besarnya bagi hasil yang akan didistribusikan sehingga akan berdampak pada bagi hasil yang akan diterima oleh pemilik dana. Hal ini dapat dilihat dari contoh perhitungan sistem revenue sharing yang menggunakan bobot pada tabel diatas.[63]

[63]Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Jakarta: Gema InsaniPress, 2012. Hal.93.

Keuntungan-keuntungan serta keunggulan menggunakan jasa bank syariah yang bersumber pada basis syariah sebagai dasar operasinya, sebagai berikut :

a. Konsep hubungan antara bank Syariah dan penabung.

   Di perbankan konvensional bank menjadi debitor dan penabung menjadi kreditor. Atas dasar simpan-pinjam, bank membayar bunga kepada penabung dengan tingkat bunga yang sudah ditentukan, tidak peduli berapapun keuntungan yang diperoleh bank atau kerugian yang diderita bank. Di perbankan syariah si penabung merupakan mitra bank sekaligus investor bagi bank itu. Sebagai investor ia berhak menerima hasil investasi bank itu. Hasil yang diperoleh penabung naik dan turun secara proporsional, mengikuti perolehan bank syariahnya. Muamalah berdasarkan konsep kemitraan dan kebersamaan dalam profit dan risk itu akan lebih mewujudkan ekonomi yang lebih adil dan transparan.

b. Proses bagaimana dana tabungan para nasabah dimanfaatkan.

   Di bank konvensional penabung tidak tahu dan tidak punya hak untuk tahu kemana dana bakal disalurkan. sedangkan bank syariah menyeleksi proyek yang hendak didanai, bukan hanya melihat dari sisi kelayakan usaha tetapi juga pada halal atau haram usaha itu. Semua nasabah baik deposan maupun debitor terhindar dari praktik moral hazard yang biasa bersumber dari sistem riba.

c. Adanya *Early Warning System* (peringatan bahaya dini) dari bank syariah.

   Ketika perolehan bagi hasilnya terus merosot penabung bank syariah memperoleh isyarat bahwa sesuatu yang buruk terjadi pada banknya sehingga ia bisa mengantisipasi segala kemungkinan dan mencari solusi sehingga kita sebagai nasabahnya tidak sampai rugi.

d. Fasilitas Bank syariah selengkap Bank konvensional.

Saat ini Bank syariah sudah sangat modern. Semua jenis transaksi mulai dari tabungan, deposito, kredit usaha, kredit rumah, kliring, dan sebagainya tersedia. Mayoritas Bank syariah terhubung dengan jaringan online ATM Bersama sehingga dapat tarik tunai dan transfer realtime dari/ke bank lain dengan mudah. Beberapa bank syariah seperti BNI Syariah juga telah memberikan layanan *Internet Banking, SMS Banking*, bahkan kartu kredit syariah sehingga lebih praktis dan nyaman dalam setiap transaksi.

e. Manajemen Keuangan Bank Syariah lebih aman dan stabil.

Dapat kita lihat sekarang ini, saat banyak bank investasi dan bank-bank besar bangkrut maupun membutuhkan kucuran dana, banyak bank syariah baru yang justru bermunculan atau buka cabang. Krisis ekonomi justru telah memuktikan bahwa manajemen finansial berbasis syariah jauh lebih aman dibandingkan ekonomi liberal yang dianut bank konvensional. Perbankan syariah mempunyai keunggulan dalam pencegahan *fraud* atau penipuan dibandingkan dengan bank konvensional. Pasalnya, perbankan syariah memiliki dewan syariah sebagai instrumen pengawasan.

f. Salah satu nilai tambahnya: membantu menolong mereka yang membutuhkan. Bank syariah mengeluarkan 2,5% dari keuntungan tahunannya untuk dizakatkan. Namun bank konvensional tidak mempunyai kewajiban berzakat. Dengan menggunakan layanan bank syariah, secara tidak langsung Anda turut berzakat dan membantu mereka yang membutuhkan.

g. Semua proses dan transaksi didalamnya 100% halal.[64]

[64] Republika, *Menabung di Bank Syariah*, tanggal 20/10/2016.

K. Dasar Hukum Mudharabah

Firman Allah dalam Alquran:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

٢٨٣)

"... Maka jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya..." (QS. Al-Baqarah : 283).[65]

Hadist Nabi Muhammad saw: "Abas bin Abdul Muthalib menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan mudharabahnya agar tidak mengarungi lautan dan menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak, jika persyaratan itu dilanggar ia harus menanggung risikonya".

Hukum pelaksanaan mudharabah sebagai berikut: a) Mudharabah harus dilakukan sesama kaum muslimin yang diperbolehkan bertindak. b) Modalnya harus diketahui. c) Bagian dari pekerja terhadap keuntungan harus ditentukan. d) Jika kedua belah pihak tidak sepakat tentang bagian yang disyaratkan maka ucapan pemodal dengan disuruh bersumpah. Implementasi mudharabah dalam system perbankan sebagai berikut: a) Mudharabah muthlaqah (investasi umum) adalah akad anatara pihak pemilik modal dengan pengelola untuk mendapatkan keuntungan. b) Mudharabah muqayyadah (investasi khusus), pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat yang harus dipatuhi pengelola mengenai tempat, tujuan maupun jenis usahanya.[66]

Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI tentang bagihasil adalah sebagai berikut:

---

[65] Pemprov Banten, *Mushaf Alquran*, Banten: Albantani, 2014.

[66] H. Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer: Hukum perjanjian, ekonomi, bisnis dan social*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012, hal 146

1. Pada dasarnya, LKS boleh menggunakan prinsip Bagi Hasil (*Net Revenue Sharing*) maupun Bagi Untung (*Profit Sharing*) dalampem bagian hasil usaha dengan mitra (nasabah)-nya.
2. Dilihat dari segi kemaslahatan (*al-ashlah*), saat inipembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip Bagi Hasil (*Net Revenue Sharing*).
3. Penetapan prinsip pembagian hasil usaha yang dipilih harus disepakati dalam akad.[67]

Dalam praktiknya, ketentuan bagi hasil usaha harus ditentukan dimuka atau pada awal akad / kontrak usaha disepakati oleh pihak-pihak yang terlibat dalam akad. Porsi bagi hasil biasanya ditentukan dengan suatu perbandingan, misalnya 40 : 60 yang berarti bahwa atas hasil usaha yang dijalankan oleh mitra usaha akan didistribusikan sebesar 40% kepada pemilik dana / Investor (*shahibul maal*) dan sebesar 60% didistribusikan kepada pengelola dana (*mudharib*).

Rukun mudharabah yaitu: pemilik dana (*shahibul mal*), pengelola (*mudharib*) ucapan serah terima (*shigat ijab wa qabul*), modal (*ra'sul mal*), pekerjaan, dan keuantungan.

L. Layanan Umum

Pemahaman dan konsep pelayanan akan menjadi modal dasar bagi customer service untuk bias melayani nasabahnya dengan sempurna, kata pelayanan, secara etimologis dalam kamus umum bahasa Indonesia mengandung arti usaha melayani kebutuhan orang lain, pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

---

[67]Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah, produk-produk dan Aspek Hukumnya*,Jakarta: KencanaPrenadamedia Group,2014, hal.296-297.

Pengertian layanan menurut para ahli:

1. Menurut pendapat Moenir dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.
2. Menurut Brata dalam bukunya Dasar-Dasar Pelayanan Prima, mengatakan bahwa pelayanan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.
3. Menurut Suparlan pelayanan merupakan usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri.
4. Menurut Kotler, pelayanan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan juga diartikan aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Karakteristik suatu pelayanan yaitu: pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan adalah tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial, kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata karena terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.[68]

Menurut pendapat Parasuraman dkk (1998), factor-faktor yang mempengaruhi dan mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi, antara lain:

a. *Reliability* (keandalan) artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumenmerasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah

[68]Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, hal.75

ada teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah SWT telah berfirman yang artinya "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah." (QS. Al- Ahzab: 21). Di dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.[69]

b. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT Firmankan dalam Q.S AI-A'raf : 26, yang artinya "Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat. (QS. Al-A'raf : 26).[70]

c. *Responsivness* (daya tanggap) adalah keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa tepat waktu. Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan produk syariah yang dilakukan oleh perusahaan.

---

[69] Mulyadi, *Perilaku Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta, 2013, hal 148-149
[70] Ibid.hal 148-149

Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah Swt telah berfirman: Yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya" (QS.Al-Maidah). Demikian juga Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan. Allah SWT berfirman yang artinya: "Maka apabila kamu telah selesai, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain", (QS. Al-Insyirah: 7).[71]

d. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan alas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam membedkan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Asy-Syu'araa: 181-182, yang artinya

[71] Ibid.hal.148-149

"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar. " (QS. Asy-Syu'araa: 181-182).[72]

e. *Emphaty* (perhatian) adalah peduli, perhatian individu yang diberikan kepada konsumen. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman, yang artinya "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (QS. An-Nahl: 90).[73]

Layanan yang baik harus mempertimbangkan cara terbaik untuk menciptakan nilai untuk pasar sasaran yang dipilihnya dan mengembangkan hubungan jangka panjang yang kuat dan menguntungkan bahkan memuaskan dengan pelanggan. Sebagai contoh hotel Ritz-Carlton yang dimiliki Marriot International, dikenal di seluruh dunia atas fokus tunggalnya dalam menyediakan fasilitas mewah dan layanan khusus. Para tamu akan melihat sentuhan pribadi ketika check in, disapa dengan nama mereka dan untuk memastikan pelayanan tamu dengan kualitas terbaik, Ritz Carlton menciptakan Indeks Kualitas Pelayanan (*Service Quality Index-SQI*) harian, sehingga karyawan dapat terus menerus memantau proses layanan dan menangani masalah dengan cepat. Karyawan melakukan pekerjaan dengan lebih baik untuk memenuhi bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

Menciptakan pelanggan yang loyal inti dari setiap bisnis. Konsumen mempunyai beragam tingkat loyalitas terhadap merek, toko dan perusahaan

[72] Ibid.hal.148-149
[73] Ibid.hal.148-149

tertentu. Oliver mendefinisikan loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan seacara teratur, salah satu cara yaitu mengadakan *survey* berkala, selain itu perusahaan juga mengamati tingkat kehilangan pelanggan dan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke yang lain untuk mengetahui alasannya. Perusahaan juga mempekerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialaminya dalam membeli produk perusahaan maupun produk pesaing.[74]

M. Proses Layanan

Dalam perbankan proses layanan dilakukan secara *all team*, mulai dari bawahan sampai dengan atasan sesuai dengan jobnya masing-masing, sistem dan prosedur kerja masing-masing sebagai berikut:

a. *Branch Manager*

   Mengawasi, mengkoordinasi, melindungi dan bertanggung jawab atas seluruh kinerja karyawan dan kondisi umum bank.

b. *Operation Manager*

[74]Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2009, hal.134-142

a) Mengawasi, mengkoordinasi, dan menerima pertanggungjawaban secara langsung bagian operation (teller, *customer service, back office* dan *operation* pembiayaan).

b) Bertanggung jawab atas pelaksanaan operasional harian di bagian lain seperti ijin keluar masuk dan penggunaan inventaris kantor.

c. Teller

Bertugas menerima, meng-input, menghitung dan mengeluarkan uang yang berasal dari nasabah.

d. Head Teller

Bertanggung jawab dan mengawasi jalannya transaksi dan tugas seluruh teller.

e. Operation Pembiayaan

Bertugas atas administrasi pembiayaan terhadap seluruh nasabah yang mengajukan pembiayaan di Bank.

f. Back Office

Bertugas menjalankna kegiatan Kliring dan seluruh transaksi antar bank, perorangan dengan bank yang prosesnya melalui Bank Indonesia.

g. Customer Service

Bertugas melayani nasabah dalam pembukaan rekening, membantu nasabah apabila terjadi keluhan serta memberikan informasi tentang produk bank.

h. Account Manager

Bertugas sebagai *marketing* Bank baik di bidang *Funding* (penanaman dana) dan *Lending* (pelemparan dana).

i. Service Assisten

Bertanggung jawab atas administrasi dokumen-dokumen, berperan sebagai humas bank, membantu *Business Manager, Operation Manager dan General Affair* dalam melakukan tugas-tugas admnistratif.

j. Residence Audit

Betugas sebagai auditor dan pengawas seluruh dokumen transaksi dan administratif kegiatan Bank untukmenghindari segala bentuk penyimpangan.[75]

Customer service pada sebuah bank merupakan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari. Terjadinya persaingan antarbank yang semakin ketat seperti sekarang ini, semua nasabah berkeinginan mendapatkan pelayaan yang terbaik dari bank melalui kemudahan berhubungan dengan bank, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas bank baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Pengertian customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Customer Service memegang peranan sangat penting memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasbah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah. Customer Service bank dalam melayani para nasabah harus memiliki kemampuan melayani nasabah

[75] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT Gramedia Pustka Utama, 2014.hal 62.

secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya karena customer service merupakan pintu gerbang utama sebuah bank. Fungsi dan tugas Customer Service:

a. *Resepsionis,* sebagai seorang yang menerima tamu yang datang ke bank tersebut.
b. *Deskman*, sebagai seorang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.
c. *Salesman*, sebagai seorang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
d. *Customer Relation Officer*, seorang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah,termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan dari bank tersebut jika terjadi masalah.
e. *Komunikator*, seorang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasitentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dan nasabah.

Pelayanan atau service adalah aktivitas, manfaat yang ditawarkan oleh suatu organisasi/ perorangan, suatu proses membantu kepada orang lain dengan cara-cara tertentu dimana sesitivitas (kepekaan) dan hubungan interpersonal dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas yang ditentukan olehkeakraban, kehangatan, penghargaan, kedermawanan, dan kejujuran yang dilakukan oleh penyedia jasa. Persyaratan yang harus dipenuhi pelaku (penyedia jasa) agar layanan yang diberikan memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, yaitu :

a. Tingkah laku yang sopan.
b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
c. Waktu menyampaikan yang tepat.
d. Keramah tamahan.

Setiap bank ingin mempunyai image baik dimata nasabahnya sehingga bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik (*sevice excellent*) bagi nasabahnya. Definisi lain pelayanan prima (*service excellent*) sebagai pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang terbaik sifatnya dapat dibandingkan satu dengan yang lain. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Pelayanan prima (*service excellent*) merupakan pelayanan yang dianggap terbaik (bila belum memiliki standard), pelayanan yang sesuai atau melebihi standard (bagi yang sudah memiliki standard), mutlak dibuatkan standard pelayanan sebagai alat ukur dalam menentukan apakah sudah sesuai dengan kriteria pelayanan prima, layanan yang sangat memahami kebutuhan customer, memberikan kepuasan yang lebih daripada yang diharapkan oleh customer, sehingga dapat memenangkan hati pelanggannya. Beberapa ciri pelayanan prima yang harus diterapkan oleh Customer Service:

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
b. Tersedia karyawan yang baik.
c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
e. Mampu berkomunikasi.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.[76]

Petugas bank yang melayani langsung nasabah dilakukan oleh petugas frontliner antara lain:

a. Teller**,** adalah petugas di frontline banking hall dan melakukan transaksi setoran atau penarkan baik tunai maupun non tunai, pencairan cek dan melakukan pemindahbukuan. Dalam menjalankan tugas, teller harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

   a) Memeriksa secara teliti setiap transaksi yang akan dan sedang dilakukan dan selalu mengikuti prosedur standar.

   b) Menunjukkan perhatian, profesionalisme dan keramahan pada saat menerima nasabah di counter.

   c) Bersikap professional dengan tidak membeda-bedakan nasabah.

   d) Tidak melakukan hal-hal yang menimbulkan kesan negative dan tidak professional (ngobrol, bercanda, berselisih, melamun, mengumpat, berteriak).

   e) Harus bersifat jujur dan melakukan hal-hal yang dapat merugikan perusahaan dan nasabah.

   Tugas teller:

   a. Memproses transaksi tunai dan non tunai termasuk warkat-warkat sesuai batas wewenangnya.

[76]Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan, Jakarta: PT Gramedia Pustka Utama, 2014, hal 76.

b. Menyakini kebenaran dan keaslian uang tunai/ banknotes dan warkat berharga.
c. Menyakini kesesuaian jumlah fisik uang dengan warkat transaksi.
d. Melaksanakan pembukuan dan validasi dengan benar.
e. Menjamin kerahasiaan password milik sendiri dan tidak melakukan sharing password dengan pegawai lainnya.
f. Menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban pemakaian computer.
g. Melaksanakan penukaran uang lusuh/ rusak ke cabang coordinator/ Bank Indonesia.
h. Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan nasabah.
i. Menjaga kerapihan dan kebersihan counter teller.
j. Melakukan verifikasi antara voucher dengan validasi dan laporan transaksi teller.
k. Menyakini keaslian dan keabsahan specimen tanda tangan nasabah pada warkat bank dan form transaksi penarikan antar cabang.
l. Memeriksa identitas nasabah dengan benar.
m. Melakukan verifikasi dan menandatangani warkat transaksi.

Tanggungjawab teller :

a. Melayani nasabah yang ingin setor, ambil uang, transfer, dll dengan teliti dan cepat.
b. Menjaga kerahasian Bank dan Nasabah
c. Patuh terhadap peraturan perusahaan.

Wewenang teller:

a. Menerima setoran baik tunai maupun non tunai dari nasabah untuk diproses sesuai permintaan nasabah.

b. Melakukan pembayaran atas transaksi yang dilakukan nasabah sesuai prosedur dan kebijakan bank.
c. Memproses penukaran uang kecil dari nasabah.
d. Melaporkan ke PPATK jika ada data yang mencurigakan, menolak transaksi apabila ada indikasi money laundering.

Penampilan teller:

a. Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank.
b. Rambut pendek dan tersisir rapi, kumis dicukur.
c. Menggunakan sepatu pantopel formal warna hitam.
d. Tidak tercium bau badan dan mulut.
e. Kuku terpelihara, pendek dan bersih.
f. Asesoris jam tangan dan cincin maksimal satu.

b. *Customer Service*, kata *customer service* berasal dari dua kata yaitu *customer* yang berarti pelanggan dan *service* yang berarti pelayanan, sehingga diartikan sebuah unit kerja yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah. *Customer service* tidak hanya bermodal ramah, sopan, penuh empati dan memahami berbagai produk perbankan tetapi juga mampu memberikan saran kepada nasabah.[77]

Fungsi *customer service* :

a. *Frontline officer*, keberadaanya yang didepan menjadi cerminan penilaian baik atau buruknya pelayanan suatu bank.
b. *Liasson officer*, aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah.

[77] Ibid hal.84

c. Pusat informasi, satu-satunya petugas yang mudah dihubungi nasabah, sehingga dituntut mempunyai pengetahuan dan wawasan yang luas mengenai industri perbankan.
d. *Sales*/penjual, yaitu menjual produk bank seperti: tabungan,giro, deposito, dll.
e. *Servicing*/pelayanan, menyambut dengan baik kedatangan nasabah dan mengerjakan kebutuhan maupun transaksinya.
f. *Financial advisor*/konsultan, pengetahuan dan wawasan tentang perencanaan keuangan nasabah.
g. *Maintenance customer*/ pembinaan nasabah.
h. Penanganan masalah, dituntut tidak saja menangani keluhan tetapi juga ikut andil memecahkan masalah dengan baik.

Tugas *customer service*:

a. Pembukaan, pemeliharaan dan penutupan rekening (Menerima permohonan pembukaan data nasabah/penutupan rekening, memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian formulir, mengadministrasi data customer dan pembukaan rekening, menyerahkan bukti kepemilikan rekening, bilyet deposito kepada nasabah).
b. Pelayanan informasi (Memberikan penjelasan/informasi kepada nasabah mengenai produk dan jasa bank, cara pengisian formulir, kurs transaksi, nisbah, biaya administras; cross selling produk dan jasa bank).
c. Pelayanan administrasi (Mengarahkan nasabah ketempat sesuai tujuan, melayani nasabah untuk: pertanyaan saldo dan mutasi rekening, pencetakan buku tabungan, memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, buku hilang).

d. Pekerjaan administrative (Menyiapkan dan mengelola buku tabungan, memonitor persediaan brosur/slip transaksi, menyimpan kartu terkait dengan rekening yang dicetak untuk diserahkan ke nasabah).

e. Pelayanan solusi (Menggali kebutuhan nasabah/calon nasabah, memberikan informasi: yang jelas dan tepat sesuai kebutuhan nasabah, meneruskan permohonan kredit kepada unit terkait, memproses layanan bisnis non kredit: Melayani permintaan/keluhan nasabah dan menginformsikan mengenai update solusi, mencarikan alternative solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum selesai serta memastikan bahwa masalah sudah ditindaklanjuti sampai tuntas, membuat referensi dan konfirmasi saldo).

Tanggungjawab *customer service*, melayani nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasan dan nyaman dalam berhubungan dengan bank:

a. Pengenalan/pelayanan/kerahasiaan nasabah.

b. Kebersihan, kerapian ruang kerja.

c. Keamanan alat-alat: user ID, password, nak kunci cash box dan laci.

d. Pelaksanaan tugas dari atasan, kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

Wewenang *customer service*, sebagai wujud konkrit tugas secara lebh khusus terhadap pekerjaan yang diembannya yaitu menyelesaikan pekerjaan dan tugas sampai tuntas dengan baik (tidak ada yang pending, tidak ada masalah kecuali diluar jangkuannya) :

a. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian (*standing instruction*, surat kuasa *autodebet*, dll).

b. Menolak pembukaan rekening, permintaan buku cek dan bilyet giro jika tidak memenuhi persyaratan/prosedur yang ditetapkan bank.

c. Verifikasi tanda tangan nasabah.

d. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah atau berdasar prosedur internal bank.
e. Melakukan blokir rekening nasabah atas permintaan nasabah atau pihak lain yang berwenang.

Penampilan dan standar sikap *customer service*, dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah, membangun keyakinan nasabah juga image positip bagi perusahaan, antara lain:

a. Penampilan (Memelihara *personal hygiene* dan lingkungan serta perusahaan, memelihara *presentase* atau penampilan pribadi, mengidentifikasi sikap tubuh dan intonasi yang baik, memakai seragam sesuai ketentuan bank, dll sama seperti penampilan teller.
b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh senyum dalam melayani nasabah.
c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama, contoh sikap yang diatur dalam pedoman internal bank sebagai berikut:
    a) Berdiri menyambut nasabah.
    b) Melakukan tatap/kontak mata.
    c) Beri senyum dengan tulus.
    d) Mengucapkan salam: assalamualaikum bapak/Ibu.
    e) Menanyakan kebutuhan atau jenis layanan yang diinginkan nasabah.
    f) Dengan santun mempersilahkan dengan kata-kata dan gerakan tangan, nasabah untuk duduk.
d. Sikap *customer service* selama melayani (Posisi duduk condong kedepan, fokus/perhatian selama melayani, hindari interupsi, empati/sikap awal terhadap keluhan, siap membantu/reaksi pertama terhadap keluhan, senyum, kontak mata, sebutkan nama).

e. Sikap *customer servive* dalam mengakhiri layanan (berikan senyuman yang tulus, tawarkan bantuan: " ada lagi yang bias dibantu pak?, ucapkan salam: "asslamualaikum bapak/Ibu", ucapkan terima kasih dan sebutkan nama nasabah: contoh " Terima kasih Bapak X").
f. Bersikap tenang, sopan, hormat dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan nasabah.
g. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
h. Bergairah dalam melayani nasabah.
i. Hindari menyela atau memotong pembicaraan.
j. Mampu menyakini nasabah dan memberikan kepuasan.
k. Meminta bantuan dan informasi kepada unit lain apabila ada masalah yang tidak bias ditangani sendiri.
l. Meminta nasabah untuk menunggu waktu pelayanan apabila belum dapat dilayani.

N. Layanan Prima

Pelayanan prima (*Excellent service*) adalah pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Dalam pengertian lain Pelayanan prima adalah kemampuan maksimum seorang pegawai bank melalui sentuhan kemanusiaan dalam melayani atau berhubungan dengan nasabah. Juga diartikan upaya maksimum yang mampu diberikan oleh bank untuk jasa pelayanan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah untuk mencapai suatu tingkat kepuasan tertentu serta memberikan pelayanan secara prima kepada nasabah dengan tujuan untuk memenangi persaingan. Dalam pengertian lain, layanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik yang prima. Tujuannya menimbulkan kepercayaan dan kepuasan nasabah,

menjaga agar nasabah merasa dipentingkan dan diperhatikan, mempertahankan nasabah agar tetap setia menggunakan produk/jasa bank.[78]

Layanan Prima, yaitu pelayanan yang baik yang memungkinkan sebuah perusahaan untuk memperkuat kesetiaan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar (*market share*), karena itu pelayanan yang baik menjadi hal yang sangat penting dan berpengaruh dalam operasional suatu perusahaan. Berikut ini beberapa pengertian pelayanan menurut beberapa ahli, mendefinisikan layanan sebagai kegiatan yang ditawarkan organisasi atau perorangan kepada konsumen yang tidak berwujud (*intangiable*).

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang berorientasi pada pemenuhan tuntutan pelanggan mengenai kualitas produk (barang atau jasa) sebaik-baiknya. Melalui pelayanan prima, perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan perusahaan dapat mempertahankan pelanggan lama. Untuk menunjang pelaksanaan playanan prima, telah dikembangkan konsep *total quality management* (TQM), yaitu system manajemen yang melibatkan semua manajemen dan pegawai untuk memperbaiki kualitas dan kuantitas proses organisasi agar kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi. Pelayanan bank kepada nasabah tidak cukup hanya sekedar memuaskan atau sekedar sesuai harapan nasabah, namun harus memberi pelayanan yang berkesan positif, *frontliner* harus memiliki ketrampilan, cekatan, ramah, santun, bertanggungjawab, akurat, tepat dan mencatat transaksi dengan benar.

Pelayanan prima menjadi titik tolak kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kecepatan, pelanggan menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama.

[78]Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2009, hal.75-76

2. Keramahan.
3. Ketetapan, sesuai keinginan nasabah.
4. Kenyamanan, berpengaruh dalam membangun kinerja karyawan untuk menciptakan nasabah yang loyal.

Ciri budaya layanan prima, sebagai berikut:

1. Sistem (*method*), harus didukung adanya system dan prosedur yang baik, mudah dipahami, dapat diterapkan, efisien dan menjadi standar pelayanan serta diejawantahkan melalui kegiatan operasional sehari-hari.
2. Perlengkapan operasional (*machines*), yaitu perlengkapan yang canggih, modern sehingga pelayanan menjadi lebih cepat, efisien dan hasilnya memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan.
3. Karyawan/pegawai yang professional, memenuhi persayaratan fisik, mental, kepribadian, mengenal kebutuhan dan keinginan nasabah, memiliki pengetahuan menjual yang produktif, memiliki etika pelayanan, menguasai komunikasi, dapat mengoperasionalkan peralatan dengan baik, dapat dipercaya, bertanggungjawab dan dapat menyelesaikan dan solusi yang baik terhadap permasalahan nasabah.
4. Pimpinan (*management*), terdapat partisipsi dan bimbingan aktif dari pimpinan.

Faktor-faktor yang terkait dengan budaya pelayanan prima:

1. Kemampuan (*ability*), pengetahuan dan ketrampilan melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan public realtion sebagai instrument hubungan kedalam dan keluar perusahaan.
2. Sikap (*attitude*), perilaku yang harus ditonjolkan yang disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

3. Penampilan (*appearance*), kemampuan fisik dan non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.
4. Perhatian (*attention*), kepedulian penuh sebagai curahan perhatian kebutuhan, keinginan dan peramahan atas saran dan kritik dari nasabah.
5. Tidakan (*action*), kegiatan nyata yang dilakukan kepada nasabah.
6. Tanggung jawab (*accountability*), sikap keberpihakan kepada nasabah sebagai wujud kepedulian untuk meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan nasabah.

Manfaat melaksanakan budaya pelayanan prima bagi nasabah, yaitu:

1. Peningkatan citra perusahaan, dimulai dari tingkat persaingan yang semakin tajam.
2. Promosi bagi bank, apabila nasabah terpuaskan kebutuhannya, maka nasabah akan menyampaikan kepada orang lain, merupakan promosi gratis bagi perusahaan.
3. Menciptakan kesan pertama yang baik, kesan pertama yang mendalam atas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.
4. Meningkatkan daya saing, semakin tajam persaingan perusahaan belomba memberikan hadiah.
5. Meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.[79]

Pelayanan prima dikembangkan berdasarkan konsep A3, yaitu:

a. Konsep ***Attitude*** (Sikap), calon pembeli/pelanggan selalu mengharapkan sikap dan perilaku yang baik dan menyenangkan dari pelayan/petugas yang ada di toko/perusahaan sehingga kepuasan pembeli terpenuhi serta kemungkinan besar pengalamannya disampaikan kepada orang lain, yang akhirnya menjadi

[79]Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, hal.77-80

produk syariah gratis bagi perusahaan. Pelayanan berdasarkan *attitude* (sikap) terdiri dari beberapa bentuk, antara lain seperti berikut ini: a) Pelayanan pelanggan dengan penampilan serasi. b) Pelayanan dengan berpikir positif. c) Pelayanan pelanggan dengan sikap menghargai.

b. Konsep ***Attention***, bentuk-bentuk pelayanan sebagai berikut: a) Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan. b) Mengamati perilaku pelanggan.c) Mencurahkan perhatian penuh pada pelanggan.

c. Konsep ***Action,*** bentuk-bentuk pelayanan sebagai berikut: a) Memberi kemudahan kepada pembeli/pelanggan. b) Memahami kebutuhan para pelanggan para pelanggan dan membuat daftar kebutuhan dengan mengelompokkan sesuai dengan kegunaan, merek, ukuran, dan jenis pesanan. c) Penegasan kembali kebutuhan pelanggan. d) Mewujudkan kebutuhan pelanggan. e) Menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan kembali.

Hal-hal yang dapat dilakukan dengan harapan pelanggan kembali untuk membelibarang jasa diataranya adalah sebagai berikut: Pernyataan terimakasih kepada setiap pelanggan, Pemberian bonus kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar, pemberian potongan harga, pemberian hadiah pada waktu-waktu tertentu kepada pelanggan.

O. Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan / opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan. Untuk itu

keputusan dapat dirasakan rasional atau irrasional dan dapat berdasarkan asumsi kuat atau asumsi lemah.

Menurut beberapa ahli :

1. *Ralp C. Davis*

Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula.

2. *Follet*

Keputusan adalah suatu hukum atau sebagai hukum situasi.

Apabila semua fakta dari situasi itu dapat diperolehnya dan semua yang terlibat, baik pengawas maupun pelaksana mau mentaati hukumnya atau ketentuannya, maka tidak sama dengan mentaati perintah. Wewenang tinggal dijalankan, tetapi itu merupakan wewengan dari hukum situasi.

3. *James A.F. Stoner*

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu :

a. Ada pilihan dasar logika atau pertimbangan

b. Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik

c. Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan itu makin mendekatkan pada tujuan tersebut.

Dari pengertian-pengertian keputusan di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa: Keputusan merupakan suatu pemecahan masalah suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternative.

Keputusan konsumen membeli melalui tiga tahapan: proses masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan. Keputusan konsumen tidak selalu membeli melainkan juga menunda atau tidak membeli sama sekali.[80]

Periset pemasaran telah mengembangkan "model tingkat" proses keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap:

a) Pengenalan masalah.

   Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal (rasa lapar, haus, seks, dll) atau eksternal (tetangga, iklan TV, dll). Konsumen mengenali suatu kebutuhan, merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan.

b) Pencarian informasi.

   Konsumen sering mencari informasi yang terbatas, sumber informasi utama dibagi menjadi: Pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan), Komersial (iklan, situs web, wiraniaga), Publik (media massa, organisasi), Eksperimental (pemeriksaan, penggunaan produk).

c) Evaluasi alternatif.

   Sangat jarang konsumen menggunakan proses tunggal dalam proses pembelian, konsep dasar yang membantu memahami proses evaluasi: Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencar manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut untuk menghantarkan manfaat yang

[80]Ibid, hal 195

diperlukan untuk memuaskan kebutuhan, misalnya: Hotel (Lokasi, kebersihan, harga), Bank (Keamanan, kualitas, harga).

d) Keputusan pembelian.

Konsumen benar-benar membeli produk, biasanya membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan pembelian, konsumen dapat membentuk lima subkeputusan: Merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Ada dua faktor yang dapat mengintervensi dalam keputusan pembelian yaitu: sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak bisa diantisipasi.

e) Perilaku pasca pembelian.

Kepuasan merupakan kedekatan antara harapan dan kinerja produk. Jika tidak memenuhi harapan konsumen kecewa, jika memenuhi harapan konsumen puas, jika melabihi konsumen sangat puas.[81]

Perusahaan penjual produk jasa perlu menjalankan berbagai kebijakan dan upaya perbaikan terus menerus agar konsumen membeli, konsumen termotivasi membeli apabila prosesnya mudah, murah dan menyenangkan. Ada dua motif yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu : a) Motif Rasional, manusia berperilaku rasional pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif dan memilih alternatif yang memiliki paling banyak kegunaan. b) Motif Emosional, pemilihan tujuan berdasarkan kriteria yang subjektif dan bersifat pribadi seperti kebanggaan, ketakutan, perasaan, maupun status, pengungkapan rasa cinta kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan dan kepraktisan.

[81]Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2009, hal.184-190.

P. Menabung Dalam Perspektif Islam

Pengertian tabungan, tabungan atau simpanan bank merupakan produk perbankan yang dimiliki mayoritas orang. Meski demikian, tidak semua orang yang memiliki tabungan benar-benar bertujuan untuk menabung. Bagi sebagian orang, membuka rekening tabungan bank dilakukan hanya untuk menerima transfer gaji atau karena menerima fasilitas kredit dari bank tersebut. Pengertian tabungan adalah simpanan dana di Bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lain yang dipersamakan dengannya.[82]

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan dan tabungan mudharabah adalah tabungan yang menerapkan akad mudharabah, diantaranya adalah keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara nasabah (shahibul maal) dan bank (mudharib).[83]

Berdasarkan fatwa DSN No.02/DSN-MUI/IV/2000 menetapkan bahwa: a) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. b) Tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan berdasarkan prinsip mudharabah dan Wadiah. Ketentuan umum tabungan yaitu: a) Nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, bank sebagai mudharib atau pengelola dana b) Sebagai mudharib bank dapat melakukan berbagai usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah c) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening d) Bank

---

[82] H. Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer: Hukum perjanjian, ekonomi bisnis dan social,* Bogor: Ghalia Indonesia, 2012, hal.208.

[83] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: GEMA Insani Press, 2001,hal 153.

menutup biaya operasional giro menggunakan nisbah keuntungan e) Bank tidak boleh mengurangi nisbah keuntungan nasabah.[84]

Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang Anda lakukan dan kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN). Keuntungan menabung di Bank:

a. Aman, uang tabungan yang disimpan akan aman di bank, tidak mudah di curi maupun tercecer.
b. Terjamin, tabungan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan yang ada.
c. Berkembang, bank akan memberikan bunga yang dihitung berdasarkan saldo tabungan.
d. Praktis, terdapat kemudahan layanan perbankan elektronik 24 jam per hari antara lain ATM, *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *Phone Banking* dan *Call Center*.
e. Hemat, kalau terbiasa menabung, dapat menyisihkan uang dan terhindar dari kebiasaan membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan.

Adapun arahan Islam untuk konsumsi paling tida ada tiga hal: 1) Jangan boros. Seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya terutama untuk ditabung. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli. Karena sifat dari kebutuhan sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh situasi dan kondisi. 2) Seimbangkan pengeluaran dan pemasukan. Seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan danpen geluarannya, sehingga sedapat mungkin tidak berutang. Karena utang, menurut Rasulullah SAW akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan

[84] H.Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer: Hukum perjanjian, ekonomi, bisnis dan social*, Bogor: Ghalia Indonesia, hal.208

kehinaan di siang hari. 3) Tidak bermewah-mewah. Islam juga melarang umatnya hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud menurut adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan.[85]

Menurut Undang-Undang perbankan No.10 tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikanya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[86]

Pengertian penarikanya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati maksudnya adalah untuk dapat menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antar satu bank dengan bank yang lainnya berbeda,tergantung dari bank yang mengeluarkanya.hal ini sesuai dengan perjanjian sebelumya yang telah dibuat oleh bank. Pengertian lain tabungan adalah simpanan masyarakat yang penarikanya dapat dilakukan oleh si penabung sewaktu-waktu dikehendaki.[87]

Q. Penelitian Terdahulu :

1. Vivieta Ary Yatie, 2015, tesis yang berjudul: "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung: Studi kasus bank syariah di Surabaya" menggunakan metode analisis uji statistik dan regresi linier, dengan sampel sebesar 60 responden. Kesimpulan dari penelitian ini sbb :
   a. Kualitas produk bank berpengaruh negative terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan Uji – t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar 0,000 dengan tingkat signifikansi 1. karena tingkat signifikansi lebih besar

[85] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hal .153-154.

[86] Kasmir, SE, MM, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2002, hal.60.

[87] N. Lapoliwa dan Daniel S Kuswandi, *Akuntansi Perbabkan: Akuntansi Transaksi Bank dalam Valuta Rupiah*, Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 2000, hal.71.

dari 0,05 maka secara parsial variable independen kualitas produk bank berpengaruh tidak signifikan positif terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung.

b. Karakteristik system bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung.

c. Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung.[88]

2. Muhammad Dwi Ari Susanto, dkk, Jurnal yang berjudul: "Pengaruh produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera kecamatan Lasem Semarang" menggunakan metode Explanatory Research dengan sampel 100 responden. Kesimpulan yang diperoleh sbb :

   a. Variabel produk tabungan berpengaruh secara positif terhadap variabel keputusan menabung, di buktikan dengan koefisien variable yang bernilai positif yaitu 0,470.

   b. Menabung, di buktikan dengan koefisien variabel yang bernilai positif yaitu 0,556.[89]

3. Chrisna Very Yudhiartha, 2012, Artikel Ilmiah yang berjudul: "Analisis factor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)", menggunakan metode Regresi linier berganda dengan sampel 100 responden, kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut:

---

[88]Vivieta Ary Yatie, Tesis,*Analisis factor-Faktor yang mempengaruhi nasabah menabung: study kasus di bank syariah Surabaya*, 2015.

[89]Muhammad Dwi Ari Susanto, Handoyo Djoko Waluyo, Sari Listyorini, S, Jurnal, *Pengaruh produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera kecamatan Lasem Semarang*, 2013.

a. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari t tabel (2,994 > 1,985) dengan probabilitas 0,004 < 0,05.

b. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari t tabel (2,759 > 1,985) dengan probabilitas 0,007 < 0,05.

c. Keyakinan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari t_{tabel} (2,671 > 1,985) dengan probabilitas 0,009 < 0,05.

d. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari t_{tabel} (2,777 > 1,985) dengan probabilitas 0,007 < 0,05.

e. Pelayanan yang tepat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.[90]

4. Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga, 2012, Jurnal yang berjudul: "Analisis minat menabung masyarakat pada bank Muamalat di Kota Kisaran", menggunakan metode program komputer SPSS versi 16,0 dan Microsoft Excel 2007,dengan sampel 100 responden. Kesimpulan dalam pengambilan

[90]Chrisna Very Yudhiartha, Artikel Ilmiah, *Analisis factor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen).*2012.

keputusan untuk menabung, ada tiga faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pelayan baik pelayanan sarana maupun pelayanan bertransaksi, faktor keyakinan serta faktor lokasi/jarak.

a. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari ttabel (2,777 > 1,985) dengan probabilitas 0,007 < 0,05.
b. Pelayanan yang tepat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.[91]

5. Wirdayani Wahab, 2016, Jurnal yang berjudul: "Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah", metode yang digunakan adalah program komputer SPSS versi 21,0 terhadap 100 responden, diperoleh kesimpulan:
   a. Variable *independent* (tingkat bagi hasil) Nilai R sebesar 0,871 menunjukan bahwa antar variabel tingkat bagi hasil dengan minat menabung nasabah) memiliki hubungan yang sangatkuat.
   b. Dari uji F menunjukan bahwa nilai, signifikansi adalah sebesar 0,000 atau nilainya dibawah 0,05. Artinya variable tingkat bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah.[92]
6. Ahmad Rusdan Miraza, 2011, Tesis, Analisis pengaruh bagi hasil dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah mandiri

[91]Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga, Jurnal, *Analisis minat menabung masyarakat pada bank Muamalat di Kota Kisaran*, 2012.

[92]Wirdayani Wahab, *Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah*, 2016.

kantor cabang pembantu Tanjung Balai, metode yang digunakan adalah Regresi linier berganda, dengan sampel 95 nasabah diperoleh kesimpulan:

a. Secara serempak bagi hasil dan kualitas produk berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tanjung Balai.
b. Secara parsial variabel pembiayaan murabahah berpengaruh sangat signifikan terhadap bagi hasil nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tanjung Balai.[93]

[93]Ahmad Rusdan Miraza, Tesis, *Analisis pengaruh bagi hasil dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah mandiri kantor cabang pembantu Tanjung Balai*, 2011.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Profile Bank BNI Syariah

Objek penelitian di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang Banten.

Alamat Kantor : Jalan Ahmad Yani No.34 Kelurahan Serang Kecamatan Serang Kota Serang propinsi Banten.

No Telepon : (0254) 222808

Visi Bank BNI Syariah: Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

Misi Bank BNI Syariah:

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa Perbankan Syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang maksimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggan untuk berkarya dan berprestasi bagi Pegawai sebagai perwujudan Ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang Amanah.

Culture Bank BNI Syariah :

a. Amanah, merupakan tanggung jawab terhadap peran yang dimiliki oleh setiap insan BNI Syariah, baik peran secara formal maupun sosial.
b. Jamaah, merupakan etos membangun sinergi yang solid di bawah kepemimpinan yang efektif. Kedua pilar tersebut membentuk *corporate values*

"Hasanah Titik!" sebagai komitmen unggul mempersembahkan produk dan layanan inovatif, berkualitas yang berlandaskan kaidah syariah.

Fasilitas jaringan kantor: 49 Kantor Cabang, 97 Kantor Cabang Pembantu Reguler, 17 Kantor Kas dan 24 Payment Point, 23 Bank layanan gerak.

Fasilitas layanan pendukung: 1.464 *Sharia Chanelling Outlet* (SCO), 8.000 ATM BNI, 49.000 ATM Bersama, 63.000 ATM Prima, Call Center 24 jam, *SMS Banking, Internet Banking, BNI Remittance* di Hongkong dan Taiwan.[94]

B. Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang, terletak di Jalan Ahmad Yani No.34 Kelurahan Serang Kecamatan Serang Kota Serang propinsi Banten (seberang rumah sakit Kencana Serang), sebagai satu-satunya Kantor Cabang Pembantu Serang dibawah induk kantor Cabang Utama yang berlokasi di kota Cilegon propinsi Banten. Jumlah karyawan organik berjumlah 7 orang terdiri dari: 1 orang pemimpin/ Sub Branch Manager, 1 orang supervisor/ Operational Sales Head, 2 orang petugas Customer Service, 1 orang petugas Teller, 1 orang petugas Assisten Sales Funding dan 1 orang Assisten Sales Lending. Sedang petugas Outsourching ada 6 orang terdiri dari: 4 orang security merangkap jaga malam, 1 orang driver, 1 orang office boy.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang telah berdiri sejak tanggal 27 Mei 2012. Berbatasan sebelah Utara Jalan Raya Ahmad Yani, sebelah Timur Kantor Jamkrindo, sebelah Barat Bank Jabar Banten Syariah/Toko optik International dan sebelah Selatan Ruko Cipare Serang.Lokasi mudah dijangkau, akses jalan mudah dan strategis (1 km dari kantor Kabupaten Serang atau kantor

[94]www.bnisyariah.co.id diakses tanggal 29 Maret 2017 pukul 17.00 WIB

Gubernur Banten yang lama) yang merupakan pintu gerbang memasuki wilayah Propinsi Banten. Penelitian dilakukan pada bulan Mei s/d Juni 2017.

C. Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana, untuk: mengumpulkan, mengolah, menganalisa data, serta menyimpulkan, dengan menggunakan metode atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atas permasalahan yang timbul. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ilmiah adalah cara yang dipandang sebagai cara mencari kebenaran secara ilmiah, penelitian ilmiah merupakan penyaluran hasrat ingin tahu manusia dalam taraf keilmuan. Karena cara penelitian hanya akan menarik dan membenarkan suatu kesimpulan.

Sesuai dengan pokok masalah dan tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian " Pengaruh Bagi Hasil Produk Syariah dan Proses Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang ". Maka metode yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya metode deskriptif kuantitatif. Metode desriptif kuantitatif adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang telah berlangsung pada saat riset dilakukan, menjelaskan, menggambarkan karakteristik data, memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu dan untuk mengetahui tingkat penjualan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipakai dalam

penelitian ini adalah seluruh Nasabah dana atau pemilik rekening tabungan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang Banten yang berjumlah 7.556 nasabah.. Sedangkan Sampel dalam populasi tidak seluruh angota populasi harus diukur, tetapi hanya sebagian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jadi Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang Banten. Mengingat jumlah populasi yang tidak mungkin dijadikan sampel secara keseluruhan. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 nasabah tabungan.

Teknik pengambilan sampling menggunakan *Non Probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel baik secara pasif (menemui nasabah yang datang ke kantor BNI Syariah) juga secara aktif (dengan mendatangi rumah tinggal nasabah). Penentuan jumlah sampel dari populasi jumlah nasabah sebesar 7.556 dengan asumsi hanya 26.5 persennya yang sesuai pembatasan yaitu: Gender, usia, pekerjaan, pendidikan, lamanya menjadi nasabah, tabungan mudharabah menggunakan menggunakan rumus dari Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} = \frac{2.002}{2.002 \times (0,0025 + 1} = 100$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh hasil penelitian yang diharapkan maka dibutuhkan data dan informasi yang akan mendukung penelitian ini. Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, penulis menggunakan cara studi dokumentasi, yaitu menelaah dokumen yang diperlukan pada objek penelitian, data yang telah terkumpul didistribusikan untuk kemudian dianalisis.

Selain pengumpulan dokumen laporan keuangan penulis juga melakukan beberapa teknik pengumpulan data. Penelitian normatif (*library research*), dalam hal ini penulis membaca dan mempelajari teori-teori yang ada hubungannya dengan masalah pokok pembahasan melalui buku-buku referensi, penelitian terdahulu, jurnal, artikel, internet dan media lainnya yang berhubungan dengan media ini. Dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing prangkat pengumpulan datanya, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Observasi*

Teknik pengumpulan data, yaitu dengan mengadakan pengamatan secara langsung mengenai pelaksanaan bagi hasil produk syariah dan proses layanan terhadap kepuasan konsumen. Teknik ini menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. *Interview* (Wawancara)

Dari sumber data sekunder diperoleh langsung melalui wawancara yaitu pengumpulan informasi dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan kepala cabang dan karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang Banten, tentang hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan dan Produk-produknya, untuk memperoleh kebenaran dari data yang dikumpulkan.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara menyalin atau dengan mengumpulkan arsip-arsip atau dokumentasi dari perusahaan yang dapat dipertanggung jawaban kebenarannya. Untuk mendukung dokumentasi, yaitu mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian berdasarkan laporan keterangan yang didapat dari pihak perusahaan.

4. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada 98 dibulatkan menjadi 100 sampel nasabah untuk diisi atau dijawab sesuai pendapat responden dengan harapan memberian respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/pernyataan bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan dapat berupa angket (kuesioner). Checklist atau skala.

Model pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara membagikan sejumlah daftar pertanyaan (kuesioner) kepada setiap responden yaitu konsumen atau nasabah yang menggunakan produk Tabungan pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang Banten. Adapun jenis Kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data yaitu kuesioner tertutup. Untuk metode pengukurannya digunakan skala likert dengan memberikan skor 1-5.

Tabel 3.1 Pengukuran skala likert

Besarnya nilai	Tingkat pengaruh
1	Sangat tidak Setuju

2	Tidak Setuju
3	Normal
4	Setuju
5	Sangat setuju

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan model regresi yaitu analisis yang mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti memiliki distribusi probabilistik. variabel bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sempel yang berulang). [95]

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel *dependent* (terikat) dapat diprediksikan (meramalkan) melalui variabel *independent* (bebas) secara parsial ataupun secara bersama-sama (simultan). Analisis regresi dapat digunakan untuk kebijakan apakah ingin menaikan atau menurunkan variabel *independent*.[96] Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda berganda, yaitu yang pengaruhi dalam bentuk persamaan yang menghubungkan antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas ($X_{1,}$ $X_{2,}$) dalam suatu persamaan linier.

Didalam penelitian ini ada dua model persamaan karena terdapat dua variabel terikat (Y_1). Persamaan regresi linier berganda:

$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$Y_{1,}$ = variabel dependen

[95] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), h. 101.

[96] Riduwan Adun Rusyana, *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*, (Bandung:Alphabeta, 2011), h. 93.

X_1, X_2 = variabel Independen

a = konstanta, perpotongan garis pada sumbu X_1

b_1, b_2 = koefisien regresi[97]

Agar model regresi berganda yang penulis gunakan dapat diinterpretasikan dengan baik, maka harus menggunakan asumsi *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE).

1. Uji asumsi klasik[98]

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independent atau keduanya berdistribusi normal atau tidak.[99]

Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Tujuan dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Kemudian, apakah pentingnya memiliki data yang berdistribusi normal? Data yang mempunyai distribusi normal merupakan salah satu syarat dilakukannya *parametric test*. Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik diterapkan. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menganalisa grafik uji statistik.[100]

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan data observasi

---

[97] Trihendradi, *Analisis Data Statistik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009), h. 213.

[98] Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), h.81-87.

[99] Husain Umar, *Desain MSDM dan perilaku karyawan*, (Jakarta Raja grafindo Persada, 2007), h.77.

[100] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2006), h.110.

dengan distribusi yang mendekati normal. Metode lain adalah dengan melihat *normal probability plot*, yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis, diagonal dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar mengambil keputusan :

1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram. Maka tidak menunjukan pola distribusi normal model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisita

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan variabel dari residual untuk semua pengamat pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat

yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang biasa digunakan di antaranya:

1) Dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.
2) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
3) Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index* Uji Autokorelasi. Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:
   a) Jika d lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari (4-d_L) maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
   b) Jika d terletak antara d_U dan (4-d_U), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
   c) Jika d terletak antara d_L dan d_U atau di antara (4-d_U) dan (4-d_L), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasif.

   Nilai d_U dan d_L dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya variabel yang menjelaskan,

   Rumus uji Durbin Watson

   $$d = \frac{\sum(e_n - e_{n^-1})2}{\sum e_x^2}$$

   <u>Keterangan :</u>

d = nilai Durbin Watson

e = residual

2. Pengujian Hipotesis t (t-test)

Uji t merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak.[101]

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}, dengan taraf kepercayaan atau taraf signifikasi sebesar 5 persen (0.05). Adapun t_{hitung} dapat dicari dari hasil perhitungan SPSS dan t_{tabel} dapat dicari dari tabel t. dengan kesimpulan hasil uji sebagai berikut:

a) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Sig. t < 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Sig. t > 0.05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, ini berarti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji regresi secara bersamaan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). F_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana: R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

[101] Nachrowi Djalal, *Penggunaan Teknik Ekonometri*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 24.

Menentukan F_{tabel} dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, ά = 5%, df 1 (jumlah variabel-1) atau 3-1=2 dan df 2 (n-k-1) (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen).

Kriteria pengujian: Ho diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ [102]

4. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Angka koefisien yang dihasilkan dalam uji ini berguna untuk menunjukan kuat lemahnya hubungan antar variabel *dependent* dan variabel *independent*. Berikut pedoman interpretasi koefisien korelasi:

Tabel 3.2 Interpretasi koefisien korelasi.[103]

0,00-0,20	Korelasi keeratan sangat lemah
0,21-0,40	korelasi keeratan lemah
0,41-0,70	korelasi keeratan kuat
0,71-0,90	korelasi keeratan sangat kuat
0,91-0,99	korelasi keeratan sangat kuat sekali
1,00	berarti korelasi keeratan sempurna

Koefisien korelasi dapat kita cari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Ry.x_1x_2 = \frac{\sqrt{(ryx1)} + (ryx2) - 2\,(ryx1).(ryx2).(rx1x2)}{\sqrt{1-(rx1x2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

X_1 = Jumlah dana Pihak ketiga (DPK)

[102] Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*…, h. 67.

[103] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), h.40.

X_2 = Jumlah penyaluran pembiayaan

Y_1 dan Y_2 = Pembiayaan sektor UMKM dan Pertumbuhan ekonomi PDRB

n = jumlah sempel penelitian

Koefisien korelasi (r) menunjukan derajat korelasi antara X dan Y. setelah angka koefisien korelasi *pearson product moment* diperoleh maka untuk mengetahui hubungan antara variabel tersebut (tingkat keeratan atau tingkat tinggi rendahnya) harus dikonsultasikan dengan batas-batas nilai r (korelasi), yaitu: $1 < r < 1$

(-) berarti terdapat hubungan terbalik antara variabel X dan variabel Y

(+) berarti terdapat hubungan searah antara variabel X dan variabel Y

Adapun interpretasi dari koefisien korelasi adalah:

a) Apabila r = 1, hubungan (X) dan (Y) sempurna secara positif dan apabila mendekati hubungannya sangat kuat dan positif.
b) Apabila r = -1, hubungan (X) dan (Y) sempurna secara negatif dan apabila mendekati hubungannya sangat kuat dan negatif.
c) Apabila r = 0, maka kualitas (X) dan (Y) tidak ada hubungan.

5. Koefisien Determinasi (R Square atau R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan besarnya kontribusi atau pengaruh variabel independen bagi hasil produk syariah dan proses layanan terhadap variabel dependen keputusan menabung pada bank BNI Syariah. Bersarnya koefisien determinasi didapat dari mengkuadratkan koefisien korelasi.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik Korelasi Ganda yaitu untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua

variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y) dengan menggunakan :

1. **Analisis Regresi Linier Sederhana, dengan rumus:**

   Y = a + bX

   Keterangan :

   Y = Variabel dependen yang diprediksikan

   a = Konstanta (Nilai Y apabila X= 0)

   b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

   X = Variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

2. **Analisis Regresi Linear Berganda, dengan rumus:**

   Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e

   Keterangan:

   Y = Variabel terikat/ keputusan menabung pada Bank BNI Syariah

   X_1= Variabel bebas/ Bagi hasil produk syariah

   X2= Variabel bebas/ Proses Pelayanan

   e = Penambahan variabel bebas.

3. **Uji statistik (uji t)**

   Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

   a. Membuat Ha dan Ho dalam bentuk kalimat.

   b. Membuat Ha dan Ho model startistik.

   c. Mencari t_{hitung} dengan rumor.

d. Menetukan kriteria pengujian dengan cara menentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya kemudian dicari t_{tabel} dengan ketentuan dk = n-1 juga diketahui posisi pengujiannya.

e. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}.

f. Membuat kesimpulan.

Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

4. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dengan langkah sebagaiberikut (asumsi bahwa data dipilih secara acak, berdistribusi normal dan variannya *homogeny*):

a. Membuat Ha dan Ho dalam bentuk kalimat.

b. Membuat Ha dan Ho dalam bentuk statistic.

c. Membuat tabel penolong untuk menghitung angka statistik.

d. Mencari jumlah kuadrat antar group dengan rumus.

e. Mencari derajat kebebasan antar group dengan rumus.

f. Mencari kuadrat rerata antar group dengan rumor.

g. Mencari jumlah kuadrat dalam antar group.

h. Mencari derajat kebebasan dalam antar group dengan rumus.

i. Mencari kuadrat rerata dalam antar group dengan rumus.

j. Mencari F_{hitung}.

k. Menentukan kaidah pengujian:

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak Ho artinya signifikan.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terima Ho artinya tidak signifikan.

l. Mencari F_{tabel}.[104]

m. Membanding F_{hitung} dengan F_{tabel}.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

(1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho ditolak.

(2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi > 0, 05 maka signifikan.

Jika nilai signifikansi < 0, 05 maka tidak signifikan.

[104]Riduan, *Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2014. hal.166-168

JADWAL/SCHEDULE PENELITIAN

No.	Kegiatan	Dec-16				Jan-17				Februari				Maret				April			
		Minggu ke-				Minggu ke-				Minggu ke-				Minggu ke-				Minggu ke-			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsultasi judul																				
2	Pengajuan Outline																				
3	konsultasi Bab I dan II																				
4	Seminar proposal penelitian																				
5	Revisi Proposal																				
6	Penyusunan Instrumen Penelitian																				
7	Pengajuan Penelitian																				
8	Pelaksaaan Penelitian																				
9	Pengolahan Data Hasil Penelitian																				
10	Konsultasi Bab I - IV																				
11	Ujian Tesis																				

MARKETING MIX

Menurut Kotler (2005:17) bahwa *"*Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran*"*. Berdasarkan definisi tersebut diatas bahwa bauran pemasaran adalah kombinasi beberapa elemen bauran pemasaran untuk memperoleh pasar, pangsa pasar yang lebih besar, posisi bersaing yang kuat dan citra positif pada pelanggan sehingga dapat kita artikan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan hasil penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan dan stakeholdernya.

1. Product (Produk)

Definisi produk menurut Philip Kotler adalah : "A product is a thing that can be offered to a market to satisfy a want or need" . Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan suatu hasil dari proses yang dipengaruhi oleh kekuatan pasar (supply vs demand) yang diperankan oleh fungsi operation dalam menciptakan atau pengadaan barang dan jasa pada basis biaya (cost) dan oleh fungsi marketing dalam hal memahami kebutuhan dan keinginan customer (consumer behavior).

2. Price (Harga)

Definisi harga menurut Philip Kotler adalah : "*Price is the amount of money charged for a product or service. More broadly, price is the sum of all the value that consumers exchange for the benefits of having or using the product or*

service". Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Sedangkan Stanton mendefinisikan harga: "*Price is the amount of money and or goods needed to acquire some combination of another goods and its companying services*". Pengertian di atas mengandung arti bahwa harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang yang lain yang disertai dengan pemberian jasa. Harga merupakan elemen dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.

Perusahaan menetapkan suatu harga dengan melakukan pendekatan penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantara tiga perangkat perimbangan berikut ini yakni:

1. *Cost-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan biaya)

   a) *Cost-Plus-Pricing* (Penetapan harga biaya plus)

      Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standar mark-up terhadap biaya produk.

   b) *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analisis Peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran).

      Suatu metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan break even atau membuat target laba yang akan dicari.

2. *Value-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai)

   Metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya penjualan) untuk menetapkan suatu harga.

3. *Competition-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan persaingan)

   a) *Going-rate Pricing* (Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

      Perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dan pesaing utamanya.

   b) *Scaled-Bid Pricing* (Penetapan harga penawaran tertutup)

      Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

3. Promotion (Promosi)

Definisi menurut Stanton adalah: "*Promotion mix is the combination of operasional selling, sales person, public relation. These are the promotional tools that help an organization to achieve its marketing objective*". Sedangkan menurut Kotler yang dimaksud dengan promosi adalah : "*Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its product the target market*".

Menurut Philip Kotler, *promotion tools* didefinisikan sebagai berikut :

1. *Advertising* (Periklanan)

Suatu promosi barang atau jasa yang sifatnya non personal dilakukan oleh sponsor yang diketahui.

2. *Personal selling* (Penjualan perorangan)

   Penjualan perorangan yang dilakukan oleh para wiraniaga yang mencoba dan membujuk untuk melakukan penjualan sekaligus.

3. *Sales promotion* (Promosi penjualan)

   Suatu kegiatan yang dimaksud untuk membantu mendapatkan konsumen yang bersedia membeli produk atau jasa suatu perusahaan.

4. *Public relation* (Publisitas)

   Suatu kegiatan pengiklanan secara tidak langsung dimana produk atau jasa suatu perusahaan disebarluaskan oleh media komunikasi.

4. Place (Distribusi)

Definisi menurut Philip Kotler mengenai distribusi adalah : "*The various the company undertakes to make the product accessible and available to target customer*". Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran.

Keputusan penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada pelanggan dan dimana hal tersebut akan dilakukan. Ini harus dipertimbangkan karena dalam bidang jasa sering kali tidak dapat ditentukan tempat dimana akan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Saluran distribusi dapat dilihat sebagai kumpulan organisasi yang

saling bergantungan satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk/pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Penyampaian dalam perusahaan jasa harus dapat mencari agen dan lokasi untuk menjangkau populasi yang tersebar luas.

Sebagai salah satu variabel *marketing mix, place*/ distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan memastikan produknya, karena tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

EXTENDED MARKETING MIX

5. Process

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi people yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan knowledge (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar. Faktor penting lainnnya dalam people adalah attitude dan motivation dari karyawan dalam industri jasa. Moment of truth akan terjadi pada saat terjadi kontak antara karyawan dan konsumen. Attitude sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, body language, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

6. People

Process, mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (quality assurance), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

7. Physical Evidence

Building merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalai perusahaan jasa yang memiliki karakter . Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk lightning system, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi mood pengunjung. Bangunan harus dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan ambience sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat membrikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan jasa dengan kelas market khusus.

8. Productivity & Quality

Produktivitas adalah sejauh mana efisiensi masukan-masukan layanan ditransformasikan ke dalam hasil-hasil layanan yang dapat menambah nilai bagi pelanggan, sedangkan kualitas adalah derajat suatu layanan yang dapat memuaskan pelanggan karena dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan. Dalam Jasa juga ada komponen biaya yang dihitung berdasarkan aktivitas, makanya kita mengenal istilah activity based accounting. Sementara itu

kualitas sangat penting pada Jasa ketimbang pada produk. Jika produk kualitas rendah masih bisa laku di pasar, tidak demikian halnya dengan Jasa.