

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan perusahaan khususnya perusahaan jasa atau bank adalah menciptakan kepuasan pelanggan. kepuasan pelanggan juga sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu usaha.

Menurut Philip Kotler kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan yang diterima dengan apa yang diharapkan¹. Sedangkan nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

Bank harus menempatkan konsumen sebagai raja dalam perusahaan, sehingga setiap elemen perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, tidak hanya

¹ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung : Indeks. 2010) h. 27

memperhatikan mutu atau kualitas dari produk tetapi juga memperhatikan kepuasan dari nasabahnya

Kepuasan konsumen menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Variabel yang menentukan kepuasan konsumen adalah *ekspectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila pelayanan yang diterima melebihi apa yang diharapkan maka nasabah akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu pelayanan yang diterima jauh dibawah apa yang diharapkan maka tidak puas.

Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah² :

- a. Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan apa yang didapat oleh konsumen
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Prilaku atau sikap karyawan perusahaan yang mengecewakan pelanggan
- d. Suasana dan kondisi lingkungan fisik yang tidak menunjang

² Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta : kencana. 2004) h. 213

- e. Biaya yang tinggi, misalkan biaya administrasi yang tinggi diatas bank lain
- f. Promosi iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen

Untuk memuaskan konsumen perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Menurut Handy Irawan ada lima yang menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu :

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk ternyata produk yang digunakan adalah berkualitas.

b. Harga

Untuk konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting krena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi

c. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan

d. Faktor emosional

Konsumen merasa bangga menggunakan produk tertentu, yang menjadikan konsumen puas terhadap merek tertentu

e. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk/jasa

Konsumen akan merasa puas apabila transaksi yang dilakukan sangat mudah, tidak berbelit belit, dan efisien

Dari kelima faktor diatas, kualitas pelayanan merupakan faktor yang dominan karena untuk menarik konsumen sebanyak mungkin, maka bank harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah

3. Strategi Kepuasan Nasabah

Konsumen merupakan aset perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan oleh karena itu bank harus mempunyai strategi untuk memuaskan konsumen untuk mendukung keberhasilan bank.

Strategi-strategi dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah :

a. Strategi pemasaran relationship marketing

Yaitu menjalin hubungan baik antara bank dengan nasabah, hubungan baik yang dilakukan jangka panjang akan menjadikan

nasabah tidak hanya puas tetapi loyal pada bank. Oleh karena itu sangat penting memelihara silaturahmi dengan baik dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

b. Strategi pelayanan prima

Yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing secara rinci yaitu :

1. Semua transaksi dilayani atau dilaksanakan dengan cepat dan cermat
2. Berlaku ramah, sopan, dan selalu membantu nasabah
3. Selalu berusaha mengerti kemauan nasabah
4. Melayani nasabah dengan tepat waktu
5. Melayani kebutuhan nasabah diluar produk yang dijual di bank

c. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Meliputi berbagai usaha seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan konsumen, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship, dan publik relation kepada pihak manajemen dan karyawan.

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi yang tepat harus dipahami apa yang

dipikirkan(kognisi),dirasakan(pengaruh), dilakukan (prilaku).

Ada lima faktor dominan penentu kualitas jasa³, yaitu:

1. Tangiable (berwujud)

Kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Misalnya yang dapat dilihat seperti yang dapat terlihat seperti design dan layout gedung bank bank syariah yang tertata dan rapi maupun brosur yang menjelaskan keuntungan dari produk tersebut

2. Emphathy

Kesediaan karyawan untuk lebih memperhatikan kebutuhan dari pelanggan. setiap elemen dari perusahaan mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Misalnya Customer Service, Teller, AO, dan setiap lapisan karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan

3. Responsiveness (cepat tanggap)

Kemauan karyawan untuk mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen dan setiap keluhan dari konsumen

³ Philip Kotler, *Marketing Managamen* (New Jersey : Prentice Hall, 2000) h.

harus cepat di tanggapinya untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalnya slip transaksi yang habis, maka karyawan harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis tersebut. Menurut Endar Sugiarto, keluhan konsumen dapat dibedakan menjadi empat, yaitu⁴ :

a. Keluhan Mekanikal

Yaitu keluhan sehubungan tidak berfungsinya peralatan. Seperti tidak berfungsinya mesin ATM

b. Keluhan Akibat Sikap Karyawan

Keluhan yang muncul akibat perilaku karyawan yang negatif atau tidak memperhatikan nasabah, nasabah merasa disepelekan atau tidak dipedulikan

c. Keluhan berkaitan dengan pelayanan

Keluhan yang terkait dengan pelayanan itu sendiri. Misalnya antrian teller yang cukup lama dan panjang serta kurangnya kursi pada saat harus mengantri, sehingga banyak nasabah yang terpaksa berdiri menunggu antrian.

⁴ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa* (Jakarta : Gramedia. 1999) h. 46

4. Reliability (keandalan)

Perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan sendiri keada konsumen. Misalnya bagi hasil tinggi, Aman, Bebas Riba, dan Transaksi yang mudah maka promosi itu harus terbukti kepada nasabah

5. Assurance

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan kepada nasabah

Apabila kelima elemen diatas diperhatikan, akan memberikan kepuasan kepada konsumen yang merupakan fungsi dari *perceived performace*(kinerja) dan *ekspectations* (harapan). Dalam hal ini penting sekali arti *Customer Delivered Value* (Nilai yang diterima pelanggan)

4. Cara mengukur Kepuasan Nasabah

Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan beberapa cara⁵:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan meminta keluhan dan saran dengan melalui kotak saran, telepon bebas pulsa, diskusi dengan karyawan lain

⁵ Kotler , *Marketing Managmen*,....., h.46

tentang pelayanan yang salah diberikan. Misalnya karyawan menagih nasabah untuk membayar cicilan pembiayaan pada suatu bank sedangkan nasabah yang ditagih adalah nasabah yang aktif membayar

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi kepuasan pelanggan. survey ini bisa dilakukan melalui komunikasi langsung, melalui telepon, atau melalui angket

3. Analisa pelanggan yang lari

Misalnya pelanggan yang ingin menutup rekening, maka bank harus menghubungi nasabah dan menanyakan alasan penutupan. Apakah terjadi ketidakpuasan, maka bank mencari jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya

B. Tipe Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan dan Prilaku Konsumen

Dari pengertian yang dipaparkan, beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan konsumen dengan prilaku konsumen yang terdapat dalam beberapa tipe:

1. Konsumen yang puas atau apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut.
2. Tipe konsumen *Defectors*, konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan pari produk tersebut perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar. Sehingga ia beralih kepada produk lain yang mampu memberikan kepuasan lebih dari apa yang diharapkannya.
3. Tipe konsumen *Terrorist*, yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif terhadap perusahaan, sehingga akan mengatakan kepada orang lain, seperti transaksi yang berbelitbelit atas dasar ketidakpuasan yang ia dapat dari produk tersebut.
4. Tipe konsumen *Hostages*, yaitu konsumen yang tidak puas akan suatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada barang lain, karena struktur pasar yang monopolistik. Karena tidak ada perusahaan lain meskipun konsumen tidak puas mereka tetap menggunakannya
5. Tipe konsumen *mercenaries* yaitu konsumen yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut karena dipengaruhi oleh faktor lain seperti jarak.

Misalnya meskipun konsumen sangat puas dengan tingkat bagi hasil yang tinggi terhadap produk dan pelayanan di bank tersebut namun karena jaraknya yang jauh ia beralih kepada bank yang lebih dekat.

C. Bagi Hasil

1. Prinsip Bagi Hasil

Prinsip-prinsip bagi hasil yang dijalankan perbankan syariah adalah sebagai berikut.

- a. Dana *Mudharabah*; semua pendapatan dari pengelolaan dana *mudharabah* yang dihimpun dibagikan kepada *shahibul maal*
- b. Apabila penghimpunan lebih besar daripada penyaluran/pembiayaan maka pendapatan yang dibagikan adalah pendapatan dari pembiayaan ditambah dengan pendapatan dari penyaluran lainnya. Sumber dananya dari dana *mudharabah*

- c. Apabila penghimpunan lebih kecil daripada penyaluran/pembiayaan maka pendapatan yang dibagikan hanya sebesar porsi dana *mudharabah* yang dihimpun saja⁶

2. Bagi pendapatan (*Revenue Sharing*)

- a. Yang dibagikan adalah pendapatan usaha
- b. Shahibul menanggung seluruh kerugian apabila usaha di likuidasi

Bagi Untung (*ProvitSharing*)

- 1) Yang dibagikan adalah keuntungan usaha
 - 2) Bagi untung tidak berarti bagi rugi (*loss sharing*).artinya jika kerugian bukan karena kelalaian dari *Mudharib* maka seluruh kerugian ditanggung oleh *shahibul maal*
- Prinsip bagi hasil (*probit sharing*) merupakan karakteristik umum landasan dasar bagi operasional bank islam secara keseluruhan, berdasarkan prinsip *mudharabah* bank berfungsi sebagai mitra baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana

⁶Gita Danupramata, *Manajemen Perbankan Syari'ah* (Jakarta: Salemba empat (2013) h.131

3. Perbedaan Bagi Hasil Dengan Bunga⁷

Bagi Hasil	Bunga
Penentuan besarnya rasio nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada keuntungan untung/rugi	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung
Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan jumlah yang diperoleh	Besarnya persentase berdasarkan jumlah uang (modal) yang dipinjamkan
Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung oleh kedua belah pihak	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi
Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan pendapatan	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “booming”
Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk islam

⁷Gita Danupramata, *Manajemen Perbankan Syari'ah* (Jakarta : Salemba empat (2013) h.56

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bagi Hasil

1. Faktor Langsung
 - a. Investment Rate merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika bank menentukan investment rate sebesar 80 persen hal ini berarti 20 persen dari total dana di alokasikan untuk memenuhi likuiditas
 - b. Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari beberapa sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan salah satu metode ini :
 1. Rata-rata saldo minimum bulanan
 2. Rata-rata saldo harian
 - c. Nisbah (profit Sharing Ratio)
 1. Salah satu ciri al-Mudharabah adalah nisbah yang harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian
 2. Nisbah antara satu bank dengan bank lainnya dapat berbeda
 3. Nisbah juga dapat berbeda dari waktu ke waktu dalam satu bank, misalnya deposito 1 bulan, 3 bulan, dan 6 bulan, dan 12 bulan

4. Nisbah juga dapat berbeda antara satu *account* dan *account* lainnya sesuai dengan besarnya dana dan jatuh temponya

3. Faktor Tidak Langsung

- a. Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya Mudharabah
 1. Bank dan nasabah melakukan share dalam pendapatan dan biaya (profit and sharing). Pendapatan yang di"bagihasilkan" merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya
 2. Kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting)

D. Mudharabah

1. Pengertian Mudharabah

Yaitu akad kerjasama antara *shahibul maal* (pemilik dana) dengan *Mudharib* (pengelola dana atau bank) dan keuntungan yang diperoleh dibagi menurut kesepakatan kedua belah pihak menurut perbandingan (nisbah) yang telah disepakati sebelumnya⁸.

Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan

⁸ Gita Danupramata, *Manajemen*,.....,h.74

akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kelalaian dan kecurangan sipengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut

2. Landasan Syari'ah Mudharabah

Secara umum landasan syariah al-Mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam ayat-ayat dan hadits berikut ini.

a. Al-Qur'an

... وَءَاخِرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ... ^ط

“...dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT...” (al-Muzzamil:20)⁹

b. Al-Hadits

كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً
وَلَا يَنْزِلُ بِهِ وَادِيًا، وَلَا يَشْتَرِي بِهِ دَابَّةً ذَاتَ كَبْدٍ، رَطْبًا
لَأَنَّ يَسْلُكَ بِهِ بَحْرًا فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ، ضَمِنَ فَبَلَغَ شَرْطُهُ رَسُولَ
اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ

“Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwasayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara Mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak, jika menyalahi peraturan tersebut yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut.

⁹ M Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan maknanya* (Tangerang : Lentera Hati, 2010) hal.48

Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah saw dan Rasulullah pun mbolehkannya.”(H.R Thabrani)¹⁰

3. Rukun dan Syarat Mudharabah

a. Rukun

- 1) Ada Pemilik Modal
- 2) Ada Pengelola
- 3) Ada usaha yang dikelola
- 4) Ada keuntungan yang diharapkan
- 5) Ada pengikatan antara pemilik modal dan pengelola

b. Syarat

- 1) Baik pemilik modal maupun pengelola, keduanya paham akan hukum
- 2) Modal harus berbentuk tunai, dalam jumlah yang dapat dihitung
- 3) Pembagian keuntungan disepakati bersama

c. Implementasi *mudharabah dalam teknis perbankan*

- 1) Nasabah memiliki proyek
- 2) Nasabah meminta pembiayaan dari bank umum untuk membiayai proyeknya
- 3) Nasabah mengelola proyek

¹⁰Hadits Nabiriwayat Thabrani

- 4) Nisbah bagi hasil keuntungan ditetapkan dimuka dengan kesepakatan bersama
- 5) Jangka waktu pengelolaan ditetapkan
- 6) Jangka waktu pembagian bagi hasil ditentukan
- 7) Bank diizinkan ikut serta mengawasi pengelolaan

d. Objek Mudharabah

Objek *Mudharabah* dapat didasarkan pada jenis usaha, seperti waralaba atau kemitraan. Selain itu, objek mudharabah dapat digunakan untuk modal kerja dan investasi

e. Manfaat Mudharabah

- 1) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat
- 2) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan / hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- 3) Pengembalian produk pembiayaan disesuaikan dengan cash flow / arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah.

- 4) Bank akan lebih selektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan
- 5) Prinsip bagi hasil dalam *Muharabah* ini berbeda dengan bunga dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi, dan terjadi krisis ekonomi¹¹

E. Deposito

1. Landasan Hukum Deposito Mudharabah

Deposito telah diatur melalui fatwa DSN-MUI bahwa deposito yang dibenarkan adalah berdasarkan prinsip mudharabah dengan ketentuan-ketentuan :

- a. Dalam transaksi nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana) dan bank sebagai mudharib atau pengelola dana
- b. Dalam kapasitasnya sebagai *Mudharib*, Bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah

¹¹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani 2001) h. 98

- c. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening
- d. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya
- e. Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan.

2. Jenis-jenis Deposito

a. Deposito berjangka

Deposito berjangka merupakan produk simpanan yang memiliki jangka waktu, penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai tanggal yang dijanjikan antara deposan dan bank. Jangka waktu di bank mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, sampai 24 bulan.

Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan ataupun lembaga. Jenis deposito berjangka :

1) Deposito berjangka biasa

Deposito yang berakhir pada jangka waktu yang diperjanjikan, perpanjangan hanya dapat dilakukan

setelah ada permohonan baru/pemberitahuan dari penyimpanan.

2) Deposito berjangka otomatis

Pada saat jatuh tempo secara otomatis akan diperpanjang untuk jangka waktu yang sama tanpa pemberitahuan atau penyimpanan¹²

b. Deposito Automatic Roll Over

Adalah bentuk lain dari deposito berjangka dimana simpanan masyarakat (dalam bentuk deposito) yang telah jatuh tempo sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan, namun pihak deposan belum mengambilnya maka secara otomatis akan dilakukan perpanjangan waktu tanpa menunggu persetujuan dari deposan.

c. Deposito On Call merupakan deposito yang dikhususkan untuk deposito dalam jumlah yang besar. Pada setiap bank besarnya berbeda-beda tergantung ketentuan masing-masing bank yang bersangkutan.

¹²Wirosa, Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah, Jakarta : PT.Grasindo, 2005. Hal 24

3. Deposito Mudharabah iB

Deposito Bank Muammalah Cilegon menggunakan akad Mudharabah yaitu deposito yang berfungsi sebagai investasi yang dimanfaatkan secara produktif dalam bentuk pembiayaan yang diberikan. Hasil dari pengelolaan pembiayaan tersebut dibagi secara bersama antara bank sebagai Mudharib dan Deposan sebagai Shahibul Maal sesuai nisbah bagi hasil pada periode tertentu atau yang telah disepakati

Persyaratan Umum Pembukaan Deposito

- a. Setoran awal minimal Rp.50.000
- b. Menyerahkan fotocopy Kartu Identitas (KTP/SIM)
- c. Jumlah dana yang diinvestasikan minimal Rp.1.000.000

Cara Menghitung Bagi Hasil Deposito

Contoh :

Pada pertengahan tahun 2017 Ibu Surya menginvestasikan dananya di Bank sebesar Rp.25.000.000 dengan jangka waktu 12 bulan / 1 tahun. Berapakan Nisbah bagi hasil yang diterima oleh ibu Surya ?

Nisbah dan Equivalen Rate Bagi Hasil Deposito Bulan Juni 2017 adalah sebagai berikut :

No	Jangka Waktu	Nisbah Bagi Hasil		Equiv.Rate
		Nasabah	Bank	
1	1 Bulan	30 %	70 %	5.86 %
2	3 Bulan	33 %	67 %	6.45 %
3	6 Bulan	40 %	60 %	7.82 %
4	12 Bulan	50 %	50 %	9.77 %
5	12 Bulan	53 %	47 %	10.36 %

Dari tabel diatas jumlah Equivalent Rate dengan jangka waktu 12 bulan adalah sebesar 10.36%, dimana nisbah bagi hasil pada Nasabah sebesar 53 % dan Bank sebesar 47 %. Jadi, Perhitungannya adalah :

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. } \frac{25.000.000 \times 0,10.36}{12} \\
 & = \text{Rp. } \frac{2.590.000}{12} \\
 & = \text{Rp. } 2.201.500 \times 12 \\
 & = \text{Rp. } 26.418.000
 \end{aligned}$$

Dalam satu bulan nasabah mendapatkan bagi hasil sebesar 2.201.500 dan selama satu tahun nasabah mendapat 26.418.000

4. Fungsi dan manfaat deposito

Fungsi deposito dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu :

a. Fungsi Intern

Maksudnya fungsi deposito ini sangat strategis dalam membantu kegiatan operasional bank khususnya ruang lingkup bank itu sendiri. Jenis simpanan ini merupakan salah satu sumber utama modal bank yang praktis penggunaannya karena mempunyai limit waktu. Deposito bagi suatu bank berfungsi untuk memenuhi kebutuhan modal suatu bank, dan disamping itu juga membantu menjaga posisi likuiditas bank.

b. Fungsi ekstern

Fungsi ekstern ini dikaitkan dengan fungsi yang ada diluar perusahaan bank yakni sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang jasa yang memperlancar arus pembayaran uang. Dalam upaya mencapai tujuan pembangunan nasional lembaga perbankan dapat berperan mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah

peningkatan perkembangan perekonomian nasional maupun internasional

Manfaat deposito

Jika semakin banyak simpanan masyarakat di bank, maka bank akan dapat memenuhi kebutuhan dari nasabah yang dapat memberikan lebih banyak pinjaman kepada mereka yang membutuhkan. Selain bermanfaat dalam pembiayaan aktivitas bank juga dapat memenuhi kebutuhan dana pembangunan yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.