BAB V

PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN *WADI'AH* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH YANG MENABUNG DI BPRS JABAL NUR SURABAYA

A. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan *Wadi'Ah* terhadap Keputusan Nasabah Yang Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan dari kualitas produk tabungan *wadi'ah* terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya, dengan t sebesar 2,744 dan signifikansi sebesar 0,013, sehingga hipotesis ke-1 teruji kebenarannya. Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari beberapa wawancara terhadap responden bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah.

Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Menurut Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd apabila suatu usaha ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan

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

harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing[1]

Dalam produk tabungan *wadī'ah* BPRS Jabal Nur memililki ciri khas tersendiri baik dari design maupun dari tata cara pemasaran yang dilakukan. Dalam segi design tabungan *wadī'ah* BPRS Jabal Nur menonjolkan warna hijau sebagai warna unggulannya yang dibalut dengan logo BPRS sebagai pembeda yang mencolok di antara jenis produk tabungan lainnya.

Sedangkan dalam segi pemasaran BPRS Jabal Nur memberikan fasilitas antar jemput tabungan atau lebih dikenal dengan sistem jemput bola, sehingga memudahkan nasabah dalam menggunakannya.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian teori tersebut.[2] Diantara standar-standar syariah yang diugnakan BPRS Jabal Nur adalah sebagai berikut:

1. *Responsive* (daya tanggap)

Daya tanggap karyawan salah satunya berbentuk menanggapi keluhan nasabah terutama dalam masalah tabungan *wadī'ah*. Keluhan-

[1] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*..., 7.
[2o] Adi, *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*, (STAIN Surakarta: Sem Institute Yogyakarta, 2008), 78.

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

keluhan tersebut merupakan kewajiban yang harus diselesaikan oleh BPRS Jabal Nur demi menjaga amanah dari nasabah. Tanggung jawab terhadap pekerjaan merupakan bagian penting dalam bisnis isalam. Allah berfirman dalam QS. Al-Maidah: 1, yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

"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."[3]

2. *Reliability* (kehandalan)

Dalam masalah kehandalan karyawan BPRS Jabal Nur bekerja sesuai dengan arahan dan target sesuai yang ada dalam aturan BPRS Jabal Nur. Salah satu hal yang sesuai arahan yaitu dalam menjelaskan aturan-aturan bank kepada calon nasabah, yang kemudian salah satu tujuannya agar calon nasabah tidak merasa dirugikan dengan aturan tersebut.

3. *Assurance* (jaminan)

Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan., ketrampilan dalam memberikan informasi dan

[3] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* 106.

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

kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen bank harus 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 bermu'amalah.

4. *Emphaty* (perhatian)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para 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. Perhatian-perhatian tersebut juga tidak memilih kepada nasabah yang kaya ataupun miskin. Dalam masalah ini BPRS Jabal Nur berusahamelayani seluruh nasabah dengan sebaik-baiknya

5. *Tangibles* (kemampuan fisik)

Suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal lainnya yang bersifat fisik. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik

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

para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i.

B. Besar Pengaruh Produk Tabungan *Wadi'ah* Terhadap Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Koefisien determinasi sebesar 0,543 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 54,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari beberapa wawancara terhadap responden bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah.

Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis yang diangkat atas dasar teori-teori yang digunakan disebutkan bahwa faktor kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan (nyata) terhadap faktor keputusan nasabah, dalam penelitian ini yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan *wadi'ah* BPRS Jabal Nur Surabaya.

Jadi jika kualitas produk terjamin maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut sehingga tingkat penjualan meningkat maka keputusan nasabah menggunakan produk tersebut tinggi. Namun sebaliknya jika kualitas produk tidak terjamin dan tidak melakukan kegiatan promosi yang baik maka tingkat keputusan nasabah menggunakan produk tersebut akan cenderung rendah atau kurang. Hal itu terjadi karena kualitas

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

produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian.

Kualitas produk juga dapat dijadikan sebagai dorongan seorang konsumen untuk melakukan tindakan menggunakan produk tersebut. Sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan, konsumen akan melihat apakah produk tersebut berkualitas, pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen. Perusahaan yang dapat mempertahankan kualitas produk akan dapat bersaing dipasaran, mempunyai pelanggan yang loyal dan dapat meningkatkan volume penjualan produk.

Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian melalui variabel kualitas produk dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan kualitas produk, memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen, mempertahankan rasa dari produk, melakukan pengemasan yang baik, dan tidak mengganti nama atau merek produk yang sudah dikenal konsumen. Hal-hal diatas merupakan beberapa alternatif yang bisa ditempuh.

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