

PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN *WADI'AH*

TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BPRS

JABAL NUR SURABAYA

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMAD RIJAL FIRMANSYAH

NIM : C04211025



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI EKONOMI SYARIAH

FOTO COPY DIGITAL
CAMBOJA 2

JL. PASIRIK KULIT NO 25
SURABAYA

TLF. 085608320445

SURABAYA

2016

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : M. Rijal Firmansyah
NIM : C04211025
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Tabungan *Wadfi'ah* Terhadap
Keputusan Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur
Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Juli 2016

Saya yang menyatakan,



M. Rijal Firmansyah
C04211025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh M. Rijal Firmansyah ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 20 Juli 2016
Pembimbing,



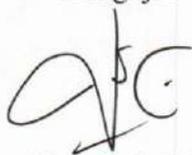
Ummiy Fauziyah Laili, M.Si
NIP. 198306062011012010

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh M. Rijal Firmansyah NIM. C04211025 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Jum'at, tanggal 12 Agustus 2016, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

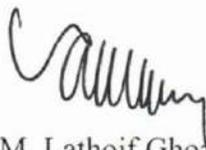
Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I



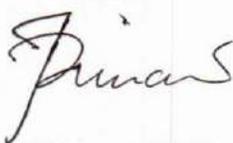
Ummi Fauziah Laili, M.Si
NIP. 198306062011012010

Penguji II



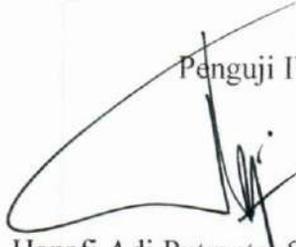
Dr. H. M. Lathoif Ghozali, MA
NIP. 197511032005011005

Penguji III



Fatikul Himami, MEI
NIP.198009232009121002

Penguji IV



Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si
NIP.198209052015031002

Surabaya, 18 Agustus 2016
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan *Wadi’ah* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya”** ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang kualitas produk tabungan *wadi’ah* berpengaruh terhadap keputusan nasabah yang menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya dan Seberapa besar pengaruh produk tabungan *wadi’ah* terhadap nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode analisis data regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Tabungan *Wadi’ah* terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya. Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier sederhana dengan uji t, uji normalitas.

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. Selain itu 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.

Perlu adanya contoh bagi karyawan dalam pelayanan yang baik serta tata cara berpakaian. Contoh tersebut bisa dari atasan, pimpinan BPRS KMS atau dari karyawan-karyawan lain. Sehingga dalam pelaksanaannya pun bisa mewujudkan kerjasama yang baik antar lini, baik dengan sesama agen pemasaran ataupun dengan bagian-bagian lain

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TRANSLITERASI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kualitas Produk.....	7
B. Keputusan Konsumen.....	14
C. Tabungan <i>Wadfi'ah</i>	19
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	22
E. Kerangka Konseptual.....	24
F. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	26

C. Definisi operasional Variabel.....	27
D. Jenis dan Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	38
B. Produk dan Aplikasi Akad.....	56
C. Karakteristik Responden.....	58
D. Analisis Data.....	60
BAB V PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN <i>WADI'AH</i> TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH YANG MENABUNG DI BPRS JABAL NUR SURABAYA	
A. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan <i>Wadi'ah</i> terhadap Keputusan Nasabah Yang Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.....	69
B. Besar Pengaruh Produk Tabungan <i>Wadi'ah</i> Terhadap Nasabah Menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.....	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produk tabungan sebagai kegiatan usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat terbagi atas dua jenis akad yaitu tabungan dengan akad *muḍārabah* sebagai tabungan dengan bentuk investasi, dan tabungan dengan akad *wadī'ah* sebagai tabungan dengan jenis simpanan murni. Akad *wadī'ah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tujuan dari akad *wadī'ah* ini adalah untuk menjaga keselamatan barang yang dititipkan dari kehilangan, kerusakan, pencurian, dan lain sebagainya. Barang titipan di sini adalah suatu benda berharga seperti uang, barang atau dokumen penting, maupun surat berharga dalam pandangan Islam.¹

Paradigma saat ini produk tabungan lebih sesuai dengan akad *wadī'ah yad ad-ḍamānah*. Akad *wadī'ah yad ad-ḍamānah* adalah jasa penitipan dana dalam hal ini penitip atau nasabah dapat mengambil dana tersebut sewaktu-waktu. Dengan sistem *wadī'ah* bank dibolehkan memberikan bonus kepada nasabah sebagai bentuk kompensasi kepada nasabah atas kepercayaan nasabah menabung di bank tersebut. Perbedaan yang mendasar antara

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2013), 64-65.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 tabungan *wadī'ah* dengan *muḍārabah* adalah pada risiko *safety*.² Jika pada tabungan *muḍārabah* terdapat kerugian, maka kerugian tersebut ditanggung oleh *ṣahibul-mal* atau pemilik dana, sehingga kemungkinan dana tabungan bisa berkurang. Dalam tabungan *wadī'ah* tidak demikian, dana yang dititipkan sepenuhnya dapat kembali 100% kepada si penitip atau nasabah. Bila ada kerugian investasi dari dana *wadī'ah*, maka kerugian tersebut ditanggung oleh pihak bank. Bila ada keuntungan yang timbul akibat kegiatan investasi yang berasal dari dana *wadī'ah*, maka sepenuhnya keuntungan tersebut milik bank. Akan tetapi bank boleh memberikan *return* atau insentif berupa bonus kepada nasabah tabungan *wadī'ah*, sebagai bentuk balas jasa telah menitipkan dananya di bank tersebut. Karena pembagian bonus tidak diperjanjikan di awal, maka sepenuhnya hal ini menjadi kebijakan pihak bank.

Hal yang menarik dari tabungan *wadī'ah* ini adalah adanya keuntungan bonus bagi nasabah tanpa menanggung resiko kehilangan dananya, sehingga menyebabkan nasabah tertarik menggunakan produk ini.

Dengan adanya bonus tersebut maka diharapkan masyarakat tertarik untuk menyimpan dananya di bank syariah. Asumsinya dengan tinggi rendahnya bonus dapat menggambarkan kinerja keuangan di perbankan. Semakin tinggi insentif bonusnya maka kinerja perbankan semakin baik. Semakin tinggi tingkat pendapatan bank maka akan berpengaruh pada porsi bonus tabungan *wadī'ah*.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: Ekonisi, 2005), 43.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Salah satu bank yang menyediakan produk tabungan *wadi'ah* adalah

BPRS Jabal Nur Surabaya. Dalam perjalanannya, BPRS Jabal Nur Surabaya telah banyak memberikan kemudahan bagi nasabahnya. Kemudahan tersebut dapat dilihat dari macam-macam produk yang saat ini dibutuhkan masyarakat. Diantara produk-produk tersebut adalah tabungan *wadi'ah*, tabungan haji, deposito *muḍārabah*, pembiayaan *muḍārabah*, *istisna'* dan *salam*. Khusus dalam produk tabungan *wadi'ah*, BPRS Jabal Nur memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan bank syariah lainnya. Keunggulan tersebut terletak pada angka minimum tabungan *wadi'ah* hanya Rp. 10.000,- saja. Selain itu, BPRS Jabal juga menggunakan sistim jemput bola, dimana nasabah yang ingin menabung tidak direpotkan harus pergi ke bank, melainkan pegawai bank yang akan menjemput langsung dana tersebut.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Keunggulan-keunggulan di atas menarik nasabah untuk menggunakan

tabungan *wadi'ah* BPRS Jabal Nur sebagai opsi tabungannya. Hal itu bisa dilihat dari jumlah tabungan *wadi'ah* yang selalu selalu meningkat seperti tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
 Jumlah Dana Tabungan *Wadi'ah* BPRS Jabal Nur tahun 2010-2015³

No	Tahun	Jumlah Dana
1	2010	Rp 294.882.715
2	2011	Rp 385.147.074
3	2012	Rp 963.160.919
4	2013	Rp 1.360.132.988
5	2014	Rp 3.995.386.209
6	2015	Rp 1.279.075.955

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

³ Laporan Keuangan BPRS Jabal Nur

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Data di atas menunjukkan peningkatan dana tabungan *wadī'ah* dari tahun ke tahun. Sejak berdirinya BPRS Jabal Nur Surabaya pada tahun 2010 dana tabungan *wadī'ah* sebesar Rp 294.882.715, kemudian pada tahun 2011 meningkat menjadi Rp 385.147.074, begitu juga selanjutnya. Sedangkan pada tahun 2015 penghitungan jumlah tabungan masih dalam proses, jadi hanya sebagian saja yang dicantumkan.

Peningkatan jumlah dana tersebut tidak terlepas dari usaha-usaha yang dilakukan BPRS Jabal Nur, terutama usaha dalam menarik minat nasabah. Salah satunya menerapkan pemasaran yang baik serta melihat faktor-faktor pemasaran dan memanfaatkannya dalam menarik minat nasabah.

Menurut Kotler, ada empat faktor dalam pemasaran, di antaranya adalah Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*) dan Promosi (*Promotion*). Dalam hal ini BPRS Jabal Nur tentunya sudah memiliki produk yang akan dijual atau dikenalkan pada masyarakat, tinggal menentukan biaya atau harga. Produk tabungan *wadī'ah* dalam hal ini diukur berdasarkan kualitasnya atau kualitas produk tabungan *wadī'ah*. Dimensi kualitas produk diukur berdasarkan performa (kinerja), daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kemampuan, dan kesan kualitas itu sendiri⁴. Pada tiap dimensi kualitas produk tersebut akan diketahui pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah BPRS Jabal Nur pada produk tabungan *wadī'ah*. Keputusan menabung nasabah merupakan proses

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 7.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 pengenalan kebutuhan nasabah yang dipicu rangsangan internal terhadap informasi sebuah produk. Keputusan menabung nasabah diukur berdasarkan indikator: harga, *service* yang ditawarkan, lokasi yang strategis, serta kemampuan tenaga penjual yang prima⁵.

Berdasarkan masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan pengaruh variabel kualitas produk tabungan *wadi'ah* terhadap keputusan menabung. Dengan demikian judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN WADI'AH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BPRS JABAL NUR SURABAYA.**

B. Rumusan Masalah

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di muka, maka perumusan yang diajukan diantaranya adalah:

1. Apakah kualitas produk tabungan *wadi'ah* berpengaruh terhadap keputusan nasabah yang menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya?
2. Seberapa besar pengaruh produk tabungan *wadi'ah* terhadap nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berpijak pada tataran perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁵ Philip Kotler, *Marketing Management*, (Jakarta: Pearson International, 2006), 45.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan *wadī'ah* terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk tabungan *wadī'ah* terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Diharapkan penelitian mampu memberikan manfaat dalam tataran:

1. Sebagai sumbangan pemikiran dan masukan pada BPRS Jabal Nur Surabaya dalam upaya pengambilan keputusan pemasaran untuk meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya mampu meningkatkan jumlah nasabah.
2. Sebagai bahan studi kepustakaan dan memperkaya khazanah penelitian ilmiah, khususnya pada ilmu perbankan.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan informasi bagi pihak yang berkepentingan untuk mengkaji masalah yang sama di masa mendatang.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kualitas Produk

1. Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. 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. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk perbankan adalah kemampuan produk atau jasa layanan perbankan dalam memenuhi fungsi yang ada di dalamnya.¹

2. Pengukuran Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd apabila suatu usaha ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT. Prenalindo, 2002), 13*

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari sebagai berikut:²

- a. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
- b. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- c. *Comformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d. *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, 7.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki Fitur

sendiri.

- e. *Reliability* (reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja secara memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Perusahaan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata dalam kualitas pelayanan yang diberikan. Akan tetapi sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimannya dalam rangka menjalankan nilai Syariat Islam.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Oleh

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 karena itu, variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian teori tersebut.³

a. *Responsive* (daya tanggap)

Suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

Sesuai dengan firman Allah pada QS. Al-Maidah: 1, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ
 غَيْرَ مُجْلِي الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ١

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 “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.”⁴

Ayat di atas menjelaskan bahwasanya seorang muslim harus memenuhi akad-akad yang sesuai dengan syariah. Selain itu dengan memenuhi akad-akad dalam bertransaksi seorang muslim juga harus sigap dan tanggap dalam pelaksanaannya.

b. *Reliability* (kehandalan)

Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Sebagai seorang muslim, telah ada

³⁰ Adi, *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta* (STAIN Surakarta, Sun Institute Yogyakarta, 2008), 78.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 106.

contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Ahzab: 21.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ

جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٤١﴾

Artinya

Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.⁵

Inti ayat Al-Qur'an diatas, menjelaskan Pelayanan akan dapat dikatakan reliable apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

c. *Assurance* (jaminan)

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

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 418.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen produsen 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. Allah SWT berfirman dalam QS. Asy-Syu'araa': 181.

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝١٨١﴾

Artinya:

*"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar."*⁶

Inti dari ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan, bahwa untuk digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
menyempurnakan takaran timbangan yang sesuai supaya tidak merugikan orang lain.

d. *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. Allah telah berfirman dalam QS. An-Nahl: 90.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 367.

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ دِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠﴾

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.*⁷

Inti dari ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan bahwa, Allah SWT. Memerintahkan untuk berlaku adil dan berbuat kebaikan Allah SWT melarang untuk melakukan perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan.

e. *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 para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam QS. Al-A'raf: 26.

﴿يُنَبِّئُ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُورِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ ٢٦﴾

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 sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat."*⁸

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 418.

⁸ *Ibid.*, 151

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Inti dari ayat Al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa, untuk dianjurkan memakai pakaian yang baik dan sopan itu adalah pakaian yang bisa menutup aurat seperti kita menggunakan pakaian taqwa.

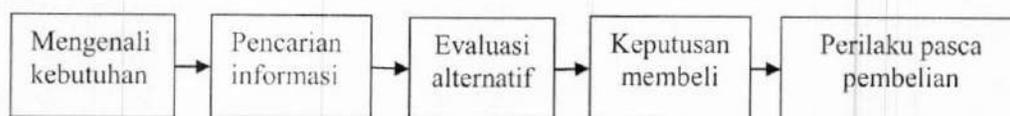
B. Keputusan Konsumen

1. Definisi Keputusan Konsumen

Kotler menyatakan bahwa konsumen melewati lima tahap proses keputusan pembelian, yakni meliputi; pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian⁹.

Berikut dapat dilihat pada Gambar 2.1 proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian
Sumber: Kotler dan Keller (2009)



Proses keputusan pembelian didahului oleh adanya pengenalan kebutuhan dalam diri konsumen, yaitu adanya rangsangan yang tidak terpenuhi, ditambahkan adanya informasi baik internal dan/atau eksternal. Berikutnya dilanjutkan dengan adanya proses evaluasi oleh

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁹ Philip Kotler & K.L. Keller, *Marketing Management 12th Ed...*, 45.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
konsumen atas informasi dan permasalahan yang telah diketahui.

Setelah dilakukan evaluasi maka dilakukan pengambilan keputusan pembelian¹⁰. Ada lima tahapan proses keputusan pembelian sebagaimana dimaksud sebagai berikut¹¹:

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal (haus, lapar) atau eksternal (iklan, aktivitas pemasaran lainnya).

b. Pencarian informasi

Pencarian informasi bisa dibedakan menjadi dua tingkatan, yaitu:

1) Perhatian tajam, yaitu keadaan pencarian yang lebih rendah yang disebut dengan perhatian tajam. Pada tingkatan ini, digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
konsumen hanya menjadi reseptif terhadap informasi sebuah produk.

2) Pencarian aktif, yaitu keadaan pencarian di mana konsumen melakukan aktivitas pencarian seperti mencari bahan bacaan, menelepon teman, melakukan kegiatan online, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk.

Sementara itu sumber informasi utama bagi konsumen meliputi:

1) Pribadi : keluarga, teman, tetangga, dan rekan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
¹⁰ Ibid.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 108.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 2) Komersial : iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
 - 3) Publik : media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
 - 4) Eksperimental : penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.
- c. Evaluasi alternatif



Evaluasi alternatif dilakukan oleh konsumen dengan membentuk sebagian besar penilaian secara sadar dan rasional. Adapun proses evaluasi konsumen meliputi tiga proses sebagai berikut:

- 1) Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
- 2) Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- 3) Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk

mengantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini. Atribut minat pembeli bervariasi sesuai dengan produk yang akan dibeli. Dalam hal ini, konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang mengantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan. Misalnya:

- a) Hotel : lokasi, kebersihan kamar, atmosfer, harga.
- b) Obat kumur : warna, efektivitas, kapasitas pembunuh kuman, rasa, harga.
- c) Ban : keamanan, umur alur ban, kualitas pengendalian,

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

harga.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

d. Keputusan nasabah

Keputusan nasabah adalah suatu reaksi seseorang terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan- kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Dalam hal ini yang dimaksud adalah keputusan nasabah dalam memilih antara produk tabungan *wadi'ah amanah dan yad ad-damānah*.

2. Jenis – Jenis Keputusan Menabung

Ada dua macam tipe keputusan produk maupun jasa yang dibuat oleh konsumen, yaitu¹²:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

a. Konsumen harus mengambil keputusan – keputusan tentang tipe – tipe produk dan jasa yang diperlukan oleh mereka.

b. Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek tertentu dan bagaimana cara pencapaiannya:

1) Keputusan konsumen disebut juga *assortiment decision* sedangkan jenis kedua adalah keputusan yang berkaitan dengan pasar (*Market Related Decision*).

2) Keputusan yang berhubungan dengan pasar bersumber pada hubungan-hubungan keputusan – keputusan yang akan diambil

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹² Philip Kotler & K.L. Keller, *Marketing Management 12th Ed...*, 45.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 dengan produk dan merek khusus yang diperlukan untuk
 mengimplementasikan sebuah strategi *assortiment*.

3. Pengukuran Keputusan Menabung

Untuk mengukur seberapa besar keputusan menabung pada pilihan konsumen, berikut dipaparkan pengukuran komprehensifnya, diantaranya¹³:

a. Harga

Suku bunga termasuk ke dalam faktor yang menjadi motif konsumen untuk membeli produk bank. Pengertian harga berbeda dengan produk lainnya. Semakin besar bunga yang ditawarkan maka semakin murah harga suatu produk sehingga akan membuat tertarik para calon nasabah.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 b. *Service* yang ditawarkan

Pelayanan merupakan *service* yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya. Pelayanan yang baik akan dijadikan motif para nasabah untuk membeli produk bank.

c. Lokasi strategis

Lokasi yang strategis dapat dijadikan motif nasabah dalam membeli produk bank. Strategis dalam hal ini diartikan bahwa letak atau lokasinya dapat dengan mudah dijangkau oleh nasabah dan terletak dipusat kegiatan perekonomian.

d. Kemampuan tenaga penjual

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹³ Ibid., 100.

Kepercayaan merupakan termasuk kemampuan tenaga penjual di

mana faktor ini juga merupakan motif bagi para nasabah/konsumen dalam membeli suatu produk.

C. Tabungan *Wadi'ah*

1. Pengertian Tabungan

Menurut Undang-undang No. 14/1967 tentang Pokok-pokok Perbankan Pasal 1, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.¹⁴

2. Pengertian *Wadi'ah*

Dalam tradisi fiqh Islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *al-wadi'ah*. *Al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan

hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.¹⁵

3. Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya¹⁶. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah*, Bank Syariah

¹⁴ Rizal Malik, *Dasar-Dasar Praktek dan Kegiatan Usaha Bank*, (Jakarta: UPN Veteran, 1986), 107

¹⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Depok: Gema Insani, 2008), 85

¹⁶ Ismail, *Perbankan Syari'ah* (Jakarta: Kencana, 2011), 59.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 menggunakan akad *wadi'ah yad ad-damanah*. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut¹⁷. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Disisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut¹⁸.

Dasar hukum dari akad *wadi'ah* dapat dijumpai dalam Al-Qur'an, Hadits, dan Ijma'. Ketentuan hukum tentang *wadi'ah* digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 termaktub dalam ketentuan Al-Qur'an surat Al-Muzzamil ayat 20 yang artinya:

﴿إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِن ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ وَطَائِفَةٌ مِّنَ الَّذِينَ مَعَكَ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ عَلِمَ أَن لَّنْ نَّحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ عَلِمَ أَن سَيَكُونُ مِنكُم مَّرْضَىٰ وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن فَضْلِ اللَّهِ وَآخَرُونَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِن خَيْرٍ نَّحْدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّذِينَ تَقَاتَلُوا بِإِذْنِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ وَاسِعٌ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ٢٠﴾

17 Wiroso, *Penghimpunan Dana & Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2005), 66.

18 Ibid.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Artinya:

“Sesungguhnya tuhanmu mengetahui bahwa engkau (Muhammad) berdiri (sholat) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersamamu. Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu tidak dapat menentukan batas-batas waktu itu, maka dia memberi keringanan padamu, karena itu bacalah apa yang muda (bagimu) dari Al-Qur’an; dia mengetahui bahwa akan ada diantara kamu orang-orang yang sakit, dan yang lain berjalan dibumi mencari sebagian karunia Allah; dan yang lain berperang dijalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Qur’an dan laksanakanlah Sholat, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasannya) disisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sungguh, Allah maha pengampun, Allah maha penyayang”. Al-Muzammil: 20

Di samping itu juga dapat ditemui pada Surat Al-Jumu’ah ayat

10 yang artinya:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
 اللَّهُ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ۱۰

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Artinya:

“Apabila Sholat telah dilaksanakan maka berterbarlanlah kamu dibumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung” Al-jumu’ah: 10

Dari kedua ayat Al-Qur’an di atas pada intinya adalah berisi

dorongan bagi setiap manusia untuk melakukan perjalanan usaha.

Dalam dunia modern seperti sekarang ini siapa saja, akan menjadi lebih

mudah untuk melakukan investasi yang benar-benar sesuai dengan

prinsip-prinsip syariah, antara lain melalui mekanisme tabungan

wadi’ah ini.

Mengingat *wadi’ah yad ad-ḍamānah* ini mempunyai implikasi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

hukum yang sama dengan *qard*, maka nasabah penitip dan bank tidak

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 boleh saling menjanjikan untuk membagi hasil keuntungan harta tersebut. Namun demikian, bank diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan di muka. Dengan kata lain, pemberian bonus merupakan kebijakan Bank Syariah semata yang bersifat sukarela.

Dari pembahasan diatas, dapat didapatkan beberapa ketentuan umum tabungan berdasarkan prinsip *wadī'ah* sebagai berikut:

- a. Tabungan *wadī'ah* merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat (*on call*) sesuai dengan kehendak pemilik harta.
- b. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi milik atau tanggungan bank, sedangkan nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
- c. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa peneliti telah meneliti variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Sari (2009)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih	Variabel kualitas produk (x), berpengaruh	Dalam penelitian ini tingkat signifikansi	Metode yang digunakan dalam penelitian ini	Objek penelitian Sari berlokasi di

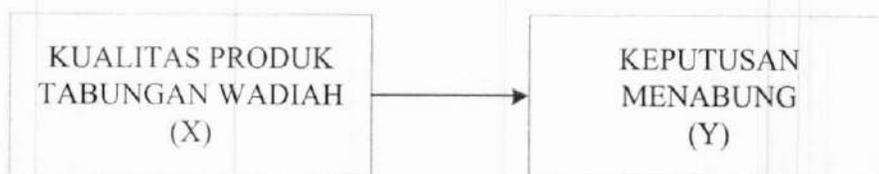
	Deposito <i>Mudharabah</i> pada Bank BNI Cabang Medan.	terhadap variabel keputusan nasabah (y).	sebesar 0,0008 maka dinyatakan berpengaruh variabel kualitas produk (x) berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah (y) karena tingkat signifikansi dibawah 0,05.	adalah pendekatan survei jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitiannya adalah penjelasan metode pengumpulan data dengan membuat kuisisioner.	Medan sedangkan penelitian saya di Surabaya. Produk yang diteliti oleh Sari tentang kualitas produk mudharabah yang menganut system bagi hasil. Sedangkan penelitian saya tentang wadi'ah dengan sistem margin.
Septiana Dwi Exmawati (2014)	Pengaruh Layanan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung.	Variabel pelayanan x_1 , keunggulan produk x_2 , y kepuasan nasabah.	Hasil penelitian dari judul ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, selanjutnya variabel keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02. Sedangkan dari hasil uji F	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitiannya adalah penjelasan metode pengumpulan data dengan membuat kuisisioner.	Variabel yang ditentukan pada penelitian Septiana Dwi Exmawati terdiri dari variabel keunggulan produk x_1 , keunggulan produk x_2 , keputusan nasabah y. Sedangkan variabel penelitian saya hanya terdiri dari 2 variabel yaitu kualitas produk x_1 dan keputusan nasabah y. Objek

			<p>ternyata faktor pelayanan merupakan faktor lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan dengan keunggulan produk.</p>		<p>penelitian yang dilakukan oleh Septiana Dwi Exmawati di Tulungagung sedangkan penelitian yang saya lakukan di Surabaya.</p>
--	--	--	--	--	--

E. Kerangka Konseptual

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang telah dipaparkan di muka, selanjutnya akan diilustrasikan dalam kerangka konseptual mengenai pengaruh kualitas produk tabungan wadiah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya, yakni:

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual



Gambar di atas menjelaskan tentang variabel kualitas produk (x) mempengaruhi keputusan nasabah (y).

F. Hipotesis

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Berpijak pada tampilan kerangka konseptual di atas, maka

hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas produk tabungan *wadfi'ah* terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.

H_1 : Ada pengaruh kualitas produk tabungan *wadfi'ah* terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada saat penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya¹ diiringi dengan obeservasi, muncul peranan teknik-teknik statistik seperti distribusi frekuensi, tendensi sentral, dan dispersi².

Adapun penelitian ini berusaha menggambarkan fenomena-fenomena dan fakta-fakta yang disajikan dalam angka-angka statistik untuk menjelaskan keadaan yang sebenarnya mengenai pengaruh kualitas produk tabungan *wadī'ah* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Jabal Nur Surabaya.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Jumlah sampel penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan 5%. Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin ditemukan bahwa jumlah sampel penelitian ini adalah 138 orang.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 10.

² Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2009), 40.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)} = \frac{210}{1 + [(210)(0,05)^2]}$$

$$= \frac{210}{1 + (210 \times 0,0025)} = \frac{210}{1 + 0,525}$$

$$= \frac{210}{1,525} = 137,7 = 138 \text{ orang}$$

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel X (kualitas produk) dan variabel Y (keputusan menabung).

1. Kualitas Produk, diukur berdasarkan:

- a. *Performance*, indikatornya: manfaat atau khasiat utama produk tabungan *wadiah* yang dibeli, dua pertimbangan utama menggunakan produk tersebut.
- b. *Durability*, indikatornya: fungsional produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan kepada nasabah merupakan barang yang tahan lama.
- c. *Conformance to specifications*, indikatornya: karakteristik yang ditampilkan oleh suatu produk dapat memikat nasabah dan produk tersebut diciptakan untuk dapat memahami kebutuhan nasabahnya tersebut.
- d. *Features*, indikatornya: karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior pada produk tabungan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- e. *Aesthetics*, indikator: daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya desain buku tabungan yang artistik, warna dan sebagainya.
- f. *Reliability*, indikator: kemampuan kualitas produk tabungan dalam memfasilitasi keinginan nasabah untuk kemudahan yang didapat.
- g. *Serviceability*, indikator: kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan bertransaksi serta penanganan keluhan secara memuaskan. Layanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum transaksi, tetapi juga selama proses transaksi hingga selesai bertransaksi dengan bank yang mencakup juga layanan *online banking*.
- h. *Perceived quality*, indikator: pencarian informasi Kualitas produk tabungan yang dihasilkan merupakan sarana pemasaran yang tepat kepada nasabah, dimana nasabah yang tidak mengetahui kualitas produk tabungan dapat memahaminya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Keputusan Menabung:

- a. Harga, indikatornya: motif nasabah untuk menggunakan produk tabungan *wadi'ah*, *wadi'ah* yang ditawarkan sesuai ekspektasi nasabah, atau produk tabungan memiliki kualitas tersendiri.
- b. *Service* yang ditawarkan, indikatornya: penilaian *service* yang ditawarkan bank kepada nasabahnya, motif nasabah untuk menggunakan produk tersebut.
- c. Lokasi strategis, indikatornya: letak atau lokasinya dapat dijangkau dengan mudah oleh seluruh nasabah, atau letak lokasi bank strategis.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

d. Kemampuan tenaga penjual, indikatornya: kemampuan tenaga bank

dapat dipercaya nasabah, atau nasabah merasa percaya dengan pelayanan yang diberikan tenaga penjual bank.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan), sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui berbagai sumber dan pustaka yang mendukung kebutuhan-kebutuhan penelitian. Data sekunder bisa diperoleh dari dokumentasi perusahaan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dan observasi.

1. Kuisisioner atau angket adalah instrumen penelitian yang berbentuk daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari responden penelitian. Tujuan penyebaran angket ini adalah untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya mengenai variabel yang sedang diteliti, untuk kemudian diolah, dianalisa dan diambil kesimpulan. Pengolahan data dilakukan dengan skala Likert yang dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah dinilai/skor.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Wawancara merupakan suatu interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran/*sharing* aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi.³ Wawancara dapat dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan praktisi dalam masalah penelitian yang diangkat.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang telah diperoleh dilapangan maka digunakan bantuan program SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 21.0. Adapun proses dalam mengolah data dalam penelitian, yakni diantaranya adalah;

1. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen

dalam mengukur apa yang diukur. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total) dengan kekorelasi antara skor item dengan skor total item. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapatkan suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item penelitian dan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tes tersebut menjalankan fungsi pengukurannya, atau memberikan hasil

³Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Bidang Ilmu Sosial*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 155.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 ukur sesuai dengan makna tujuan diadakannya tes atau penelitian tersebut⁴

Sementara itu tujuan guna dilakukannya uji validitas adalah untuk mengukur apakah data yang diberikan kuesioner dapat dipercaya atau tidak, serta dapat mewakili apa yang hendak diteliti. Langkah dalam melakukan uji validitas tiap pertanyaan adalah mencari r hitung, atau biasa disebut sebagai angka korelasi Pearson. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Di mana:

- r : *Pearson Product Moment Correlation*
 n : jumlah sampel
 X : nilai tiap pertanyaan/item
 Y : nilai total

Suatu item dikatakan valid bila:

r_{hasil} bernilai positif dan signifikan pada α 5%. Namun jika r_{hasil} bernilai negatif ataupun positif dengan tingkat signifikansi berada di atas 5%, maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk analisis data berikutnya⁵.

⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), 66. digilib.uinsa.ac.id

⁵ Singgih Santoso, *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 12*, (Jakarta: Elex Media, 2005), 8.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Pengujian validitas ini diuji coba terdahulu di lingkungan sekitar

kampus, dan yang menjadi respondennya yaitu nasabah BPRS Jabal Nur Surabaya, dengan sampel 138 responden. Pengambilan keputusan bahwa setiap indikator valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} . Untuk menentukan nilai r_{hitung} , dibantu dengan program SPSS 21.

Hasil r_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

Validitas variabel X (Kualitas Produk)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	26.5667	13,013	,380	,761
P2	26.4333	13,495	,423	,756
P3	26.8333	13,040	,350	,766
P4	26.9000	11,197	,444	,759
P5	26.8667	10,878	,554	,732
P6	26.7333	11,651	,751	,706
P7	26.9000	11,266	,615	,719
P8	26.5000	13,500	,359	,763

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Uji validitas pada variabel kualitas produk dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai Validitas P1 sebesar $0,380 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P1 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P2 sebesar $0,423 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P2 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P3 sebesar $0,350 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P3 dapat dikatakan valid, nilai

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Validitas P4 sebesar $0,444 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P4 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P5 sebesar $0,554 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P5 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P6 sebesar $0,751 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P6 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P7 sebesar $0,615 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P7 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P8 sebesar $0,359 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P8 dapat dikatakan valid. Kevalidan seluruh pertanyaan di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mampu mengukur variabel kecerdasan emosional.

Validitas variabel Y (Keputusan Nasabah)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	11,3000	3,390	,392	,743
P2	11,1667	2,626	,739	,554
P3	11,3333	2,368	,539	,687
P4	11,3000	3,183	,496	,693

Uji validitas pada variabel keputusan nasabah dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai Validitas P1 sebesar $0,392 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P1 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P2 sebesar $0,739 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P2 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P3 sebesar $0,539 > 0,341$ yang

berarti bahwa item pertanyaan P3 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P4 sebesar $0,496 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P4 dapat dikatakan valid. Kevalidan seluruh pertanyaan di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mampu mengukur kepuasan nasabah.

b. Uji Realibitas

Uji ini digunakan untuk mengukur indikator suatu variabel dalam jawaban-jawaban responden dari kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel, jika jawaban bersifat konsisten dari waktu ke waktu. Reliabel merupakan sebuah keadaan ketika instrumen penelitian tetap memberikan data yang sama walau pada sampel dan waktu yang berbeda. Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan nilai $\alpha > 0,6$ merupakan nilai yang reliabel⁶. Rumus yang digunakan untuk uji reliabel ini adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \frac{[1 - \sum s_j^2]}{[S_x^2]}$$

Di mana:

α : koefisien reliabilitas *alpha*

K : banyaknya item

S_j^2 : varians skor item

S_x^2 : varians skor total

⁶ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Undip Press, 2007), 77.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Varibel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk	0,783	Reliabel
Keputusan nasabah	0,743	Reliabel

Sumber: Hasil olahan SPSS (terlampir)

Uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel di atas, tampak bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk sebesar $0,783 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk adalah reliable. Begitu juga dengan nilai *Cronbach Alpha* variabel keputusan nasabah sebesar $0,743 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk adalah reliable.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk statistika deskriptif yang digunakan untuk menghasilkan gambaran data berbentuk tabel frekuensi dan analisis *mean*⁷, sebagai berikut:

- a. Tabel frekuensi sebagai penampilan data dalam bentuk satu variabel. Hal ini digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi dalam data penelitian. Tabel ini menggambarkan penyebaran data hasil jawaban responden dalam kuisisioner.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁷ Singgih Santoso, *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 12,....*, 87.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

b. Analisis *mean* digunakan untuk mengetahui pendapat yang paling sering keluar, baik pendapat yang bagus maupun jelek. Analisis ini digunakan untuk mengetahui prediktor ataupun indikator mana yang paling sering mempengaruhi loyalitas seorang pelanggan menurut penilaian para pelanggan loyal yang menjadi sampel penelitian.

3. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Non-Parametrik Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

Untuk mengetahui histogram dan mengetahui normal atau tidak, dalam penelitian dipakai pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), dimana sebaran data yang menyebar kesemua daerah kurva normal. Dapat disimpulkan bahwa data mempunyai mempunyai distribusi normal. Demikian juga dengan normalitas P-Plot, data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal yang menandakan normalitas data.⁹

⁹ Aminudin, "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Bumi Rinjai Kota Batu", Skripsi: Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2010.

Pada penelitian ini pengujian normalitas digunakan untuk menguji data Kualitas Produk (X), dan Keputusan Nasabah (Y). langkah yang ditempuh dalam melakukan uji normalitas adalah dengan uji chi kuadrat berikut:

$$x^2 = \sum \left[\frac{(fo - fh)}{fh} \right]$$

keterangan:

x^2 = chi kuadrat

fo = kompensasi yang diperoleh

fh = kompensasi yang diharapkan

Apabila $x^2_{hitung} > x^2_{tabel}$ maka data yang berdistribusi normal,

sebaliknya bila $x^2_{hitung} > x^2_{tabel}$ maka data yang tidak berdistribusi normal.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X), yakni kualitas produk tabungan *wadiah* terhadap variabel terikat (Y), yakni keputusan menabung. Persamaan regresi linier sederhana digunakan¹⁰:

$$y = a + bx + e$$

Keterangan:

y = keputusan menabung



⁹ Teori Online, Uji normalitas, <http://teorionline.wordpress.com/2011/04/02/uji-normalitas/> (26 November 2015). digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹⁰ Ibid.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 x = kualitas produk tabungan *wadiah*

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi mengukur besarnya pengaruh x terhadap y

e = nilai residual

Statistik uji F :-

$$F = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N = Jumlah sampel

X = nilai variabel x

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Y = nilai variabel y

Dengan langkah-langkah perhitungan sebagai berikut:

- a) Memasukkan data dalam persiapan *product moment*
- b) Menghitung jumlah XY dalam skor deviasi
- c) Menghitung jumlah X^2 dalam skor deviasi
- d) Memasukkan ke dalam rumus
- e) Menghitung koefisien korelasi

Langkah berikutnya setelah diperoleh hasil perhitungan selanjutnya

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 dikonsultasikan dengan F-tabel pada taraf signifikansi 5%. Hipotesa kerja 1
 (Ha) diterima jika memenuhi kriteria $F_{hitung} > F_{tabel}$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. BPRS Jabal Nur Surabaya

Pada tanggal 25 April 2004, Sarpandi R.H. dengan biaya dinas dari BRI, berangkat menuju Jakarta untuk dididik selama 5 hari kerja (tanggal 26-30 April 2004) oleh pakar di bidang perbankan syariah di LPPI (Lembaga Pendidikan & Pengembangan Perbankan Indonesia) Jakarta. Selama 5 hari kerja (tanggal 26-30 April 2004) dididik oleh para pakar perbankan syariah, tidak jarang kelas (yang terdiri dari siswa dari berbagai lembaga perbankan) menjadi senyap karena mendengarkan uraian struktur para siswa berlinang air mata, menyadarkan kalbu para siswa yang selama ini bangga dengan apa yang telah mereka lakukan baik sebagai inspirator, kreator maupun operator di Bank Konvensional, tidak terkecuali Sarpandi R.Hami.

Dia sadar selama ini di bidang bisnis mikro yang dikelola oleh BRI Unit se Indonesia, ia banyak terlibat baik sebagai inspirator, kreator dan pernah juga sebagai operator berprestasi. Prestasi dalam dosa riba? Dia menangis mengingat dosa-dosanya terutama dosa ikut mengkreasi pendapatan riba yang dinikmati oleh puluhan ribu karyawan dan ratusan ribu keluarganya berikut pajak atas bunga/riba yang disebarkan oleh pemerintah dalam segenap aktifitas kepalibankannya. Bukankah semua harta yang ia miliki saat ini

sebagian dari hasil pendapatan riba? Mungkinkah Allah mau mengampuninya? Bukankah Allah itu maha pengampun, Maha Pengasih lagi Penyayang bagi mereka yang bertobat?

Seketika timbullah ide dalam suatu tekad yang kuat untuk menegakkan *fi sabilillah* di bidang ekonomi atau keuangan syariah dengan mendirikan BPRS, selain sebagai langkah kecil awal dalam menegakkan ekonomi islam, juga sebagai penebus dosa-dosa masa lalu yang telah ikut mengembangkan bank konvensional pemupuk riba (bunga) sebelumnya.

Dengan jihad *fi sabilillah* dan bermodalkan visi misi itulah Sarpandi R.H. dan Wustono Wagis mencoba mendekati dan menghimpun para investor yang tertarik akan ide mendirikan wahana jihad dalam bentuk BPRS. Sarpandi R.H. melakukan pendekatan terhadap beberapa temannya di BRI dan para tetangganya, sedangkan Wustono Wagis melakukan pendekatan pada rekan-rekan sesama kontraktor dan para pejabat pemberi proyek, dan ini dilakukan mereka berdua selama bulan April sampai dengan bulan Mei 2004. Dari usaha tersebut Sarpandi R.H. berhasil mengajak para calon investor sebanyak 4 orang pekerja BRI (Eko Juhartono, Machfud, Karsono dan Sudarsono), dan 5 orang tetangganya yang dianggap berminat (Herminto Wiriosaputra, Zarkasi, Ny. Sutjipto, Ny. Rudianto dan Muhariadi).

a. Persiapan Pendirian BPRS

1) Pertemuan I dengan calon investor

Akhirnya pada hari ahad tanggal 29 Agustus 2004 dilaksanakanlah pertemuan para calon investor, pada pertemuan ini hadir 11 calon

investor, dalam pertemuan tersebut Sarpandi R.H. memaparkan ide pendirian 3 BPRS dan 1 koperasi sebagai lembaga supportnya, selain untuk meyakinkan para calon investor yang hadir, juga sebagai arahan bagi panitia pendiri yang akan dibentuk. Selanjutnya berdasarkan kesepakatan peserta pertemuan tersebut, maka dibentuk dan diresmikanlah kepanitiaan pendiri 3 BPRS dan 1 koperasi yang terdiri dari:

- a) Herminto Wiriosaputra sebagai Ketua
- b) Amin Wahyudi sebagai Sekretaris
- c) Maria Ulfa Sebagai Bendahara

Sedangkan Sarpandi R.H. untuk sementara ditunjuk sebagai Koordinator Pemegang Saham (KPS) yang akan mengarahkan dan mensupervisi kerja panitia.

2) Pertemuan II dengan calon investor.

Pertemuan hari sabtu tanggal 11 September 2004 di salah satu ruang kelas sentra pendidikan BRI diadakan pertemuan kedua dengan calon investor. Pertemuan ini ternyata hanya dihadiri oleh 9 orang calon investor yaitu 6 orang dari calon investor dari 7 orang yang sudah komit pada pertemuan pertama. Dari pertemuan tersebut yang sudah konkrit sebagai investor baru 10 orang dengan jumlah dana yang belum memadai.

Mengingat Hj. Siti Machmudah tidak hadir, maka Wustono Wagis

kembali mengajak Sarpandi R.H. bersama Ir. H. Wanianto untuk

menemui Hj. Siti Machmudah, dan suaminya di rumah di malam awal bulan Oktober 2004.

Setelah melaporkan perkembangan usaha pendirian dan diskusi, maka Hj. Siti Machmudah menyatakan komitmennya bahwa uang yang ada pada Wustono Wagis semuanya akan digunakan sebagai saham yang pengaturannya diserahkan ke Wustono Wagis.

3) Pertemuan III dengan calon investor

Pertemuan yang ke tiga kalinya ini, masih di salah satu ruang kelas sendik BRI Surabaya dilaksanakan pada hari sabtu tanggal 09 Oktober 2004. Pada pertemuan ini jumlah calon investor yang hadir bertambah menjadi 12 orang, diantara 9 orang yang sudah bersedia sebagai investor yang hadir adalah 7 orang.

Pada pertemuan yang ketiga kalinya ini juga merunding masalah nama

serta tempat untuk mendirikan BPRS. Pemberian nama Jabal Nur ini dikarenakan Jabal Nur adalah nama bukit di Arab Saudi yang sudah sangat dikenal oleh umat Islam diseluruh dunia termasuk umat Islam di Indonesia, baik karena cerita riwayat perjalanan dan aktifitas Rasulullah saw dalam pengembangan Agama Islam, sampai saat ini merupakan tempat ziarah utama jamaah haji dan Umroh. Oleh karena itu Nama tersebut sangat dekat dihati Umat Islam dan sangat terkait dengan ajaran Islam, sehingga bila nama-nama Bukit tersebut dijadikan nama BPRS sangat mudah dikenal sebagai Bank yang menerapkan Syariah Islam dalam operasionalnya.

Arti dari Jabal Nur sendiri adalah sebuah Bukit dimana Gua Hira berada, merupakan tempat pertama kali kebenaran wahyu Ilahi (Al-Quran) disampaikan untuk meluruskan perilaku dan cara pikir manusia yang sudah jauh menyimpang dari ajaran-ajaran Illahi yang diturunkan kepada Rasul-rasul sebelum Nabi Muhammad saw. Ini menjiwai dipilihnya nama BPRS Jabal Nur sebagai lembaga perbankan yang akan menerapkan sistem perbankan yang benar sesuai firman Allah SWT., sabda dan perilaku ekonomi dan bisnis Rasulullah saw. Diharapkan BPRS Jabal Nur adalah lembaga yang akan menyebarkan cahaya kebenaran praktek perbankan yang Islami kepada masyarakat yang sudah sekian lama bergelut dalam praktek ekonomi dan bisnis perbankan yang ribawi.

Sedangkan penetapan lokasi dipilih antara lain di kota Surabaya. PT. BPRS Jabal Nur yang berlokasi di sebelah selatan Masjid Akbar Surabaya atau tepatnya di Jalan Pagesangan Barat No. 89 Surabaya, telah diresmikan cukup meriah oleh Deputy Gubernur Bank Indonesia (Siti Fadrijah) untuk menjalankan operasinya sejak tanggal 26 Oktober 2007 yang lalu. Peresmian ini dihadiri oleh seluruh pengurus PT. BPRS Jabal Nur serta karayawannya, dan hampir seluruh pemegang saham, para pemimpin cabang Bank Umum Syariah, para direksi BPRS se Jawa Timur dan para pejabat pemerintah.

Pada awal berdirinya, PT. BPRS Jabal Nur itu merupakan kepanjangan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Namun, setelah beroperasi selama 14 bulan yakni tepatnya pada bulan Desember,

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
kemudian perkreditan diubah menjadi pembiayaan alasannya karena di dalam syariah sendiri tidak terdapat sistem perkreditan melainkan yang ada adalah sistem pembiayaan modal usaha atau proyek yang dikelola oleh pihak pengusaha baik berupa badan atau perorangan atas dasar perjanjian bagi hasil.

2. Bentuk Hukum

BPRS Jabal Nur berbentuk hukum PT. karena didirikan oleh para pendiri yang masing-masing memasukkan modal berdasarkan perjanjian. Modal tersebut terbagi dalam saham yang masing-masing saham mempunyai nilai yang secara keseluruhan menjadi modal perusahaan.

Visi, Misi, dan Program PT. BPRS Jabal Nur Surabaya

a. Visi

- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- 1) Visi Sebagai Khalifah yakni mempersiapkan diri untuk hidup setelah mati menuju Allah
 - 2) Visi Corporate Culture yakni menjadi bank pembiayaan rakyat syariah terkemuka yang selalu mengutamakan kemajuan, kesejahteraan dan kepuasan nasabah (dalam sistem ekonomi non riba)

b. Misi

- 1) Misi Sebagai Khalifah yakni sebagai penyebar rahmat yang diberikan Allah kepada seluruh alam
 - 2) Misi Corporate Culture yakni:
- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- a) melakukan pelayanan perbankan sistem syariah terbaik berlandaskan imtaq dan ibadah dengan mengutamakan pelayanan pada pengusaha mikro, kecil dan menengah untuk membangun menunjang perkembangan ekonomi masyarakat islam khususnya, dan masyarakat indonesia umumnya.
- b) memberikan pelayanan terbaik dan prima kepada nasabah dengan melaksanakan *Good Corporate Governence* (GCG) berlandaskan imtaq
- c) memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada nasabah dan stakeholders.

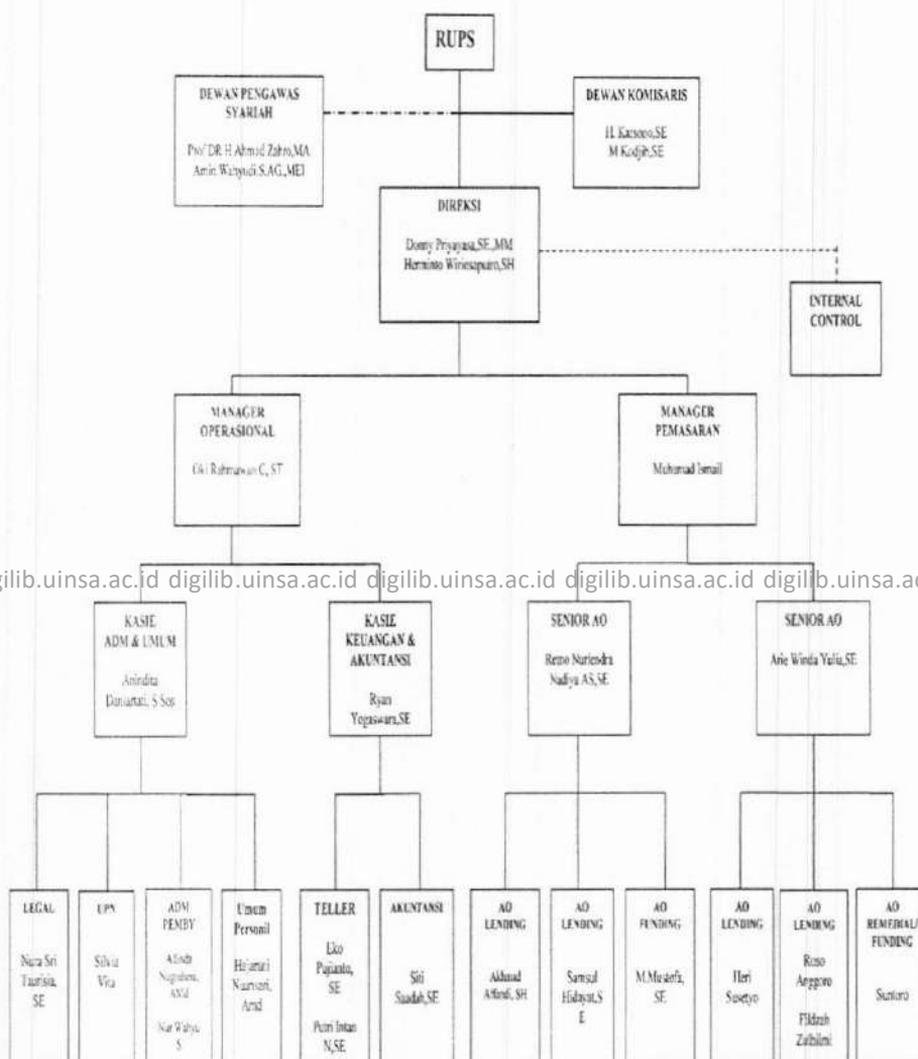
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Jabal Nur Surabaya

Bagan 4.1

Struktur Organisasi PT. BPRS Jabal Nur Surabaya



digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

1. Rapat Umum Pemegang Saham

Merupakan rapat tertinggi para pemegang saham dan Menentukan Sentral kebijakan pada Bank terkait.

2. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah adalah badan yang ada di lembaga keuangan syariah yang diangkat dan diberhentikan di Lembaga Keuangan Syariah melalui RUPS setelah mendapat rekomendasi dari DSN.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

1) Memberikan pedoman atau garis-garis besar Syariah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan Syariah.

2) Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk telah/ sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan Syariah.

3) Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap Operasional Bank agar sesuai dengan Syariah.

3. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur perseroan terbatas (PT).

a. Tugas dan tanggung jawab

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 1) Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.
- 2) Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi.
- 3) Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan Direksi.
- 4) Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan Direksi.
- 5) Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan laba/rugi tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi.
- 6) Menandatangani surat-surat saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar Perseroan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

4. Dewan Direksi

Dewan Direksi adalah orang yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

a. Tugas dan Tanggung jawab

- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- 1) Membuat daftar pemegang saham, daftar khusus, risalah RUPS dan risalah rapat direksi.
 - 2) Membuat laporan tahunan dan dokumen keuangan perseroan.
 - 3) Memelihara seluruh daftar, risalah dan dokumen keuangan perseroan.

5. *Operational Manager*

Operational Manager memiliki tugas utama atas seluruh aktivitas operasional perusahaan, mulai dari pembuatan rencana produksi, pembuatan rencana pemakaian sistem dan anggaran produksi, memastikan kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan standar perusahaan hingga pengelolaan suasana kerja agar SDM mampu bekerja secara optimal.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Merekomendasikan program atau menyusun SOP baru.
- 2) Melakukan pelatihan OJT dalam rangka meningkatkan keterampilan pada semua aspek.
- 3) Memastikan suasana kerja yang positif untuk mendorong keputusan nasabah tim dan semangat kerja untuk mengembangkan karir karyawan di masa depan.
- 4) Turut serta dalam penyusunan sasaran dan anggaran perusahaan. Memantau dan menjaga pengeluaran biaya

sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan oleh

perusahaan.

- 5) Menetapkan prioritas dan tujuan kerja sesuai dengan ketentuan.

6. Legal

Mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan administrasi dan dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi bank dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memeriksa perlengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan.
- 2) Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar.
- 3) Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian Direksi.
- 5) Bertanggungjawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.

7. UPN / *Customer Services*

Customer Services adalah pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, menjawab pertanyaan-pertanyaan

atau memberikan informasi, dan penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

a. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan.
- 2) Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/sistem.
- 3) Membuat laporan bulanan sesuai interuksi operasi.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian/ Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional/ Direksi.

8. Bagian Administrasi

Mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan Administrasi dan Dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi bank dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memeriksa perlengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan.
- 2) Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 3) Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.

9. Bagian Umum dan Personalia

Melaksanakan tugas pencatatan, pengadministrasian, serta pembinaan dalam kepersonaliaan, mengawasi ketersediaan perlengkapan layanan dibidang personalia dan umum.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Menginventarisasi kebutuhan karyawan dan atau perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 2) Pengawasan terhadap pengadaan inventaris kantor dan

penyusutan serta pengendalian biaya.

- 3) Melakukan pembayaran gaji, uang jasa, pesangon, lembur, dan lainnya sesuai ketentuan.
- 4) Membuat laporan bulanan kepada Direksi.
- 5) Membawahi langsung personalia, perlengkapan, pengemudi, satuan pengamanan, dan pramubakti.

10. Bagian Keuangan

Staff Keuangan bertanggung jawab atas segala aktivitas keuangan. Staff Keuangan harus melapor pada jabatan Manager

Keuangan. Pada jabatan ini sangat dibutuhkan keadipinan,

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

kejujuran, ketelitian serta tanggung jawab yang tinggi karena jika terjadi kesalahan akan sangat fatal pada perusahaan karena menyangkut keuangan perusahaan.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Melakukan pengaturan keuangan perusahaan.
- 2) Melakukan penginputan semua transaksi keuangan ke dalam program.
- 3) Melakukan transaksi keuangan perusahaan.
- 4) Melakukan pembayaran kepada supplier.
- 5) Berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan.

11. Teller

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Teller merupakan posisi pekerjaan yang sangat penting karena

berhadapan langsung dengan konsumen. Teller dituntut untuk melayani konsumen sesuai dengan aturan yang digunakan oleh bank tersebut baik secara kalimat perkataan yang dilakukan pada saat menyambut konsumen, atau pada saat proses maupun pada saat penutupan ketika pelayanan sudah selesai.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Melayani transaksi perbankan nasabah di Kantor Kas
- 2) Mencocokkan jumlah modal awal secara fisik dengan yang tertulis di form tanda terima modal awal Membuka dan mengaktifkan sistem untuk operasional transaksi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 3) Melayani transaksi nasabah yang datang secara tunai/kas, dan warkat bank lain,serta transaksi online sesuai kewenangannya
- 4) Melakukan entry data transaksi ke dalam sistem
Menyelesaikan semua laporan harian setelah aktivitas transaksi tutup
- 5) Menghitung total transaksi cash yang dilakukan hari itu

12. *Accounting Staff*

Bertanggung jawab atas laporan aktivitas keuangan secara tertulis selain itu pada jabatan ini dituntut untuk mengerti masalah perpajakan yang berlaku di negara Indonesia karena laporan perpajakan perusahaan dibuat oleh Accounting staff/Staf

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Akunting. Melakukan pencatatan dan dokumentasi kegiatan

keuangan perusahaan.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan
- 2) Menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan
- 3) Menyusun dan membuat laporan perpajakan perusahaan
- 4) Menyusun dan membuat anggaran pengeluaran perusahaan secara periodik (bulanan atau tahunan)
- 5) Menyusun dan membuat anggaran pendapatan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

perusahaan secara periodik (bulanan atau tahunan)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

6) Melakukan pembayaran gaji karyawan

- 7) Menyusun dan membuat surat-surat yang berhubungan dengan perbankan dan kemampuan keuangan perusahaan.

13. Kepala Bagian Pemasaran

Memimpin, mengawasi, dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan pendanaan, memasarkan produk Bank sesuai dengan Syariah Islam kepada nasabah dengan layanan yang baik sehingga memungkinkan untuk diperolehnya laba sesuai target dengan tetap memperhatikan kelancaran dan keamanan *asset* Bank serta menciptakan produk baru yang sesuai dengan Syariah Islam.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

1) Memberikan pengarahan, pembinaan, dan pengawasan

terhadap staf yang ada dibawahnya.

- 2) Melaksanakan tugas dan bertanggungjawab atas laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang telah ditargetkan bank.
- 4) Mengikuti pengembangan Perbankan sehubungan dengan kegiatan pemasaran dan selalu memperhatikan situasi pasar serta melihat faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perkembangannya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

5) **Membawahi langsung Account Officer.**

14. Account Officer

AO Pembiayaan (*lending officer*) bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba Perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang telah diberikan.

AO Pendanaan (*Funding Officer*) bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana Pihak ketiga yang sesuai dengan target

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

dan memberikan kontribusi terhadap laba Perusahaan.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memasarkan produk dengan melakukan solitasi dan presentasi pada calon nasabah.
- 2) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi.
- 3) Bertanggung jawab kepada Direksi.

15. Satuan Pengamanan

Melaksanakan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggung jawab pada keamanan bank.

a. Tugas dan Tanggung Jawab

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepara-bagian.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 2) Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.

16. Driver / Pengemudi

Mengemudikan dan merawat kendaraan bank.

a. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.

B. Produk dan Aplikasi Akad

1. Tabungan

a. Tabungan dengan Sistim Titipan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- Tabungan *Wadiah* Jabal Nur (Tawajjuh)

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat (on call) sesuai dengan keinginan pemilik harta. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi hak milik atau tanggungan Bank. Sedangkan nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.

Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan Wadi'ah:

1. Bersifat simpanan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan.
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Karakteristik Wadiah

1. Keuntungan/kerugian dari penyaluran dana menjadi hak/ditanggung bank sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
2. Bank dimungkinkan memberikan bonus sebagai insentif namun tidak boleh dijanjikan dimuka.
3. Akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana biaya administrasi untuk menutup biaya yang benar-benar terjadi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Adapun Simpanan yang menggunakan akad Wadiah Yad Dhomanah pada PT. BPRS Jabal Nur, dapat diambil sewaktu-waktu dengan setoran awal minimal :

Perorangan Rp. 15.000,- selanjutnya minimal Rp. 2000,-

Kelompok Rp. 15.000,- selanjutnya minimal Rp. 25.000,-

Atas simpanan Wadiah Yad Dhomanah ini, . Bank akan memberikan imbalan kepada pemilik dana dalam bentuk bonus yang besarnya tergantung pada kebijakan Bank dan tidak diperjanjikan diawal.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- Tabungan Haji dan Umroh (Taharoh)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.

b. Tabungan dengan sistim Bagi Hasil (*Muḍārabah*)

- Tabungan Syariah Jabal Nur (Tarijanur)
- Tabungan Tarbiyah Jabal Nur (Tatar Janur)

Dalam produk tabungan *Muḍārabah*, PT. BPRS JABAL NUR menggunakan sistem bagi hasil yang prosentasenya sudah ditetapkan oleh BPRS tersebut yakni untuk nasabah mendapat bagi hasilnya 20% sedangkan bank mendapatkan bagi hasilnya 80%.

C. Karakteristik Responden

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Karakteristik responden yang dilihat dalam penelitian ini meliputi

jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan dari masing-masing responden. Dalam penelitian ini responden berjumlah 20 orang bagian marketing BPRS Jabal Nur Surabaya. Untuk pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan dibantu oleh Karyawan. Di bawah ini akan dijelaskan persentase responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan dari keseluruhan responden.

a. Jenis kelamin

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	71	51%
2	Perempuan	67	49%
Total		138	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa marketing BPRS Jabal Nur Surabaya didominasi oleh anggota berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, laki-laki sebesar 100%.

b. Usia

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	<25 tahun	97	70%
2	25-40 Tahun	41	30%
Total		138	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa nasabah BPRS Jabal

Nur Surabaya didominasi oleh konsumen dengan umur <25 tahun.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, <25 tahun

sebesar 70%, dan 25-40 tahun sebesar 30%

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas butir-butir pertanyaan dari hasil kuesioner. Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik *Corrected Item-Total Correlation*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti (butir soal) valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti (butir soal) tidak valid. Uji ini pada SPSS 19 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan nilai r_{hitung} untuk masing-masing pertanyaan. Apabila r_{hitung} berada di atas r_{tabel} berarti valid.¹ Dengan

demikian, jika $r_{hitung} > 0,341$ berarti pernyataan tersebut valid, dan jika

$r_{hitung} < 0,341$ berarti tidak valid.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kedua, (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 45.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

a. Kualitas produk

Tabel 4.8

Validitas variabel X (Kualitas Produk)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	26,5667	13,013	,380	,761
P2	26,4333	13,495	,423	,756
P3	26,8333	13,040	,350	,766
P4	26,9000	11,197	,444	,759
P5	26,8667	10,878	,554	,732
P6	26,7333	11,651	,751	,706
P7	26,9000	11,266	,615	,719
P8	26,5000	13,500	,359	,763

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Sumber: hasil olahan SPSS

Uji validitas pada variabel kualitas produk dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai Validitas P1 sebesar $0,380 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P1 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P2 sebesar $0,423 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P2 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P3 sebesar $0,350 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P3 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P4 sebesar $0,444 > 0,341$ yang berarti bahwa item pertanyaan P4 dapat dikatakan valid, nilai

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Validitas P5 sebesar $0,554 > 0,341$ yang berarti bahwa item

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

pertanyaan P5 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P6 sebesar 0,751 > 0,341 yang berarti bahwa item pertanyaan P6 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P7 sebesar 0,615 > 0,341 yang berarti bahwa item pertanyaan P7 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P8 sebesar 0,359 > 0,341 yang berarti bahwa item pertanyaan P8 dapat dikatakan valid. Kevalidan seluruh pertanyaan di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mampu mengukur variabel kecerdasan emosional.

b. Keputusan Nasabah

Tabel 4.9

Validitas variabel Y (Keputusan Nasabah)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	11,3000	3,390	,392	,743
P2	11,1667	2,626	,739	,554
P3	11,3333	2,368	,539	,687
P4	11,3000	3,183	,496	,693

Sumber: hasil olahan SPSS

Uji validitas pada variabel keputusan nasabah dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai Validitas P1 sebesar 0,392 > 0,341 yang berarti bahwa item pertanyaan P1 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P2 sebesar 0,739 > 0,341 yang berarti bahwa item pertanyaan P2 dapat dikatakan valid, nilai

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Validitas P3 sebesar 0,339 > 0,341 yang berarti bahwa item

pertanyaan P3 dapat dikatakan valid, nilai Validitas P4 sebesar 0,496 > 0,341 yang berarti bahwa item pertanyaan P4 dapat dikatakan valid. Kevalidan seluruh pertanyaan di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mampu mengukur kepuasan nasabah.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* > 0,60.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Varibel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk	0,783	Reliabel
Keputusan nasabah	0,743	Reliabel

Sumber: Hasil olahan SPSS (terlampir)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel di atas, tampak bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk sebesar $0,783 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk adalah reliable. Begitu juga dengan nilai *Cronbach Alpha* variabel keputusan nasabah sebesar $0,743 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk adalah reliable.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi normal atau tidak.² Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi yang diperoleh adalah > 0.05 , artinya sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi yang diperoleh adalah < 0.05 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

² Juliansyah Noor, *Metodologi...*, 174.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel 4.5

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99497063
Most Extreme Differences	Absolute	.037
	Positive	.021
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		.646
Asymp. Sig. (2-tailed)		.798

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.798 yang artinya nilai signifikansi > 0.05 maka dikatakan residual berdistribusi secara normal.

2. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Hubungan antara variabel Y dan variabel X dapat

linier atau bukan linier.

Persamaan regresi untuk regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Y = Nilai prediksi variabel dependen

a = Konstanta, yaitu nilai Y jika X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

X = Variabel independen

Dari hasil persamaan Regresi Linier Sederhana didapat hasil:

$$Y = \alpha + bX + e$$

$$Y = 2,893 + 0,441X + e$$

Penjelasan persamaan tersebut sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2,892 artinya jika variabel kualitas produk nilainya 0, maka variabel keputusan nasabah nilainya sebesar 2,893.
- 2) Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,441 artinya jika variabel keputusan nasabah mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kualitas produk akan mengalami peningkatan sebesar 0,441 satuan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

³ Duwi Priyanto, 117.

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.

3. Pengujian hipotesis (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.⁴ Pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.893	.324		8.929	.000
SkorTotal	.441	.161	.543	2.744	.013

a. Dependent Variable: y

Dari hasil pengujian t pada tabel 4.12 membandingkan nilai t hitung dan t tabel apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 (5%),

⁴ Ibid., 125.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

maka indikator bebas berpengaruh signifikan terhadap indikator terikat, begitu juga sebaliknya apabila t hitung $< t$ tabel dengan signifikansi 0,05 (5%), maka indikator bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap indikator terikat.

Dengan membandingkan t tabel $N = 138$, dan nilai signifikansi 0,05 maka hasil hasil uji t sebagai berikut:

Variabel kualitas produk (X) nilai t hitung sebesar $2,744 >$ nilai t tabel $2,086$ dan nilai $p = 0,013 < 0,05$, maka menyatakan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh kualitas produk PT. BPRS Jabal Nur Surabaya terhadap keputusan nasabah karyawan marketing.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

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 awas yang menyatakan 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 harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing¹

Dalam produk tabungan *wadfi'ah* BPRS Jabal Nur memiliki ciri khas tersendiri baik dari design maupun dari tata cara pemasaran yang dilakukan. Dalam segi design tabungan *wadfi'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 Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran....* 7.

²⁰ Adi, *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*, (STAIN Surakarta: Sem Institute Yogyakarta, 2008), 78.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 1. *Responsive* (daya tanggap)

Daya tanggap karyawan salah satunya berbentuk menanggapi keluhan nasabah terutama dalam masalah tabungan *wadi'ah*. Keluhan-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 islam. Allah berfirman dalam QS. Al-Maidah: 1, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ
 إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ 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 dikehendakinya."*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

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

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 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 syarat dalam bermuamalah.

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

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
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 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

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
keputusan nasabah, dalam penelitian ini yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan *wadfi'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 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 memiliki 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.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. KESIMPULAN

1. 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.
2. 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.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

B. SARAN

1. Perlu diadakannya pelatihan karyawan dalam memahami beberapa produk BPRS Jabal Nur sehingga akan mengetahui dan dapat menjawab keluhan nasabah.
2. Perlu adanya contoh bagi karyawan dalam pelayanan yang baik serta tata cara berpakaian. Contoh tersebut bisa dari atasan, pimpinan BPRS KMS atau dari karyawan-karyawan lain. Sehingga dalam pelaksanaannya pun bisa mewujudkan kerjasama yang baik antar lini, baik dengan sesama agen pemasaran ataupun dengan bagian-bagian lain

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Sya'fi., *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Durianto, Darmadi., *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: GPU, 2004.
- Ghozali, Imam., *Aplikasi Analisis Multivarit dengan Program SPSS*. Semarang: Undip Press, 2007.
- Karim, Adiwarman A., *Bank Islam Analisis Fiqih & Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kotler, P. & Keller, K.L., *Marketing Management 12th Ed*, Pearson International, 2006.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonisi, 2005.
- Santoso, Singgih., *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 12*. Jakarta: Elex Media, 2005.
- Schiffmann, G. Leon., & Kanuk, Leslie Lazar., *Consumer Behaviour 7th Ed*, Prentice Hall International. Jakarta: Indeks, 2007.
- Silalahi, Ulber., *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2009.
- Sudarsono, Heri., *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah: Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2010.
- Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- ., *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Supranto, J., *Metodologi Riset*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Tjiptono, Fandy., *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana & Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2005.
- Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti, 2009.