

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH DALAM MEMUTUSKAN MENABUNG  
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MALANG**

**SKRIPSI**

Oleh

**HENDI IRAWAN**

NIM : 04610018



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG  
2009**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH DALAM MEMUTUSKAN MENABUNG  
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri (UIN) Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

**HENDI IRAWAN**  
NIM : 04610018



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG  
2009**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH DALAM MEMUTUSKAN MENABUNG  
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MALANG**

**S K R I P S I**

Oleh

**HENDI IRAWAN**

NIM : 04610038

Telah Disetujui 22 Januari 2009  
Dosen Pembimbing,

**H. Surjadi , SE., MM**  
NIP.

Mengetahui:  
D e k a n,

**Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA**  
NIP: 150231828

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH DALAM MEMUTUSKAN MENABUNG  
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MALANG**

**S K R I P S I**

Oleh

**HENDI IRAWAN**

NIM : 04610018

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 22 Januari 2009

<b>Susunan Dewan Penguji</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Ketua <u>Hj.Ilfi Nurdiana,MSi</u> NIP. 150368783	: ( )
2. Sekretaris/Pembimbing <u>H. Surjadi, SE, MM</u> NIP.	: ( )
3. Penguji Utama <b>Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA</b> NIP. 150231828	: ( )

Disahkan Oleh :  
D e k a n,

**Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA**  
NIP. 150231828

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya :

Nama : Hendi Irawan  
NIM : 04610018  
Alamat : Ds. Malinau Kota RT 3 Kab. Malinau Kalimantan Timur

menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMUTUSKAN MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MALANG**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 22 Januari 2009  
Hormat saya,

**Hendi Irawan**  
NIM : 04610018

## MOTTO

عَنْ أَبِي الدَّرْدَاءِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ فِقْهِ الرَّجُلِ رَفَقَهُ فِي مَعِيشَتِهِ.  
(رواه أحمد)

Artinya : “Dari Abu Darda berkata Nabi saw : termasuk dari kefakihan seseorang adalah berhematnya dalam penghidupannya”. (HR. Ahmad, No. 20706)

إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: “Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”. (Q.S. Al-An’am 162)

**PERSEMBAHAN**

**SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK YANG TERCINTA  
IBUNDA (Trisnawati) DAN AYAHANDA (H. RAMLI. M.A)SERTA  
ADIK-ADIKKU (Tomi, Ayu, and Vivi)**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, juga sumber kunci perbendaharaan ilmu itu hanya ada pada genggamannya.

Shalawat serta salam semoga abadi tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah berhasil membimbing dan menuntun umatnya ke jalan yang benar dan di ridloi Allah SWT sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung Bank Syariah Mandiri Cabang Malang”**.

Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis karena dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terlepas dari uluran tangan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang senantiasa memberikan do'a restu, pengarahan serta kasih sayangnya.

2. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Malang, yang telah memberikan kepada peneliti peluang studi.
3. Bapak Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.
4. Bapak Ahmad Fahrudin, SE., M.Ak selaku PD I Universitas Islam Negeri Malang.
5. Bapak Surjadi, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menunjukkan arah bimbingan kepada penulis dengan penuh kesungguhan dan kesabaran.
6. Bapak Budi, selaku pimpinan bagian umum BSM Cabang Malang, yang telah memberikan izin penelitian.
7. Sahabat-sahabatku tercinta Fakultas Ekonomi 2004, terimakasih atas motivasinya, khususnya Mbah Slatem, Pi2nk, dan yang tercinta Tria Wijayanti.
8. Teman-temanku di kos-kosan Sumbersari Gang 3. Terimakasih banyak dan penulis minta maaf jika selama di kos telah mengecewakan kalian semua.
9. Buat semua yang telah membantu penulis yang tidak sempat penulis sebutkan baik dalam keseharian maupun dalam penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih banyak hanya Allah yang mampu membalas jasa-jasa kalian semua.

Akhirnya penulis mengharapkan saran, dan kritik yang konstruktif, karena penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan baik sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat menjadi masukan bagi para pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Amin Yaa Robbal Alamin..

Malang, 09 Januari 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Batasan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Empiris Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
B. Minat Nasabah.....	9
1) Pengertian minat.....	9
2) Pengertian Nasabah.....	10
3) Minat Calon Nasabah.....	10
a) Faktor Psikologis.....	11
1. Motivasi.....	11
2. Belajar.....	12
3. Sikap.....	13
4. Persepsi.....	14
b) Faktor Rasionalis.....	15
1. Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil).....	16
2. Perhitungan Bisnis.....	17
C. Bank Syariah.....	18
1. Definisi Bank Syariah.....	18
2. Karakteristik Bank Syariah.....	19
3. Produk-Produk Bank Syariah.....	20
4. Perbedaan Antara Bunga Dengan Bagi Hasil.....	23
D. Sistem Bagi Hasil (Mudharabah).....	24
1. Definisi Mudharabah.....	24

2.	Hikmah Mudharabah.....	25
3.	Unsur-Unsur Mudharabah .....	26
4.	Batal Akad Mudharabah.....	27
5.	Syarat-Syarat Mudharabah .....	28
E.	Pengambilan Keputusan .....	30
1.	Pengertian Pengambilan Keputusan konsumen / Nasabah.....	30
2.	Motif Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
3.	Tahap-Tahap Proses keputusan Pembelian.....	33
F.	Menabung Dalam Perspektif Islam .....	35
G.	Hakekat Mudharabah .....	40
H.	Kerangka Berfikir .....	44
I.	Model Konsep dan Hipotesis .....	46
1.	Model Konsep .....	46
2.	Hipotesis .....	46

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN..... 48**

A.	Lokasi Penelitian.....	48
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
C.	Populasi dan Sampel.....	49
1.	Populasi .....	49
2.	Sampel.....	49
D.	Data Dan Sumber Data .....	50
1.	Data Primer .....	51
2.	Data Sekunder.....	51
E.	Metode Analisis Data .....	52
1.	Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen .....	52
2.	Uji Asumsi Klasik .....	54
3.	Uji Instrumen ( <i>t-test</i> ).....	56
F.	Variabel dan Skala Pengukuran.....	56
1.	Variabel.....	56
2.	Skala pengukuran .....	58

**BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL**

<b>PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>	
A.	Paparan Data Hasil Penelitian.....	59
1.	Sejarah Bank Syariah Mandiri.....	59
2.	Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri .....	61
3.	SIFAT Bank Syariah Mandiri .....	62
4.	Lokasi Perusahaan .....	63
5.	Struktur Organisasi.....	64
6.	Produk-Produk Bank Syariah Mandiri .....	64
B.	Gambaran Umum Responden.....	77

1. Usia.....	77
2. Jenis Pekerjaan .....	78
3. Jenis Pendidikan .....	79
4. Jenis Produk Yang Digunakan.....	79
C. Gambaran distribusi Item .....	80
1. Variabel Bebas (X).....	81
2. Variabel Terikat (Y).....	89
D. Validitas dan Reliabilitas .....	90
1. Validitas dan Reliabilitas Variabel Motivasi ( $X_1$ ).....	91
2. Validitas dan Reliabilitas Variabel Belajar ( $X_2$ ) .....	92
3. Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap ( $X_3$ ).....	93
4. Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi ( $X_4$ ).....	94
5. Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Perhitungan Keuntungan dan Perhitungan Bisnis ( $X_5$ ).....	95
6. Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah Memilih (Y).....	96
E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	97
1. Uji Asumsi multikolinieritas.....	97
2. Uji Asumsi Non-Heteroskedasitas .....	98
3. Uji Asumsi Non-Autokorelasi .....	99
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	100
1. Analisis dan Interpretasi data.....	100
2. Analisis Regresi linier Berganda.....	101
3. Analisis Regresi Parsial .....	104
G. Implementasi dan Pembahasan Penelitian Dalam Perspektif islam .....	109
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>117</b>
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang .....	7
Tabel 2.2 : Perbedaaan Antara Bunga dengan Bagi Hasil .....	24
Tabel 3.1 : Tabel Definisi Operasional.....	57
Tabel 4.1 : Distribusi Umur Responden.....	77
Tabel 4.2 : Distribusi Jenis Pekerjaan Responden .....	78
Tabel 4.3 : Distribusi Pendidikan Responden .....	79
Tabel 4.4 : Distribusi Produk Yang digunakan .....	79
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Motivasi ( $X_1$ ).....	81
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Belajar ( $X_2$ ) .....	82
Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Sikap ( $X_3$ ) .....	84
Tabel 4.8 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi ( $X_4$ ).....	86
Tabel 4.9 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Tingkat Perhitungan Keuntungan dan Perhitungan Bisnis ( $X_5$ ).....	87
Tabel 4.10 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Memilih (Y) ..	89
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item pada Variabel Motivasi ( $X_1$ ).....	91
Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item pada Variabel Belajar ( $X_2$ ) .....	92
Tabel 4.13 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item pada Variabel Sikap ( $X_3$ ) .....	93
Tabel 4.14 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item pada Variabel Persepsi ( $X_4$ ).....	94
Tabel 4.15 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item pada Variabel Tingkat Perhitungan Keuntungan dan Perhitungan Bisnis ( $X_5$ ).....	95
Tabel 4.16 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item pada Variabel Keputusan Memilih (Y).....	96

Tabel 4.17 : Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas.....	97
Tabel 4.18 : Hasil Uji Asumsi Heterokedasitas.....	98
Tabel 4.19 : Rekapitulasi Analisis Korelasi dan Regresi Linier Berganda..	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : kerangka Pemikiran .....	45
Gambar 2.2 : Model Konsep .....	46
Gambar 2.3 : Model Hipotesis .....	47

## ABSTRAK

Hendi, Irawan. (04610018) 2008. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang".

Pembimbing : H. Surjadi SE., MM.

---

**Kata Kunci :** Minat Nasabah Menabung, Memutuskan memilih Sistem bagi hasil, Produk Funding, Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh karakteristik dan keuntungan-keuntungan yang tinggi dari prinsip mudharabah khususnya produk funding dari Bank Syariah Mandiri yaitu tabungan, deposito, dan giro yang seharusnya dapat menjadi alternatif dan pilihan utama bagi masyarakat mengingat dari beberapa aspek misalnya secara hukum agama Islam, tingkat keuntungan, keamanan, kenyamanan, jaringan yang luas yang ditawarkan lebih menguntungkan dari pada bank konvensional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor minat nasabah menabung dalam memutuskan sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dan variabel manakah yang dominan pengaruhnya dalam memutuskan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampelnya adalah acak sederhana. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner, kemudian data yang diperoleh diolah dengan menggunakan statistik deskriptif, regresi linear berganda serta regresi parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), variabel belajar ( $X_2$ ), variabel sikap ( $X_3$ ), variabel persepsi ( $X_4$ ), variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) dengan koefisien regresi berganda ( $R$ ) 0,648 (64,8%) dan tingkat signifikan 0,000 serta nilai  $F$  hitung sebesar 13,635. Selain itu nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh adalah 0,390 (39,0%). Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) yaitu variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) dengan angka koefisien regresi ( $B$ ) sebesar 0,534 dan nilai  $t$  hitung sebesar 6.852. kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ )

## ملخص

إراوان، هيندي (04610018) "تحليل العوامل المؤثرة على إرادة الملاء في ال دفار في BSM بمالانج"

المشرف: الحاج سوريادي الماجستير

الكلمات الرئيسية: ارادة العلاء ، ارادة

أما خلفية البحث في هذا التحقيق فالطبيعة والأرباح العليا من مبداء المضاربة خصوصا من انتاج فوندينج في البنك شريعة مانديري، وهو وفورات ووديعه وجيرو. وكانت خياريا وأفضل الاختيار للمجتمع من النواح مثل شريعة الإسلام، والربح والأمن ووسع الشبكة التي تساوم بأربح من البنك الاعتيادي.

أهداف التحقيق في هذا البحث لمعرفة تأثير عوامل رغبة ادخار الموفر في قضاء النظام مضاربة انتاج فوندينج في البنك شريعة مانديري الفرعية بمالانج ومعرفة المتغير الذي أثره مسيطر في قضاء النظام مضاربة انتاج فوندينج في البنك شريعة مانديري الفرعية بمالانج.

وكان الباحث يستعمل المنهج في هذا البحث منهجا وصفييا كمييا وطريقة أخذ سامفل بلا نظام وبسيط. وأداة جمه البيانات فيه استبيان ثم يجهرها باقصاء وصفي ونقوص تضاعف لينيار ونكوص فرسيال.

وكانت نتيجة التحقيق التي تدل على المتغير الحثي (X1) والمتغير التعليمي (X2) والمتغير الحالي (X3) والمتغير الادراكي (X4) ومتغير رتبة ربح الموفر وحساب المهنة (X5) كلها علاقة وتأثيرا ذي مغزى لقضاء اختيار النظام مضاربة انتاج فوندينج في البنك شريعة مانديري الفرعية بمالانج (Y). بمعامل تضاعف النكوص (R) 0.563 (5603%) ورتبة ذي مغزى 0.000 مع قيمة F الحسايبية 8.733. وتوجد قيمة Adjusted R Square 0.281 (28.1%). والمتغير الذي أثره مسيطر لقضاء الموفر في اختيار النظام مضاربة انتاج فوندينج في البنك شريعة مانديري الفرعية بمالانج هو الادراك (X4) بعدد معامل النكوص (B) 0.467 وقيمة t المسايبية 3.069. والحاصل من هذا التحقيق تدل على أن لمتغير ادراكي (X4) تأثيرا مسيطرا لقضاء الموفر في اختيار النظام مضاربة انتاج فوندينج في البنك شريعة مانديري الفرعية بمالانج (Y).

### ABSTRACT

Irawan, Hendi. (04610018) 2008. "Analysis of Factors Affecting Customer's saving Interest in deciding to Choose Production-Sharing System of Funding Product of Syariah Mandiri Bank branch of Malang".

Counselor: H. Surjadi, SE. MM

---

Keywords: Customer's saving interest, decision to choose production-sharing system, funding product, and Syariah Mandiri Bank.

Background of this study is the characteristics and the high advantages of Mudharabah principal, especially funding product, of Syariah Mandiri bank namely savings, deposit, and giro. Those should become an alternative and the main option for the society in the light of some aspects, such as profit, safety, and pleasure levels, Islamic law, and its offered widespread net is more advantageous than conventional banks. Purpose of this research is to know the effect of customer's interest to save in deciding to choose production-sharing system of funding product of Syariah Mandiri Bank branch of Malang. And, to know which variables having dominant effect in deciding to choose production-sharing system of funding product of Syariah Mandiri Bank branch of Malang.

This research represents descriptive research using quantitative approach. Sampling technique use simple random technique. Research instrument is in the form of questionnaire. Further, the obtained data is processed by using descriptive statistic method, double linear regression and partial regression.

The research result shows that variables of motivation ( $X_1$ ), study ( $X_2$ ), attitude ( $X_3$ ), perception ( $X_4$ ), and ratio advantages level and business calculation ( $X_5$ ), collectively have significant correlation and effect on decision to choose production-sharing system of funding product of Syariah Mandiri Bank branch of Malang (Y) with double regression coefficient (R) is 0.648 (64.8%), 0.000 in significance level and 13.635 in  $F_{count}$ . Besides, the obtained Adjusted R Square value is 0.390 (39.0%). Variable having dominant effect on customer's decision to choose production-sharing system of funding product of Syariah Mandiri Bank branch of Malang (Y) is ratio advantages level and business calculation ( $X_5$ ) variable with its regression coefficient rate (B) is 0.534 and 6.852  $T_{count}$ . Then, it can be drawn a conclusion that ratio advantages level and business calculation ( $X_5$ ) variable has dominant effect on customer's decision to choose production-sharing system of funding product of Syariah Mandiri Bank branch of Malang (Y).

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa (Muhamad, 2000:66). Seperti yang diketahui masyarakat di Indonesia yang sebagian besar muslim dihadapkan pada satu pilihan yaitu menyimpan dananya di bank konvensional. Sedangkan sudah diketahui bersama bank konvensional menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga adalah termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu didirikan bank syariah.

Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank terdapat unsur-unsur riba jika ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan. Kemudharatan sistem bunga sehingga dikategorikan sebagai riba adalah, antara lain :

- a) Mengakumulasi dana untuk kepentingannya sendiri.

- b) Bunga adalah konsep biaya yang digeserkan kepada penggung berikutnya.
- c) Menyalurkan dana hanya mereka yang mampu.
- d) Penanggung terakhir adalah masyarakat.
- e) Memandulkan kebijakan stabilitas ekonomi dan investasi.
- f) Terjadi kesenjangan yang tidak akan ada habisnya.

Dari kondisi inilah Bank Syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya.

Seorang nasabah akan merespon bank syariah atau berminat ke bank syariah ketika ada produk atau akad yang dirasakan menguntungkan dirinya ([www.Tempointeraktif.com](http://www.Tempointeraktif.com)). Diantara salah satunya prinsip dalam akad bank syariah yang dirasa familiar di masyarakat yakni prinsip bagi hasil. Prinsip ini merupakan prinsip kerja sama usaha yang dikemas dalam bentuk investasi serta menawarkan tingkat return yang dapat ditentukan sesuai perjanjian. Dalam konstruksi prinsip *mudharabah* bank syariah memposisikan diri sebagai mitra kerja antara si penabung dan pengusaha untuk mendapatkan keuntungan.

Dari beberapa konsepsi mengenai minat nasabah dalam menabung di bank syariah diharapkan pihak manajemen perbankan dapat memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk minat menabung

atau mengambil pendanaan di bank syariah. Menurut Kotler (1999:152) dalam memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidak pernah sederhana. Pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka namun bertindak sebaliknya. Mereka mungkin menanggapi pengaruh yang mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir. Seperti yang diketahui ada dua jenis konsumen/nasabah yaitu *pertama*, konsumen/nasabah yang bersifat emosional (psikologis), kedua konsumen/nasabah yang bersifat rasional ([http://www. Bernas. Co id.news](http://www.Bernas.Co.id)id = 413).

Studi ini memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Malang didasarkan pada beberapa kemudahan-kemudahan yang ditawarkan kepada nasabah. Hal ini dikarenakan, Bank syariah mandiri yang sudah dikenal oleh masyarakat luas khususnya daerah Malang. Beberapa kemudahan-kemudahan ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Malang kepada nasabahnya seperti *On line Real Time* diseluruh cabang /capem Bank mandiri dan Bank Syariah Mandiri, fasilitas phone banking dengan pulsa lokal serta adanya layanan penggunaan kartu ATM, adanya prosentase bagi hasil produk funding dari prinsip mudharabah yang diterapkan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mencapai 60 : 40 yang merupakan tawaran tingkat bagi hasil yang cukup bersaing dan menguntungkan, membuat keberadaannya Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat dinilai memiliki masa depan yang sangat menguntungkan

baik bagi intern maupun nasabah. Didasarkan pada semua itu, seharusnya prinsip mudharabah dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri dari produk-produk yang dimiliki oleh perbankan syariah.

Pada survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia menghasilkan bahwa kurang mengertinya nasabah mengenai produk perbankan syariah (71%), kurangnya pengertian mengenai perbankan syariah secara umum (8%) ([www.vibiznews-syariah.com](http://www.vibiznews-syariah.com)).

Dengan karakteristik dan keuntungan-keuntungan yang tinggi dari prinsip mudharabah dari Bank Syariah Mandiri, seharusnya dapat menjadi alternatif dan pilihan utama bagi masyarakat mengingat dari beberapa aspek misalnya secara hukum agama Islam, tingkat keuntungan, keamanan, kenyamanan, jaringan yang luas yang ditawarkan lebih menguntungkan dari pada bank konvensional. Akan tetapi, karena kurangnya sosialisasi menjadikan Bank Syariah Mandiri yang menggunakan prinsip bagi hasil sebagian masyarakat menganggap tidak banyak perbedaan dengan sistem Bank Konvensional. Akan tetapi nasabah hanya tahu kalau pada Bank Syariah Mandiri hanya tidak memakai sistem bunga.

Dari beberapa uraian diatas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung Bank Syariah Mandiri Cabang Malang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

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

- 1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung Bank Syariah Mandiri Cabang Malang?
- 2) Faktor-faktor minat manakah yang dominan pengaruhnya dalam memutuskan menabung Bank Syariah Mandiri Cabang Malang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor minat nasabah dalam memutuskan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor minat nasabah menabung yang dominan pengaruhnya dalam memutuskan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

## **D. Batasan Masalah**

Terdapat banyak karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian atau memilih suatu produk.

Baik itu budaya, sosial, pribadi dan demografi. Namun, dalam penelitian ini peneliti hanya akan meneliti minat nasabah yaitu faktor psikologis dan rasionalis dengan produk yang digunakan oleh nasabah yaitu produk funding.

**E. Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi Universitas Islam Negeri Malang, sebagai pengembangan keilmuan khususnya di Fakultas Ekonomi
- 2) Bagi Bank Syariah Mandiri, Semoga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan
- 3) Bagi peneliti, dapat menambah wawasan keilmuan tentang praktek penerapan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)
- 4) Bagi Masyarakat, bertambahnya wawasan masyarakat tentang sistem bagi hasil (*mudharabah*)

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Empiris Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dan menyusun kerangka berfikir mengenai penelitian ini.

Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**  
**dengan penelitian Sekarang**

No	Nama	Jenis Penelitian	Analisis Data	Variabel Penelitian	Hasil analisis
1	Motivasi Nasabah Menabung di BNI Syariah Malang : Roikhatul Jannah /2003	Deskriptif Kuantitatif	Analisis Regresi Linier Berganda Dan Analisis Korelasi	1. Persiapan tua 2. Keinginan dihargai orang lain 3. Produk sesuai dengan syariah 4. Pelayanan cepat 5. Pengaruh teman, iklan, dan keluarga	Motivasi (persiapan hari tua, dihargai orang lain, produk sesuai syariah, pelayanan cepat, iklan dan keluarga) adalah faktor yang memotivasi nasabah untuk

					menabung
2	Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah Menabung Dalam Memutuskan Memilih Sistem Bagi Hasil Produk Funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang: Hendi Irawan/2008	Deskriptif Kuantitatif	Analisis Regresi Linier Berganda Dan Uji Asumsi Klasik	Faktor minat (motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan, dan perhitungan bisnis)	1. Faktor minat berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk funding BSM Cabang Malang 2. Faktor minat yang terdiri dari (motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan, dan perhitungan bisnis) yang dominan adalah tingkat keuntungan, dan perhitungan bisnis sebesar 0,534 dengan nilai R 0,648

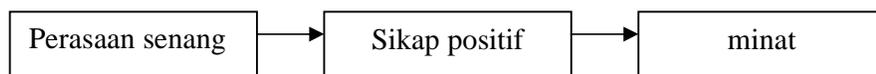
Sumber :Data Diolah Oleh Peneliti

## B. Minat Nasabah

### 1. Pengertian minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyektif atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Winkel (1993: 30) pengertian minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyektif untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti. Masih menurut Winkel (1993: 31) secara urutan psikologi tergambar sebagai berikut :



Sedangkan menurut Fisbein dalam Wantoro (1997: 38) minat diartikan sebagai komponen konaktif, ini berhubungan dengan komponen afektif dari sikap. Dengan kata lain minat adalah gejala psikis yang berkaitan dengan objek atau aktifitas yang menstimulasi perasaan senang pada individu, minat akan timbul jika rangsangan yang ada menarik perhatiannya. Sehingga minat merupakan sesuatu yang sangat penting

bagi seseorang sebagai suatu aspek kejiwaan. Minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu minat mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya terikat pada suatu kegiatan.

Berdasarkan pengertian diatas maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan minat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

## **2. Pengertian Nasabah**

Menurut Saladin (1994: 7) nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana. Sedangkan pengertian nasabah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997: 683) adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank (dalam hal keuangan).

Berdasarkan pengertian diatas, maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan calon nasabah adalah orang yang akan menjadi tanggungan suatu perusahaan bank dan belum menjadi nasabah suatu perusahaan bank.

## **3. Minat Calon Nasabah**

Minat calon nasabah adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang calon nasabah merasa senang

dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

Ada beberapa faktor yang membentuk terjadinya minat nasabah dilihat dari faktor psikologis dan rasional perilaku konsumen :

#### **a) Faktor Psikologis**

##### **1. Motivasi**

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:212) motivasi yaitu suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Samarwan (2004:34) mendefinisikan motivasi sebagai daya penggerak didalam individu yang mendorong mereka ke tindakan. Daya penggerak ini diperoleh dari suatu kebutuhan tak dipenuhi.

Menurut Mowen dalam Huriyati (2005:83) mendefinisikan motivasi adalah keadaan yang diaktivasi atau digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan, dalam hal ini termasuk dorongan, keinginan, dan hasrat.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*statet of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dengan sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut

mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

## **2. Belajar**

Menurut Engel dalam Sumarwan (2002:92) belajar adalah suatu proses dimana pengalaman akan membawa kepada perubahan pengetahuan, sikap dan atau perilaku. Sedangkan menurut Prasetijo dkk (2005:36) belajar adalah perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat dari adanya pengalaman sebelumnya. Para teoritis mengatakan bahwa hampir semua perilaku manusia berasal dari belajar. Proses belajar berlangsung melalui *drive* (dorongan), *stimuli* (rangsangan), *cues* (petunjuk), *respons* (tanggapan), dan *reinforcement* (penguatan) yang saling mempengaruhi (Kotler dan Armstrong, 2001:218).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa belajar perubahan dari perilaku individu yang muncul karena pengalaman.

Menurut Loundon dan Della Bitta dalam Prasetijo (2005:37) membagi perilaku belajar manusia ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Perilaku fisik, yaitu manusia mempelajari beberapa pola perilaku fisik yang bermanfaat dalam merespon sebagai situasi yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Pembelajaran melalui simbol dan pemecahan masalah, dalam hal ini manusia mempelajari arti-arti simbolis yang memungkinkan

komunikasi lebih efisien melalui pengembangan pengembangan bahasa.

- c. Pembelajaran secara afektif, pada tipe ini manusia belajar menilai elemen-elemen tertentu dari lingkungan dan hal-hal yang tidak disukai lainnya.

### **3. Sikap**

Menurut Mowen dalam Hurriyati (2005:86) menyatakan sikap adalah pengkategorian objek pada rangkaian kesatuan evaluatif. Sedangkan menurut Mangkunegara (2005:47) sikap adalah suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung kearah berbagi objek atau ide.

Dari beberapa pendapat beberapa ahli tentang sikap dapat diambil disimpulkan bahwa sikap adalah ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Menurut Engel dalam Sumarwan (2005:86) ada tiga komponen pembentuk sikap, yaitu :

- a. Komponen *kognitif* , merupakan komponen kepercayaan didasari oleh pengetahuan, persepsi, dan pengalaman seseorang mengenai suatu objek.

- b. Komponen *afektif* (perasaan), merupakan emosi-emosi yang pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu objek atau merek.
- c. Komponen *konatif* (kecenderungan bertindak), merupakan kesiapan untuk berperilaku tertentu yang didasari oleh suatu sikap tertentu atau maksud membeli.

#### **4. Persepsi**

Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak, bagaimana cara seseorang untuk bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Karena itu persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu yang berarti mengenai dunia (Kotler dan Armstrong, 2001:214).

Menurut Hurriyati (2005:101) persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard dalam Sumarwan (2004:69-70) menyatakan bahwa ada lima tahap pengolahan informasi yaitu sebagai berikut :

- a. Pemaparan (*exposure*), pemaparan stimulus yang menyebabkan konsumen menyadari stimulus tersebut melalui pancaindera
- b. Perhatian (*attention*), kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk

- c. Pemahaman (*comprehension*), interpretasi terhadap makna stimulus
- d. Penerimaan (*acceptance*), dampak persuasif stimulus kepada konsumen
- e. Retensi (*retention*), penglihatan makna stimulus dan persuasi keingatan jangka panjang konsumen

Dalam Prasetijo dan Ihalauw (2005:68-69) dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi orang, yaitu :

- a) Faktor internal
  - 1) Pengalaman
  - 2) Kebutuhan saat ini
  - 3) Nilai-nilai yang dianutnya
  - 4) *Ekspektasi* / pengharapannya
- b) Faktor eksternal
  - 1) Tampilan produk
  - 2) Sifat-sifat stimulus
  - 3) Situasi lingkungan

**b) Faktor Rasionalis**

Menurut Pemimpin Cabang Bank Muamalat Pekalongan H Armansyah Mirza definisi nasabah yang rasional adalah mereka yang bertransaksi dengan sistem syariah semata-mata karena perhitungan bisnis (<http://www.bernas.co.id/news/CyberBuzz//413.htm>).

Menurut Harif Amali Rivai\_ yang melakukan penelitian dengan judul “faktor penentu keputusan konsumen memilih jasa perbankan” dari hasil penelitian menyebutkan bahwa nasabah rasional adalah mereka yang bertransaksi dengan system syariah karena motif keuntungan atau perhitungan bisnis, bukan karena sentimen keagamaan belaka ([http : // Ruzaqir. Multiply. com/ journal/ item/49/ AKSELERASI BANK SYARIAH](http://Ruzaqir.Multiply.com/journal/item/49/AKSELERASI_BANK_SYARIAH)). Berdasarkan kutipan diatas, maka ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah (Antonio, 1999:255-256) yaitu :

#### **1) Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil)**

Nisbah (bagi hasil) merupakan karakteristik dasar bank syariah, dan perhitungan bagi hasil (*profit distribution*) bagi bank syariah pada umumnya didasarkan pada kontrak *al mudharabah*. Adapun faktor yang mempengaruhi bagi hasil (Antonio, 2001:237) yaitu :

##### a) Faktor Langsung

###### 1) Tingkat investasi (*investment rate*)

Merupakan prosentasi aktual dana yang hendak disalurkan dari total dana.

###### 2) Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan

Merupakan jumlah dana berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan.

###### 3) Nisbah bagi hasil (*profit sharing ratios*)

Dalam mudharabah, nisbah harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian.

b) Faktor Tidak Langsung

- 1) Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *mudharabah*
- 2) Bank dan nasabah melakukan *share* dalam pendapatan dan biaya (*Profit and Sharing*). Pendapatan yang dibagi dihasilkan merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya.
- 3) Jika semua biaya ditanggung bank, maka hal ini disebut *revenue sharing*.
- 4) Kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting)  
Bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktifitas yang diterapkan. Terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.

**2) Perhitungan Bisnis**

Seorang pebisnis biasanya akan memilih jenis tabungan yang mudah dicairkan dan tidak menimbulkan resiko bahkan akan memperoleh keuntungan dari dana yang disimpannya di bank. Salah satu produk yang sering digunakan oleh pebisnis yaitu :

a) Rekening Giro

Rekening giro yang berdasarkan prinsip *wadi'ah yad-dhamanah*.

Dalam hal ini, bank dapat mempergunakan dana nasabah

selama tidak ditarik, sementara bank memberikan garansi bahwa nasabah dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek, kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya. Umumnya para penusaha atau perusahaan untuk pembiayaan pencairannya menggunakan rekening giro.

b) Rekening Tabungan

Dalam rekening tabungan nasabah tidak dapat menarik dananya secara fleksibel seperti dalam rekening giro. Fasilitas ini umumnya digunakan oleh debitur untuk melunasi atau memenuhi kewajibannya.

## C. Bank Syariah

### 1. Definisi Bank Syariah

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan syariat Islam (Muhammad, 2005:13).

Sedangkan menurut Antonio (2001:1) bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan syariat Islam, yaitu mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.

## 2) Karakteristik Bank Syariah

Ada beberapa karakteristik yang dimiliki bank syariah sehingga terlihat jelas perbedaannya dengan bank konvensional, adapun beberapa karakteristik tersebut adalah:

- a. *Prohibition against the payment and receipt of a fixed or predetermined rate of interest.* Metode bunga digantikan dengan metode bagi hasil (*profit and loss sharing*)
- b. *Requirement to operate through Islamic modes of financing.*
- c. Ketika bank mengalami kerugian, nasabah menyimpan dana mungkin kehilangan dananya, menurut perbandingan pembagian laba/rugi.
- d. Beban biaya atas pelayanan bank syariah disepakati bersama pada saat pinjam atau pembiayaan dan dinyatakan dalam bentuk nominal, beban biaya tersebut hanya dikenakan selama berlakunya masa kontrak, sedangkan penyelesaian sisa utang setelah kontrak berakhir dilakukan kontrak baru.
- e. Dihindari penggunaan persentase atas pinjaman kredit dalam menentukan utang, hal ini menghindari berlipatnya beban biaya dan produk pinjaman yang memungkinkan terlambat dibayar.

- f. Proporsi bagi hasil didasarkan atas jumlah keuntungan usaha yang diperoleh debitur.
- g. Bank syariah tidak menjanjikan jumlah keuntungan yang pasti kepada nasabah penyimpan dana dalam giro wadi'ah maupun tabungan/deposito mudharabah. Nasabah pemegang giro wadi'ah akan mendapat keuntungan berupa bonus, sedangkan pemegang tabungan/deposito mudharabah akan mendapatkan proporsi bagi hasil.
- h. Prinsip penjaminan (*collateral*) tidak dominan dalam pemberian kredit di bank syariah. Hal ini terlihat pada pembiayaan pembelian barang modal bahwa barang yang dibeli masih milik bank dapat dianggap sebagai jaminan sendiri selama belum dilunasi oleh debitur.
- i. Bank syariah tidak menjadikan uang sebagai komediti. Hal ini berimplikasi pada pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah pada dasarnya berupa uang, melainkan pembiayaan barang atau jasa yang dibutuhkan debitur.

### **3. Produk-Produk Bank Syariah**

Bank syariah merupakan bank dengan prinsip dasar bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya.

Secara garis besar jenis kegiatan usaha bank syariah dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama yaitu penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*landing*), dan pelayanan jasa.

**a. Penghimpunan Dana (*Funding*)**

Dalam penghimpunan dana, bank syariah melakukan mobilisasi dan investasi tabungan untuk membanguun perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang ada dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan social ekonomi islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (*riba*), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat islam, terutama *mudharabah* (bagi hasil) dan *wadiah* (titipan). Sumber dana bank syariah selain dari kegiatan penghimpunan dana, tentunya juga dari modal disetor sehingga secara keseluruhan sumber dana bank syariah dapat dibagi menjadi (Antonio, 2001:15) :

1. Modal
2. Rekening giro
3. Rekening tabungan
4. Rekening investasi umum
5. Rekening investasi khusus dan
6. Obligasi syariah

## **b. Penyaluran Dana (Lending)**

Dalam menyalurkan dana, Bank Syariah dapat memberikan berbagai bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah mempunyai lima bentuk utama, yaitu *mudharabah* dan *musyarakah* (dengan pola bagi hasil), *murabahah* dan *salam* (dengan pola jual beli), dan *ijarah* (dengan pola sewa operasional maupun finansial). Selain kelima bentuk pembiayaan ini, terdapat berbagai bentuk pembiayaan yang merupakan turunan langsung atau tidak langsung dari kelima bentuk pembiayaan di atas. Bank syariah juga memiliki bentuk produk pelengkap yang berbasis (*fee-based service*) seperti *qardh* dan jasa keuangan lainnya.

## **c. Jasa Pelayanan**

Selain menjalankan transaksi untuk mencari keuntungan, bank syariah juga melakukan transaksi yang tidak untuk mencari keuntungan. Transaksi ini tercakup dalam jasa pelayanan (*fee based income*). Beberapa bentuk layanan jasa yang disediakan oleh bank Syariah untuk nasabahnya, antara lain jasa keuangan, agen, dan jasa non keuangan. Yang termasuk dalam jasa keuangan, antara lain *Wadi'ah yad dhamanah* atau titipan (dalam bentuk giro dan tabungan), *wakalah* (pelimpahan kekuasaan kepada bank untuk bertindak mewakili nasabah), *kafalah* (jaminan yang diberikan seseorang untuk menjamin pemenuhan kewajiban pihak kedua), *hiwalah* (pengalihan dana atau utang dari

depositor atau dektor ke penerima atau kreditor), *rahn* (pinjaman dengan jaminan atau gadai atau mortgage), *shorf* (jual beli mata uang).

Bank syariah juga bisa bertindak sebagai agen investasi dalam bentuk *Mudharabah Muqayadah* atau investasi terikat, ketika nasabah investor memberikan batasan-batasan investdasi yang di inginkannya. Bank hanya bertindak sebagai agen atau perantara untuk mempertemukan investor dan pengusaha. Selain itu bank syariah juga bisa memberikan jasa non keuangan, seperti menyediakan pelayanan titipan wadi'ah yad amanah (*save deposit box*).

#### **4. Perbedaan Antara Bunga Dengan Bagi Hasil**

Islam mendorong praktek bagi hasil serta mengharamkan riba. Kedua-duanya sema-sama memberikan keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata. Perbedaan itu dapat dijelaskan dalam tabel berikut (Antonio, 2001:60-61) :

**Tabel 2.2**

**Perbedaan Antara Bunga dengan Bagi Hasil**

<b>Bunga</b>	<b>Bagi Hasil</b>
a. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	a. Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
b. Besarnya prosentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	b. Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
c. Jumlah pembayaran tidak meningkatkan sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming".	c. Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
d. Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk islam.	d. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

**D. Sistem Bagi Hasil (*Mudharabah*)**

**1. Definisi *Mudharabah***

*Mudharabah* berasal dari bahasa Arab *darbh* yang berarti berjalan di atas atau bepergian di muka bumi. Sedangkan menurut istilah *Mudharabah* adalah suatu kontrak kemitraan (*partnership*) yang berlandaskan pada prinsip pembagian hasil dengan cara seseorang memberikan modalnya kepada orang lain untuk melakukan bisnis dan kedua belah pihak membagi keuntungan atau memikul beban kerugian berdasarkan isi perjanjian bersama (Zulkifli, 2003: 380-381).

Secara teknis, *Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *Mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang tertuang dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut (Antonio, 1999: 149).

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola).

Dasar hukum prinsip ini adalah sebagai berikut :

- a. Q.S An Nisa' ayat 12

“ ....maka mereka bersyarikat pada sepertiga ....”

- b. Al Hadits

“ dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW berkata : aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya” (HR. Abu Daud).

## **2. Hikmah *Mudharabah***

Islam telah Mensyiratkan dan membolehkan *mudharabah* untuk memberi keringanan kepada manusia. Terkadang sebagian orang memiliki harta, tetapi tidak mampu memproduksi hartanya. Pada sisi lain,

ada juga orang yang tidak memiliki harta, tetapi ia mempunyai kemampuan mengelola harta. Oleh karena itu, syariat Islam membolehkan transaksi *mudharabah* agar kedua belah pihak saling mendapat Manfaat.

Pemilik modal mendapat Manfaat dengan pengalaman dari pihak *mudharib* (orang yang diberi modal). Sedangkan *mudharib* dapat memperoleh Manfaat modal yang diberikan oleh pemilik modal. Dengan demikian, terjalin titik temu antara modal dan kerja.

### **3. Unsur-Unsur Mudharabah**

*Mudharabah* sebagai sebuah kegiatan kerjasama ekonomi antara dua pihak mempunyai beberapa ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam rangka mengikat jalinan kerjasama (Muhammad, 2005: 55-61). Adapun unsur *mudharabah* adalah:

- a. Ijab dan Qabul, Pernyataan kesediaan antara kedua belah pihak. Secara lebih luas *ijab* dan *qabul* tidak saja terjadi dalam soal kesediaan kedua belah pihak untuk menjadi pemodal dan pengusaha tetapi juga kesediaan untuk menerima kesepakatan-kesepakatan lain yang muncul lebih terinci.
- b. Adanya dua belah pihak, yaitu pihak penyedia dana (*shahibul maal*) dan pengusaha (*mudharib*)

- c. Adanya modal, menurut pendapat mayoritas ulama' modal harus berupa uang dan tidak boleh barang karena *mudharabah* dengan barang dapat menimbulkan kesamaran.
- d. Dana usaha (*al-maal*), dalam hal ini usaha yang diperbolehkan usaha yang menguntungkan tetapi harus sesuai dengan syariah sehingga merupakan usaha yang halal.
- e. Adanya keuntungan, keuntungan tidak boleh dihitung berdasarkan prosentase dari jumlah modal yang diinvestasikan, melainkan hanya keuntungannya saja setelah dipotong besarnya modal.

#### **4. Batal Akad *Mudharabah***

Akad *mudharabah* menjadi batal karena hal-hal berikut :

- a. Syarat sah *mudharabah* tidak lengkap, apabila salah satu syarat *mudharabah* tidak terpenuhi, sedangkan pihak pekerja sudah menerima modal dan telah diniagakan, maka pihak pengelola berhak mendapatkan upah, karena segala tindakan yang dilakukannya berdasarkan izin dari pemilik modal dan ia telah melakukan tugas yang layak mendapatkan upah.

Jika mendapat keuntungan, maka keuntungan tersebut untuk pemilik modal juga kerugiam menjadi tanggung jawabnya.

Karena pelaksana tidak lebih hanya sebagai pekerja sewaan yang

tidak wajib mempertanggungjawabkannya, kecuali ia melakukan dengan sengaja.

- b. Pihak pekerja melalaikan atau tidak peduli dalam berniaga dan menjaga modal, atau melakukan tindakan yang menyalahi Tujuan akad *mudharabah*. Pada kondisi tersebut akad *mudharabah* menjadi batal dan pihak pekerja bertanggung jawab atas kerugian modal karena ia merupakan penyebab kerugian.
- c. Pihak pekerja atau pemilik modal meninggal dunia.

#### 5. Syarat-Syarat *Mudharabah*

*Mudharabah* memiliki syarat-syarat yang harus dipenuhi (Hendi Suhendi, 2002: 139-140), yaitu :

- a. Modal harus tunai, apabila berbentuk emas atau perak batangan, perhiasan, atau barang dagangan, maka tidak sah.  
  
Ibnu Mundzir mengatakan, "Semua sepakat, orang-orang yang masih menjaga praktek *mudharabah* bahwa seseorang tidak boleh menjadikan piutang untuk *mudharabah* (sebagai modal),"
- b. Modal diketahui dengan jelas sehingga dapat dibedakan antara modal dan keuntungan yang akan dibagi untuk kedua belah pihak sesuai kesepakatan awal.
- c. Pembagian keuntungan *mudharabah* harus jelas persentasenya, untuk pihak pekerja dan pemilik modal, seperti setengah, sepertiga, atau seperempat. Dan Rasulullah memperkerjakan

penduduk Khaibar dengan syarat bagi hasil. Ibnu Munzir berkata, "Semua sepakat bahwa *qiradh* batal apabila salah satu pihak atau kedua belah pihak melakukan bagi hasil dengan jumlah dirham yang telah ditentukan. Sebab hukumnya, andaikan disyaratkan nominal tertentu untuk salah satu pihak, maka keuntungan hanya akan terbatas pada jumlah tersebut sehingga pihak lain bisa tidak mendapatkan apa-apa. Hal tersebut menyalahi akad *mudharabah* yang bertujuan memberikan Manfaat untuk kedua belah pihak.

- d. *Mudharabah* harus bersifat mutlak. Pihak pemilik modal tidak boleh membetasi pihak pekerja untuk berdagang di negeri tertentu, barang tertentu, waktu tertentu, atau ketentuan lain. Karena persyaratan yang mengikat seringkali dapat menjauhkan dari Tujuan akad, yaitu keuntungan hasil *mudharabah*. Oleh karena itu di dalam akad *mudharabah* harus ada persyaratan mengikat. Jika ada, maka akad *mudharabah* menjadi *fasid* (rusak). Demikian menurut Mazhab Maliki dan Syafi'i.

Abu Hanifah dan Ahmad berpendapat bahwa tidak disyaratkan mutlak dalam akad *mudharabah*. Keduanya beralasan, "Jika akad *mudharabah* sah dilakukan secara mutlak, maka sah juga dengan bersyarat (*muqayyad*)." Dalam *mudharabah muqayyad*, pelaksana tidak boleh menyalahi syarat-syarat yang telah ditentukan dalam akad. Jika dilanggar, maka segala resiko menjadi tanggung jawab pekerja.

Dari Hakim bin Hazm bahwa disyaratkan bagi pemilik modal ketika memberikan hartanya kepada seseorang untuk dikelola untuk mengatakan, "Hartaku jangan dimasukkan dalam kemasan basah atau dibawa mengarungi lautan atau dibawa melewati arus air, bila dilakukan kau wajib bertanggung jawab."

Tidak disyaratkan dalam akad *mudharabah* penjelasan mengenai waktu jatuh tempo tertentu karena merupakan akad yang boleh dibatalkan kapan saja. Juga tidak disyaratkan pihak yang melakukan akad adalah seorang Muslim, bisa saja pihak tersebut antara Muslim dan kafir Dzimmi.

## **E. Pengambilan Keputusan**

### **1. Pengertian Pengambilan Keputusan konsumen / Nasabah**

Menurut Amirullah (2002:61) pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Perilaku konsumen akan menentukan pengambilan keputusan konsumen. Tidak semua situasi pengambilan keputusan konsumen berada dalam tingkatan yang sama. Adakeputusan pembelian yang memerlukan usaha yang lebih luas, daam arti memerlukan proses yang lebih panjang dan melelahkan, namun keputusan pembelian tetap dilakukan. Sebaliknya ada pula pengambilan

keputusan dilakukan dengan mudah, tanpa pemikiran yang panjang. Kondisi ini terjadi karena konsumen sudah menganggap bahwa proses yang biasa atau berulang-ulang. Amirullah (2002:62) menyebutkan ada tiga tingkatan pengambilan keputusan konsumen, yaitu :

1) *Ektensive Problem Solving*

Pada tingkatan ini konsumen sangat membutuhkan banyak informasi untuk lebih menyakinkan keputusan yang akan diambilnya. Pengambilan keputusan ini melibatkan keputusan multi pilihan dan upaya kognitif serta perilaku yang cukup besar.

2) *Limited Problem Solving*

Pada tingkatan ini konsumen begitu banyak memerlukan informasi, akan tetapi konsumen tetap perlu mencari informasi untuk lebih memberikan keyakinan. Konsumen pada tingkatan ini biasanya membanding-bandingkan merek atau barang dan sedikit alternatif yang mempertimbangkan.

3) *Routinized Respon Behaviour*

Karena konsumen telah memiliki banyak pengalaman membeli, maka informasi biasanya tidak diperlukan lagi atau mungkin hanya untuk membandingkan saja. Perilaku pembelian rutin membutuhkan sangat sedikit kapasitas kognitif atau kontrol dasar.

## **2. Motif Keputusan Pembelian Konsumen**

Dalam Prasetijo dan Ihalauw (2005:39) dijelaskan ada dua motif yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu :

### **a) Motif Rasional**

Menurut ilmu ekonomi manusia berperilaku rasional pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif dan memilih alternatif yang memiliki paling banyak kegunaan. Dalam konteks pemasaran, konsumen memilih (produk) tujuan berdasarkan kriteria objektif seperti ukuran, harga, berat, dan keuntungan (manfaat yang diperoleh). Dan faktor-faktor lain yang dipertimbangkan dapat berupa ekonomi, seperti faktor penawaran, permintaan dan bunga. Selain itu juga faktor kualitas, pelayanan ketersediaan barang, ukuran, kebersihan, efisiensi dalam penggunaan, keawetan dapat dipercaya dan keterbatasan waktu yang ada pada konsumen.

### **b) Motif Emosional**

Pemilihan tujuan berdasarkan kriteria yang subjektif dan bersifat pribadi seperti kebanggaan, ketakutan, perasaan, maupun status, pengungkapan rasa cinta kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan dan kepraktisan.

### 3) Tahap-Tahap Proses keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2001:222-226) tahap keputusan pembelian (menabung) konsumen / nasabah terdiri dari lima tahap yaitu :

#### a) Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama ini merupakan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan.

#### b) Pencarian Informasi

Tahap ini merupakan proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi yang berkaitan dengan kebutuhannya. Dan konsumen sendiri dapat memperoleh informasi dari sumber manapun, sumber-sumber ini meliputi :

- 1) Sumber pribadi : keluarga, teman dan tetangga.
- 2) Sumber komersial : iklan, wiraniaga, dealer, kemasan dan pajangan.
- 3) Sumber publik : media massa dan organisasi penilai pelanggan.
- 4) Sumber pengalaman : memeriksa, menangani dan menggunkan produk.

c) Evaluasi Tahap Akhir

Tahap ini merupakan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.

Berikut adalah konsep-konsep dasar yang akan membentuk proses evaluasi konsumen yaitu :

- 1) Konsumen melihat suatu produk sebagai satu paket atribut produk.
- 2) Konsumen akan memberi tingkat kepentingan yang berbeda pada atribut-atribut yang berbeda menurut kebutuhan dan keinginannya yang unik.
- 3) Konsumen memungkinkan akan mengembangkan satu susunan keyakinan merek (*brand image*) mengenai posisi setiap merek pada setiap atribut.
- 4) Harapan kepuasan produk total konsumen akan bervariasi terhadap tingkat-tingkat atribut yang berbeda.
- 5) Konsumen mencapai suatu sikap terhadap merek yangf berbeda lewat prosedur evaluasi.

d) Keputusan Pembelian

Tahap ini merupakan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Dan biasanya

keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai.

e) Perilaku Pasca Pembelian

Tahap ini merupakan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.

**F. Menabung Dalam Perspektif Islam**

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam prinsip menabung tidak lepas dari perilaku konsumsi, karena manusia adalah makhluk konsumtif. Karena itu perlu menyiapkan masa depan yang lebih baik dari pada mengkonsumsi secara berlebihan tanpa melihat dampak kedepannya ([www.Tazkiaonline.com](http://www.Tazkiaonline.com)).

Adapun arahan Islam untuk konsumsi paling tidak ada tiga hal.

1. Jangan boros. Seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya terutama untuk ditabung. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli. Karena sifat

dari kebutuhan sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh situasi dan kondisi.

2. Seimbangkan pengeluaran dan pemasukan. Seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluarannya, sehingga sedapat mungkin tidak berutang. Karena utang, menurut Rasulullah SAW akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan kehinaan di siang hari.
3. Tidak bermewah-mewah. Islam juga melarang umatnya hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud menurut adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan.

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik (Syafi'i Antonio, 2001:153-154) :

#### 1) Al-Qur'an

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا  
خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : “ Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar (Q.S. An-nisaa' :9).

أَيُّودٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّن نَّجِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِن تَحْتِهَا  
 الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِن كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَةٌ ضُعَفَاءُ  
 فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ  
 تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢٦٦﴾

Artinya : “Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya “ (Q.S. al-Baqarah: 266).

Kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ  
 إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Al Hasyr: 18).

## 2) Hadist

Dalam hadist Nabi SAW, Banyak disebutkan tentang sikap hemat ini. Islam sangat memerangi sikap boros dan mubazir (Syafi'i Antonio, 2001:154), seperti sabda Rasullulah SAW :

عَنْ أَبِي الدرداء عن النبي ص.م من فقه الرجل رفقه في معيشته.  
(رواه أحمد)

Artinya : "Dari Abu Darda berkata Nabi saw : termasuk dari kefakihan seseorang adalah berhematnya dalam penghidupannya". (HR. Ahmad, No. 20706)

عن عبد الله بن عمر وأن الرسول الله صلعم قال : كلوا واشربوا واللبسوا  
وتصدقوا من غيرمخيلة ولا سرف، فإن الله يحب أن يرى نعمته على عبده.  
(رواه أحمد)

Artinya : "Dari Abdullah bin Umar berkata Rasullulah saw : makanlah, minumlah berpakaianlah dan bershadaqalah tanpa kecongkakan dan berlebih-lebihan. Karena sesungguhnya Allah suka melihat ni'mat-Nya atas hamba-Nya". (HR. Ahmad, No. 6421)

Hal yang perlu diperhatikan adalah bersikap hemat tidak berarti harus kikir dan batil. Ada perbedaan besar antara kikir atau bakhil. Hemat berarti membeli keperluan tertentu secukupnya dan tidak berlebihan. Ia tidak akan membeli atau mengeluarkan uang kepada hal-hal yang tidak perlu. Adapun kikir dan bakhil adalah sikap yang terlalu menahan dari belanja sehingga untuk keperluan sendiri yang pokok pun sedapat mungkin ia hindari, apa lagi memberikan orang lain. Dengan kata lain, ia berusaha agar uang yang dimilikinya tidak dikeluarkannya, tetapi

berupaya agar orang lain memberikan uang kepadanya. ia akan terus menyimpan dan menumpuknya.

Islam telah memberikan rambu-rambu berupa batasan-batasan serta arahan-arahan positif dalam berkonsumsi. Setidaknya terdapat dua batasan dalam hal ini ([www.Tazkiaonline.com](http://www.Tazkiaonline.com)) :

- 1) Pembatasan dalam hal sifat dan cara. Seorang muslim mesti sensitif terhadap sesuatu yang dilarang oleh Islam. Mengonsumsi /menggunakan produk-produk yang jelas keharamannya harus dihindari. Seorang muslim haruslah senantiasa mengonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan maslahat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang dalam islam.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا



*Artinya: "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya" (Q.S 17:27).*

- 2) Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi. Islam melarang umatnya berlaku kikir yakni terlalu menahan-nahan harta yang dikaruniakan Allah SWT kepada mereka. Namun Allah juga tidak menghendaki umatnya membelanjakan harta

mereka secara berlebih-lebihan di luar kewajaran (QS. 25 : 67, 5 : 87). Dalam mengkonsumsi, Islam sangat menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan. Dalam bahasa yang indah Al-Quran mengungkapkan

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا  
كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢١﴾

Artinya : “.....dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya...” (QS. 17 : 29).

### G. Hakekat Mudharabah

Syirkah mudharabah memiliki dua istilah. Yaitu mudharabah dan qiradh sesuai dengan penggunaannya di kalangan kaum Muslimin. mudharabah diambil dari kata dharb yang artinya, melakukan perjalanan yang umumnya untuk berniaga dan berperang. Allah berfirman :

وَمَا أَرْسَلْنَا مِن قَبْلِكَ مِن رَّسُولٍ إِلَّا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ  
وَمَا أَرْسَلْنَا مِن قَبْلِكَ مِن رَّسُولٍ إِلَّا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ﴿٢٠﴾

Artinya : (Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu) orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah ; dan orang-orang yang lain lagi yang berperang di jalan Allah” [Al-Muzzammil : 20]

Dan nabi juga bersabda tentang dibolehkannya mudharabah :

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ عَلِيٍّ الْخَلَّالُ حَدَّثَنَا بِشْرُ بْنُ نَاطِقٍ حَدَّثَنَا نَصْرُ بْنُ الْقَاسِمِ عَنْ  
عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ دَاوُدَ عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى

اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَهَةُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ

لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (HR. Ibnu Majah no.2280)

Artinya : *“dari shalih bin Shuhaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan : jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual”.* (HR. Ibnu Majah no.2280)

Ada beberapa alasan kenapa kita sebagai umat muslim harus menabung atau memutarakan uangnya di bank syariah (www. Sepuluh Alasan Umat Islam Memilih Bank Islam Agustianto Weblog.htm) :

1. *Al- Barakah* ( mendapat berakah )

Menabung dan mendepositokan uang di bank syariah dengan sistem mudharabah akan mendapat berkah dari Allah SWT. Semua tabungan dan deposito dikelola dengan bagi hasil. Keberkahan itu terlihat dengan jelas dalam sebuah hadist Nabi Muhammad SAW berikut :

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ عَلِيٍّ الْخَلَّالُ حَدَّثَنَا بِشْرُ بْنُ تَابِتٍ الْبَرَّارُ حَدَّثَنَا نَصْرُ بْنُ الْقَاسِمِ عَنْ

عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ دَاوُدَ عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى

اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَهَةُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ

لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (HR. Ibnu Majah no.2280)

Artinya : *“dari shalih bin Shuhaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan : jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung*

*untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual". (HR. Ibnu Majah no.2280)*

Dengan sistem mudharabah, maka bank syariah tidak diwajibkan membayar bunga kepada nasabah sebagaimana dalam bank riba ( bank konvensional ). Bank syariah membagi hasil sesuai dengan tingkat pendapatan dan keuntungan yang diperolehnya berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati. Sistem mudharabah inilah yang telah menyelamatkan bank - bank syariah dari negative spread sehingga terhindar dari likuidasi. Sistem mudharabah adalah kebalikan dari sistem bunga. Kalau sistem mudharabah mendapat berkah, sementara sistem bunga mendapat laknat dari Allah.

### 2. *Al- Falah fid Dunya wal Akhirah*

Memutarkan uang di bank syariah akan mendapat keuntungan duniawi, berupa bagi hasil. Ingat, bagi hasil dan bunga memiliki tujuh perbedaan, karena itu bunga dan bagi hasil jangan disamakan. Menabung di bank syariah juga mendapat keuntungan ukhrawi, berupa pahala mengamalkan bank syariah berarti juga berupaya menghindari bunga yang diharamkan, sehingga terhindar dari dosa.

### 3. *Islam Kaffah*

Mengamalkan sistem ekonomi Islam dalam perbankan syariah berarti berupaya mengamalkankan Islam secara kaffah. Firman Allah :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوَاتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya : *'Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu'.*

Islam bukan saja mengatur masalah ibadah, tetapi juga aspek muamalah. Bila ada orang Islam yang beribadah secara Islam, tetapi bermuamalah secara kapitalis, maka keIslamannya sebenarnya pincang, tidak kaffah. Bermuamalah secara Islam berarti kita berupaya mengamalkan syariah Islam secara kaffah.

#### 4. *Al- ibadah*

Oleh karena ajaran muamalah bagian yang tak terpisahkan dari Islam, maka mengamalkan ajaran muamalah adalah ibadah. Sedangkan mengamalkan riba adalah dosa. Nilai ibadah yang melekat dalam pengamalan muamalah melalui bank syariah, dapat diperoleh, asalkan kita dasari dengan niat yang ikhlas untuk mengamalkan syariahnya yang adil dan menentramkan. Tetapi kalau kita menggunakan sistem yang zalim seperti bunga, meskipun diniatkan ibadah, tidak akan bisa ketemu, sebab perbuatan yang dilarang Allah tak bisa menjadi ibadah.

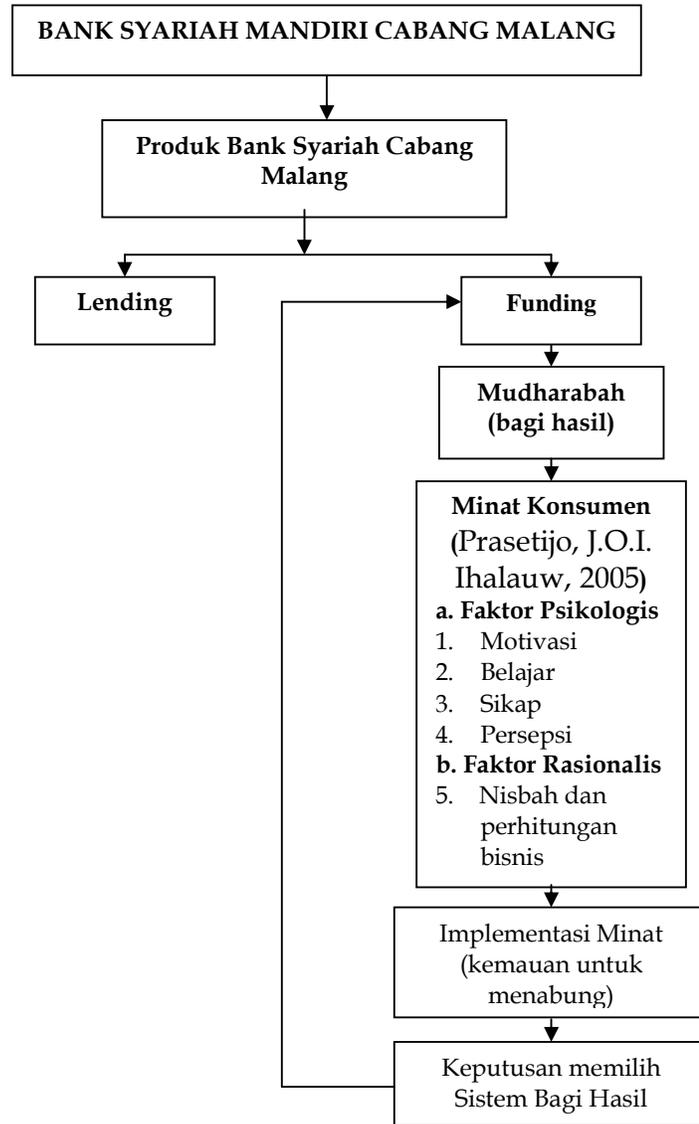
Investasi sebagai kelanjutan dari menabung menjadikan modal murni milik pribadi pengelola. Pola seperti ini memiliki keistimewaan bahwa tak ada beban biaya atas modal yang dikelola, kecuali hanya biaya operasional, dengan demikian akan tercipta aktifitas ekonomi dengan

beban biaya yang ringan, tapi bisa meningkatkan upah. Berbeda bila modal investasi bukan dari tabungan, tapi berasal dari pihak lain melalui hutang dengan sistem bunga, sebab akan menambah beban biaya atas modal, hal yang menyebabkan tingginya biaya ekonomi yang berakibat bagi rendahnya upah. Islam tidak melarang investasi dengan pembiayaan dari pihak lain, selama akad yang ditetapkan adalah bagi hasil, dimana tidak dibebankan biaya atas modal yang digunakan, tapi dibebankan atas keuntungan yang diperoleh.

#### **H. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir atau *construct* adalah abstraksi dari fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati. Dengan demikian kerangka berfikir akan memberikan penjelasan kepada para pembaca tentang tujuan yang direncanakan oleh peneliti (Indriantoro, dkk. 1999:61). Berikut adalah kerangka berfikir dalam penelitian ini :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka berfikir**



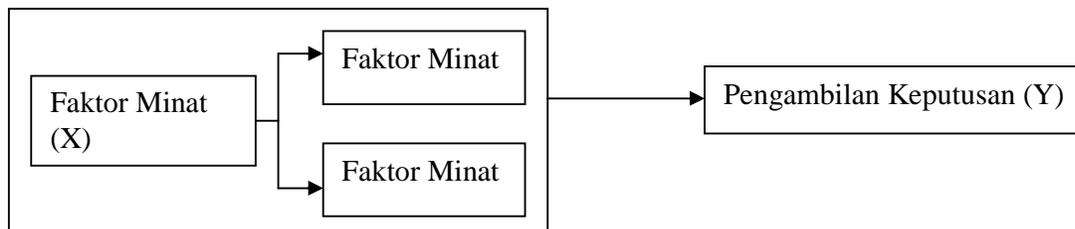
Secara umum Bank Syariah Mandiri mempunyai dua produk yaitu : Lending, Funding, dalam pembahasan ini difokuskan pada faktor-faktor minat nasabah menabung yang manakah paling dominan yaitu motivasi, belajar, sikap, persepsi, nisbah dan perhitungan bisnis dalam

memutuskan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

## H. Model Konsep Dan Hipotesis

### 1. Model Konsep

**Gambar 2.2**  
**Model Konsep**

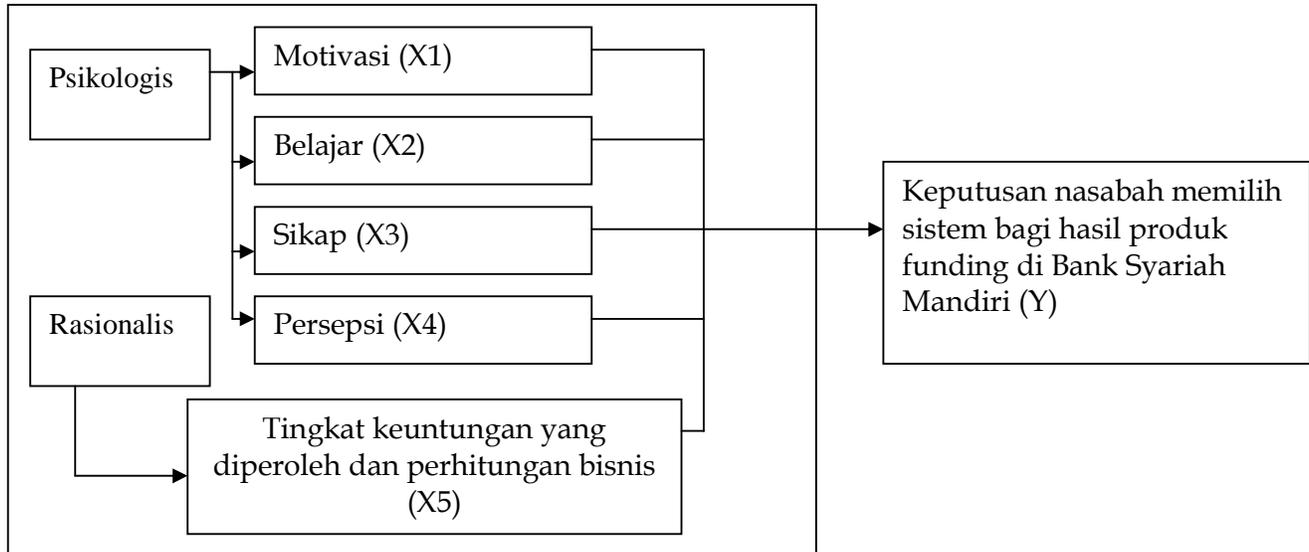


### 2. Hipotesis

Hipotesis menurut Arikunto (2002:64) adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis asosiatif yang menunjukkan hubungan atau pengaruh antar dua variabel atau lebih. Dengan pernyataan hipotesis nol ( $H_0$ ) " *Tidak ada pengaruh yang signifikan antara....dengan.....*" dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) " *ada pengaruh yang signifikan antara.....dengan....*"

Hipotesis penelitian ini yang akan diuji adalah sebagai berikut :

**Gambar 2.3**  
**Model Hipotesis**



1. Diduga bahwa variable Minat Nasabah yang terdiri dari motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis mempunyai pengaruh yang signifikan dalam memutuskan memilih sistem bagi hasil Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. LOKASI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terletak di Jalan Basuki Rahmat No. 8 Malang dimana di lokasi tersebut juga merupakan perkantoran beberapa bank lainnya. Daerah tersebut merupakan pintu gerbang memasuki wilayah Kota Malang sehingga dapat dikatakan merupakan tempat yang strategis. Selain itu, dengan jalan akses yang mudah masyarakat dapat menjangkaunya dari seluruh penjuru Kota Malang.

#### **B. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat-alat pengukur yang bersifat kuantitatif.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, penelitian yang dilakukan pada masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi dan juga termasuk penelitian lapangan.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Berdasarkan data yang diperoleh pihak Intern Bank Syariah Mandiri Cabang Malang diketahui bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebanyak 6741.

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Karena keterbatasan waktu dan dana yang digunakan dalam penelitian ini, maka besarnya sample ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin (Iqbal Hasan, 2002:61). Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana :  $n$  = Ukuran Sampel  
 $N$  = Ukuran Populasi  
 $e$  = *standart error* (10%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{6741}{1 + 6741(0,1)^2} = 98,55$$

$$n = 100$$

Dengan menggunakan rumus Slovin didapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Dalam penelitian ini tehnik pengambilan sample dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Yaitu siapa saja nasabah yang kebetulan melakukan transaksi saat peneliti melakukan pengumpulan data melalui angket dapat digunakan menjadi sample sebagai sumber data. Adapun alasan menggunakan tehnik ini karena semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.

### **C. DATA DAN SUMBER DATA**

Dalam sebuah penelitian, data bergua sebagai dasar objektif dalam mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang diambil oleh pembuat kebijakan. Menurut Iqbal Hasan (2002:82) data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain.

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam

penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data sekunder yang dilakukan pengambilan dengan metode teknik wawancara dan angket/kuesioner. Hal ini dikarena dalam pengumpulannya, dimaksudkan agar data yang diperoleh bisa *relevan* dan *up to date*. Relevan disini maksudnya yaitu data memiliki hubungan langsung dengan penelitian. Sedangkan mutakhir yaitu data yang diperoleh masih *up to date* atau masih hangat dibicarakan.

Penjabaran pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**a. Data Primer**

Pengambilan data primer pada penelitian ini memiliki maksud untuk menggali informasi langsung dari responden.

Data primer dalam penelitian ini meliputi karakteristik responden (usia, pekerjaan, pendapatan, frekwensi kegiatan transaksi). Penarikan data ini dilakukan dengan metode angket/kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis berdasarkan jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan.

**b. Data Sekunder**

Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan menggali informasi dari pihak intern Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan/profil perusahaan (sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, serta kegiatan perusahaan). Data ini didapat dengan metode wawancara. Yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak di instansi tersebut.

#### D. METODE ANALISIS DATA

##### 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Tahap pertama, yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori pengukuran sikap, dimana dalam melakukan pengujian ini cukup memenuhi kevalidan konstruksi saja. Berbeda dengan pengukuran prestasi (*achievement*) dan efektivitas pelaksanaan program yang bertujuan dalam penelitian tes ini harus memenuhi validitas isi dan konstruksi.

Uji validitas dilakukan untuk menemukan kesahihan dan keandalan instrument penelitian. Pengujian dilakukan dengan teknik analisis korelasi *produk moment* (Arikunto, 2002:146) :

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

Keterangan :

$n$  = Banyaknya pasangan data

X = Variabel pertama

Y = Variabel kedua

$\Sigma$  = Jumlah

Sedangkan uji reliabilitas pada dasarnya untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama, pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan kaidah *alpha cronbach*, karena instrumen yang digunakan mempunyai rentang nilai, dengan rumus (Arikunto, 2002:152) :

$$r = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = Reliabilitas Instrumen.

K = Yang disebut sebagai indeks korelasi dua belahan instrumen

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah butir varians

$\sigma_t^2$  = Varians total

Ghozali mengatakan (2005:42) mengatakan sebuah instrumen dapat dikatakan andal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar  $\geq 0,6$ .

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*Least Squares*), perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi :

### **1) Uji Non-Multikolinearitas**

Menurut Ghazali (2005:91) Uji Asumsi Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah Multikolinearitas atau disebut independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol

Sedangkan untuk mengetahui gejala tersebut dapat dideteksi dari besarnya VIF (*Variance Inflation Faktor*) melalui program SPSS. Apabila nilai VIF tidak melebihi angka 4 atau 5 maka model regresi bebas dari masalah multiko (Hines dan Douglas, 1999:490). Dan suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat gejala Multikolinearitas.

### **2) Uji Non-Autokorelasi**

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi,

maka terjadi outokorelasi. Model korelasi yang baik adalah bebas dari autokorelasi (Ghazali, 2005:95).

Menurut Singgih (2005:219), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui model Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- a. Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
- b. Jika angka D-W dibawah +2, berarti autokorelasi negatif.
- c. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

### 3) Uji Non-Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2005:105) tujuan dari asumsi regresi linier berganda Heteroskedastisitas ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain jika tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Menurut Suliyanto (2005:73), untuk mendeteksi gejala Heteroskedastisitas, melalui metode *park gleyser* dengan menggunakan program SPSS. Melalui metode ini jika nilai probalitasnya lebih besar dari nilai *alpha*-nya (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur Heteroskedastisitas. Dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas apabila :

$$t\text{-hitung} < t\text{-tabel atau sig.} > t > \alpha$$

### 3. Uji Instrumen (*t-test*)

Uji instrumen digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat, Sugiyono (2005:223).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :  $r$  = Koefisien regresi

$n$  = jumlah responden

$t$  = uji hipotesis

## E. VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN

### 1. Variabel

Dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat dua variable yakni :

#### 1) Variabel Bebas (X)

Variabel bebas yaitu suatu variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti yang keragamannya sebagai akibat dari campur tangan peneliti atau merupakan suatu kondisi yang ingin diteliti atau dikaji dan mempengaruhi variabel terikat (Masyhuri, 2006: 34). Dalam penelitian ini variabel bebas adalah minat (X).

#### 2) Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah suatu variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti yang keragamannya dipengaruhi dan tergantung

oleh variabel lain (Masyhuri, 2006: 34). Dalam penelitian ini variabel terikat yakni keputusan memilih sistem bagi hasil (*mudharabah*) (Y).

Berikut ini akan diuraikan mengenai definisi operasional variabel dimana untuk lebih memahami konsep penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Tabel Definisi Operasional**

Konsep	Variabel		Indikator
MINAT ( Prasetijo, Ristiyanti, dan john, J.O.I. Ihalauw, 2005. dan Philip Kotler. 2000.)	Psikologis	Motivasi (X1)	Dorongan dan Kebutuhan
		Belajar (X2)	Pengalaman dan Pengetahuan
		Sikap (X3)	Pelayanan, obyek fisik dan teknologi
		Persepsi (X4)	Perhatian dan tingkat pemahaman
Keputusan Memilih (Y)	Rasionalis	Nisbah dan perhitungan bisnis (X5)	Keuntungan yang diperoleh dan Produk jasa yang dipakai
	Keputusan Nasabah Memilih Sistem Bagi Hasil Bank Syariah Mandiri (Y1)		Memilih Bank Syariah Mandiri sebagai tempat menabung dan produk tabungan yang digunakan

**Sumber :** (Prasetijo, Ristiyanti, dan john, J.O.I. Ihalauw, 2005. dan Philip Kotler. 2000.)

## 2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran menurut Sugiyono dalam Hasan (2002:70) adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur. Dengan menggunakan alat ukur tersebut dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah jenis skala Likert. Menurut Hasan (2002:72) Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik) seperti sikap, pendapat dan persepsi sosial seseorang atau kelompok orang.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur minat nasabah menabung dalam memutuskan memilih sistem bagi hasil maka digunakan skala Likert. Pemberian bobot skor diukur dengan skala Likert dengan rentang satu sampai lima (Hasan, 2002:72) yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Jawaban sangat baik/senang sekali, dengan skor 5
2. Jawaban cukup baik/senang, dengan skor 4
3. Jawaban sedang/cukup senang, dengan skor 3
4. Jawaban kurang baik/kurang senang, dengan skor 2
5. Jawaban sangat tidak baik/tidak senang, dengan skor 1

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. HASIL PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Mandiri**

Krisis moneter dan ekonomi sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No. 10 1998, tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuh dan berkembangnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.

PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997-1999 dengan berbagai cara. Mulai

dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik.

Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) kedalam PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakinah) diambil Alih Oleh PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah.

Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta Notaris : Ny. Macharani M.S SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999, Notaris : Sutjipto, SH nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT Bank Syariah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan ijin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti selanjutnya

dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nam PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atas tanggal 1 Nopember 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri . kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama paara perintis bank syariah di PT Bank Susila Bakti dan Manajemen PT Bank Mandiri yang memandang pentingnya kelahiran bank Syariah dilingkungan PT Bank Mandiri (Persero).

PT Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia.

## **2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri**

### **a) Visi Bank Syariah Mandiri**

Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha.

### **b) Misi Bank Syariah Mandiri**

1. Menciptakan suasana pasar perbankan syariah agar dapat berkembang dengan mendorong terciptanya syarikat dagang yang terkoordinasi dengan baik.

2. Mencapai pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan melalui sinergi dengan mitra strategis agar menjadi bank syariah terkemuka di Indonesia yang mampu meningkatkan nilai bagi para pemegang saham dan memberi kemaslahatan bagi masyarakat luas.
3. Mempekerjakan pegawai yang profesional perbankan syariah.
4. Menunjukkan komitmen terhadap Standart kinerja operasional perbankan dengan pemanfaatan teknologi mutakhir, serta memegang teguh prinsip keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.
5. Mengutamakan mobilisasi pendaan dari golongan masyarakat menengah dan ritel, memperbesar portofolio pembiayaan untuk skala menengah dan kecil, serta mendorong terwujudnya manajemen zakat, infaq dan shadaqoh yang lebih efektif sebagai cerminan kepedulian sosial.
6. Meningkatkan permodalan sendiri dengan mengundang perbankan lain, segenap lapisan masyarakat dan investor asing.

### **3. SIFAT Bank Syariah Mandiri**

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap akhlaqul karimah (budi pekerti mulia), yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat SIFAT, yaitu :

a) Shiddiq (Integrasi)

Menjaga martabat dengan integrasi. Awali dengan niat dan hati tulus, berpikir jernih, bicara benar, sikap terpuji dan perilaku teladan.

b) Istiqomah (Konsisten)

Konsisten adalah Kunci Menuju Sukses. Pegang teguh komitmen, sikap optimis, pantang menyerah, kesabaran, dan percaya diri.

c) Fathanah (Profesionalisme)

Profesional adalah Gaya Kerja Kami. Semangat belajar berkelanjutan, cerdas, inovatif, terampil dan adil.

d) Amanah (Tanggung jawab)

Terpercaya karena Penuh Tanggung Jawab. Menjadi terpercaya, cepat tanggap, obyektif, akurat dan disiplin.

e) Tabligh (Kepemimpinan)

Kepemimpinan Berlandaskan Kasih Sayang. Selalu transparan, membimbing, visioner komunikatif dan memberdayakan.

Rumusan nilai-nilai Budaya SIFAT tersebut merupakan penyempurnaan oleh tim Pengembangan Budaya SIFAT TPBS.

#### **4. Lokasi Perusahaan**

Lokasi penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang yang beralamatkan di jalan Basuki Rahmat No. 8 Malang

## 5. Struktur Organisasi

Organisasi yang ada di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang berbentuk garis (*line*) dimana semua perintah berasal dari atas ke bawah melalui satu garis, sehingga dalam hal ini bawahan hanya bertanggung jawab kepada atasan. Adapun struktur organisasi di bawah ini : *lampiran*

## 6. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri

### a. Dana

#### 1. Tabungan Syariah Mandiri

Yaitu tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

Adapun penjelasan tentang tabungan syariah mandiri yaitu :

##### a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqoh
2. Mudharabah Muthlaqoh adalah akad kemitraan antara pihak pemilik modal (*shohibul maal*) dengan *mudharib* (*pengelola*) untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah (*bagi hasil*) yang telah disepakati, dan *mudharib* (*Bank*) diberi kekuasaan penuh untuk mengelola modal atau arah investasi.

##### b) Peruntukan

1. Perorangan
2. Badan Hukum

c) Manfaat

1. Sarana investasi jangka panjang
2. Aman dan terjamin
3. Bagi hasil bersaing
4. Bebas tarik /setor diseluruh kantor Bank Syariah Mandiri

d) Fasilitas

1. ATM
2. SMS Banking sehingga bebas bertransaksi dimana saja
3. *Auto Save*

2. Tabungan Syariah Mandiri Dollar

Yaitu simpanan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat dengan ketentuan bank dengan menggunakan slip penarikan. Adapun penjelasan tentang tabungan syariah mandiri dollar yaitu :

a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Wadi'ah Yad Dhomanah
2. Wadi'ah Yad Dhomanah adalah akad penitipan uang antara pihak yang mempunyai uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keutuhan uang, dimana pihak yang menerima titipan berhak memanfaatkan berikut bertanggung jawab atas pengembalian kepada pihak yang menitipkan.

b) Peruntukan

1. Perorangan

c) Manfaat

1. Setor dan tarik tunai online diseluruh cabang Bank Syariah Mandiri
2. Buku tabungan untuk memantau mutasi transaksi
3. Layanan *Standing order*

3. Tabungan Mabrur Syariah Mandiri

Yaitu simpanan dalam mata uang rupiah yang bertujuan membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji atau umroh adapun penjelasan tentang tabungan Mabrur syariah mandiri yaitu :

a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqoh
2. Mudharabah Muthlaqoh adalah akad antara pihak pemilik modal dengan bank sebagai pengelola untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati. Bank diberi kuasa penuh untuk mengelola.

b) Peruntukan

1. Perorangan
2. Umat islam

c) Manfaat

1. Kemudahan rencana /persiapan haji atau umrah
2. Aman dan terjamin
3. Setoran awal ringan
4. Bagi hasil

d) Fasilitas

1. Dana talangan
2. Online dengan Siskohat
3. Bebas biaya adminstrasi
4. Kemudahan bertransaksi
5. Asuransi jiwa dan kecelakaan
6. Online antar cabang
7. Sesuai syariah sehingga ibadah lebih tenang
8. Setor online diseluruh cabang Bank Syariah Mandiri

4. Tabungan Investa Cendekia Syariah Mandiri

Yaitu tabungan pendidikan yang memudahkan anda merencanakan dana pendidikan hingga kejenjang perguruan tinggi sekaligus memberikan perlindungan asuransi. Adapun penjelasan tentang tabungan investa cendekia syariah mandiri yaitu :

a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqoh

2. Mudharabah Muthlaqoh adalah akad antara pihak pemilik modal dengan bank sebagai pengelola untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati. Bank diberi kuasa penuh untuk mengelola.

b) Manfaat

1. Aman dan terjamin
2. Membantu perencanaan biaya pendidikan
3. Perlindungan biaya pendidikan
4. Santunan hingga 100X setoran bulanan plus angsuran setoran hingga masa perjanjian berakhir diteruskan oleh perusahaan asuransi

c) Fasilitas

1. Bagi hasil bersaing
2. Premi yang rendah
3. Setoran bulanan fleksibel
4. SMS Banking
5. Online Sistem

5. Deposito Syariah Mandiri

Yaitu produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Adapun penjelasan tentang deposito syariah mandiri yaitu :

a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqoh
2. Mudharabah Muthlaqoh adalah akad antara pihak pemilik modal dengan bank sebagai pengelola untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati. Bank diberi kuasa penuh untuk mengelola.

b) Peruntukan

1. Perorangan
2. Badan hukum

c) Manfaat

1. Sarana investasi syariah berjangka sesuai syariah
2. Pilihan jangka waktu 1, 3, 6, 12
3. Aman dan terjamin
4. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
5. Bagi hasil komperatif

d) Fasilitas

1. *Auto Roll Over (ARO)*
2. Bagi hasil dapat ditambahkan ke nilai pokok deposito, transfer atau pemindahan bukuan

6. Deposito Syariah Mandiri Valuta Asing (Valas)

Yaitu produk investasi berjangka dalam bentuk valuta asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu

sesuai dengan kesepakatan. Adapun penjelasan tentang deposito syariah mandiri valas yaitu :

a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqoh
2. Mudharabah Muthlaqoh adalah akad antara pihak pemilik modal dengan bank sebagai pengelola untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati. Bank diberi kuasa penuh untuk mengelola.

b) Peruntukan

1. Perorangan
2. Badan hukum

c) Manfaat

1. Sarana investasi syariah berjangka sesuai syariah
2. Pilihan jangka waktu 1, 3, 6, 12
3. Aman dan terjamin
4. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
5. Bagi hasil komperatif

d) Fasilitas

1. *Auto Roll Over (ARO)*
2. Bagi hasil dapat ditambahkan ke nilai pokok deposito, transfer atau pemindahan bukuan

## 7. Giro Syariah Mandiri

Yaitu Produk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro atau alat bayar lainnya.

Adapun penjelasan tentang Giro Syariah Mandiri yaitu :

### a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Wadi'ah Yad Adhomanah
2. Wadi'ah Yad Dhomanah adalah akad penitipan uang antara pihak yang mempunyai uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keutuhan uang, dimana pihak yang menerima titipan berhak memanfaatkan berikut bertanggung jawab atas pengembalian kepada pihak yang menitipkan.

### b) Peruntukan

1. Perorangan
2. Badan hukum

### c) Manfaat

1. Aman dan terjamin
2. Kemudahan transaksi finansial, cocok bagi para pengusaha
3. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
4. Dapat ditarik sewaktu-waktu
5. Penarikan bisa di seluruh kantor Bank Syariah Mandiri

d) Fasilitas

1. Buku cek atau bilyet giro
2. Layanan *standing order*
3. *Auto Save*
4. ATM untuk perorangan
5. Pengiriman statemen rekening koran setiap bulan
6. Online antar cabang
7. Bank sesuai kebijakan dapat memberikan bonus

8. Giro Syariah Mandiri Valuta Asing (Valas)

Yaitu produk simpanan giro dalam bentuk valuta asing, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro atau bayar lainnya. Adapun penjelasan tentang giro syariah mandiri valas yaitu:

a) Akad

1. Akad yang digunakan adalah Wadi'ah Yad Adhomanah
2. Wadi'ah Yad Dhomanah adalah akad penitipan uang antara pihak yang mempunyai uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keutuhan uang, dimana pihak yang menerima titipan

b) Peruntukan

1. Perorangan (SGD)
2. Badan hukum

c) Manfaat

1. Aman dan terjamin
2. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
3. Penarikan bisa di seluruh kantor Bank Syariah Mandiri

d) Fasilitas

1. Layanan *standing order*
2. Pengiriman statemen rekening koran setiap bulan
3. Online antar cabang
4. Bank sesuai kebijakan dapat memberikan bonus
5. tersedia dalam bentuk valas seperti US Dollar dan Singapore Dollar (SGD)

**b. Layanan**

1. BSM Card

Yaitu sarana untuk melakukan transaksi pada ATM syariah mandiri. Adapun penjelasan tentang BSM Card syariah mandiri yaitu :

a) Peruntukan

- 1) Perorangan (SGD)

b) Manfaat

- 1) Penarikan tunai dengan cepat
- 2) Penarikan beberapa kali juga pada saat bank tutup
- 3) Praktis dan Aman

4) Bebas antrian

c) Fasilitas

1) Dapat ditarik melalui jaringan ATM Bank Mandiri dan ATM Bersama di seluruh Indonesia

2) Pemindah bukuan antar rekening

3) Kartu instan langsung jadi

4) Gratis biaya kartu perdana

5) Layanan informasi saldo dan penggantian PIN

6) Layanan pembayaran tagihan (Telkom, Ratelindo, Satelindo, IM2 dan IM3) dan pembayaran zakat, infaq dan shadaqoh

7) Layanan kerja sama *co-branding*

2. BSM SUHC (Saudi Umrah dan Haji Card)

Yaitu kartu Prabayar dalam mata uang Saudi Arabiyah Riyal.

Adapun penjelasan tentang BSM SUHC yaitu :

a) Peruntukan

1. Perorangan

2. Badan hukum

b) Manfaat

1. Memenuhi kebutuhan uang bagi jemaah haji dan umrah ataupun keperluan bisnis selama di Saudi Arabia.

2. Nyaman, tidak perlu membawa uang tunai di Saudi, sehingga terhindar dari resiko kehilangan uang

3. Aman, karena hanya bisa ditarik dengan PIN tertentu
4. Pengeluaran terkendali sesuai kebutuhan
5. Sesuai Syariah

c) Fasilitas

1. Anti kehilangan, karena dapat ditarik melalui counter Bank Al-Rajhi dan Bank Syariah Mandiri
2. Hemat, karena bisa ditarik hingga 100% dan bebas biaya penarikan di ATM
3. Nilai tersedia : SAR2.000, SAR5.000, dan SAR10.000
4. Dapat ditarik 24 jam di 700 ATM Bank Al-Rajhi di seluruh Arab Saudi, termasuk Jeddah, Makkah dan Madinah

3. BSM b-Prayer

Yaitu layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan. Adapun penjelasan tentang BSM B-Prayer yaitu :

a) Peruntukan

1. Perorangan
2. Badan hukum

b) Syarat-Syarat

1. Memiliki rekening jika ingin melakukan pembayaran melalui ATM
2. Menyebutkan nomor pelanggan yang akan dibayar jika dibayar tunai

c) Manfaat

1. Pembayaran tagihan tepat waktu
2. Mudah
3. Lokasi pembayaran di seluruh kantor Bank Syariah Mandiri

d) Fasilitas

1. Bisa dilakukan secara tunai, autodebet, SMS Banking atau melalui ATM Bank Syariah Mandiri
2. Tanda bukti pembayaran
3. Sistem On-line
4. Jenis pembayaran Telkom, IM3, Satelindo, IM2, dan PLN

4. BSM SMS Banking

Yaitu produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

Adapun penjelasan tentang BSM SMS Banking yaitu :

a) Peruntukan

1. Perorangan

b) Jenis transaksi

1. Transaksi yaitu tranfer antar rekening dan pembayaran
2. Informasi yaitu Inquiry saldo, Ganti PIN dan Informasi tagihan

c) Manfaat

1. Transaksi kapan dan dimana saja

2. Pendaftaran gratis diseluruh cabang BSM

3. Biaya transaksi murah

d) Fasilitas

1. Dapat diakses oleh semua provider seluler

2. Layanan Transfer antar rekening

3. Layanan informasi saldo

4. Layanan pembayaran tagihan: Telkom, dan seluler pasca bayar

5. Layanan pembayaran zakat

## B. GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 orang responden melalui kuesioner yang disebarakan telah didapat gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

### 1. Usia

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Usia Responden**

No	keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
1	21-25 tahun	8	8 %
2	26-30 tahun	16	16 %
3	31-35 tahun	29	29 %
4	35-40 tahun	30	30 %
5	> 40 tahun	17	17 %
	<b>jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berusia 21-25 tahun berjumlah 8 responden (8%) yang berusia 26-30 tahun berjumlah 16 responden (16%) yang berusia 31-35 tahun berjumlah 29 responden (29%) yang berusia 35-40 tahun berjumlah 30 responden (30%) dan yang berusia > 40 tahun berjumlah 17 responden (17%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa yang menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terbanyak adalah berumur 35-40 tahun.

## 2. Jenis Pekerjaan

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Jenis Pekerjaan Responden**

No	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
1	PNS/TNI/POLRI/Pensiunan	43	43 %
2	Wiraswasta	29	29 %
3	Pegawai Swasta	17	17 %
4	Lain-lain	11	11 %
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer diolah, 2008

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden PNS/TNI/POLRI/PENSIUNAN berjumlah 43 responden (43%), Wiraswasta berjumlah 29 responden (29%), Pegawai Swasta berjumlah 17 responden (17%), lain-lain berjumlah 11 responden (11%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa yang berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terbanyak adalah bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI/Pensiunan.

### 3. Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Jenis Pekerjaan Responden**

No	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
1	SMP	2	4 %
2	SMA	49	48 %
3	Diploma	7	6 %
4	S1	41	41 %
5	S2	1	1 %
6	Lain-Lain	0	0 %
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer diolah, 2008

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMP berjumlah 2 responden (2%), berpendidikan SMA berjumlah 49 responden (49%), berpendidikan Diploma berjumlah 6 responden (6%), berpendidikan S1 berjumlah 41 responden (41%), berpendidikan S2 berjumlah 1 responden (1%), dan lain-lain berjumlah 0 responden (0%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa yang berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terbanyak adalah berpendidikan terakhir S1.

### 4. Produk Yang Digunakan

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Jenis Pekerjaan Responden**

No	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
1	Tabungan	84	84 %
2	Deposito	16	16 %
3	Giro	0	0 %
4	Lain-lain	0	0 %
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2008

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan produk tabungan berjumlah 84 responden (84%), menggunakan deposito 16 responden (16%), menggunakan giro 0 (0%), dan lain-lain 0 (0%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa yang berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terbanyak adalah menggunakan produk tabungan.

### **C. GAMBARAN DISTRIBSI ITEM**

Gambaran distribusi item ini akan menyajikan gambaran mengenai item atas kuesioner yang telah disebarakan kepada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang adalah sebagai berikut :

## 1. Variabel Bebas (X)

### a). Variabel Motivasi ( $X_1$ )

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Motivasi ( $X_1$ )**

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	%
1.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena hasil investasi non bunga		
	A. Sangat Setuju	43	43%
	B. Setuju	44	44%
	C. Ragu-Ragu	6	6%
	D. Tidak Setuju	6	6%
	E. Sangat Tidak Setuju	1	1%
	<b>Jumlah</b>	100	100%
2.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena jaminan keamanan terhadap uang yang anda simpan		
	A. Sangat Setuju	18	18%
	B. Setuju	70	70%
	C. Ragu-Ragu	5	5%
	D. Tidak Setuju	5	5%
	E. Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.5, dapat diketahui bahwa untuk item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena hasil investasi non bunga ( $X_{1.1}$ ), sebagian besar responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 50 responden (50%), 47 responden (47%) menyatakan setuju, 2 responden (2%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa bagi hasil dijadikan alasan bagi responden untuk berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Pada item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena jaminan keamanan ( $X_{1.2}$ ), jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 24 responden (24%), 65 responden (65%) menyatakan setuju, 7 responden (7%) menyatakan ragu-ragu, 4 responden (4%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan adalah alasan paling besar bagi responden untuk berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

b). Variabel Belajar ( $X_2$ )

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Belajar ( $X_2$ )**

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	%
1.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena pengalaman masa lalu		
	A. Sangat Setuju	31	31%
	B. Setuju	49	49%
	C. Ragu-Ragu	10	10%
	D. Tidak Setuju	10	10%
	E. Sangat Tidak Setuju		
	<b>Jumlah</b>	100	100%
2.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena Informasi produk yang ditawarkan sesuai sesuai dengan syariat islam		
	A. Sangat Setuju	47	47%
	B. Setuju	41	41%
	C. Ragu-Ragu	4	4%
	D. Tidak Setuju	6	6%
	E. Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena pengalaman dari masa lalu ( $X_{2.1}$ ), sebagian besar responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 31 responden (31%), 49 responden (49%) menyatakan setuju, 10 responden (10%) menyatakan ragu-ragu, 10 responden (10%) menyatakan tidak setuju. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena mempunyai pengalaman yang baik di masa lalu

Pada item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena produk yang ditawarkan sesuai syariah islam ( $X_{2.2}$ ), jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 47 responden (47%), 41 responden (41%) menyatakan setuju, 4 responden (4%) menyatakan ragu-ragu, 6 responden (6%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah mempercayai produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri karena produknya sesuai dengan syariah islam, itulah yang menjadi alasan nasabah berminat menabung.

c). Variabel Sikap ( $X_3$ )

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Belajar ( $X_3$ )**

Item	Keterangan	jumlah	
		Nasabah	%
1.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena pelayanan yang baik		
	A. Sangat Setuju	48	48%
	B. Setuju	46	46%
	C. Ragu-Ragu	2	2%
	D. Tidak Setuju	2	2%
	E. Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Jumlah</b>	100	100%
2.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena daya tarik eksterior /interior		
	A. Sangat Setuju	39	39%
	B. Setuju	42	42%
	C. Ragu-Ragu	9	9%
	D. Tidak Setuju	6	6%
	E. Sangat Tidak Setuju	4	4%
	<b>Jumlah</b>	100	100
3	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena kecanggihan teknologi yang digunakan		
	A. Sangat Setuju	27	27%
	B. Setuju	63	63%
	C. Ragu-Ragu	3	3%
	D. Tidak Setuju	1	1%
	E. Sangat Tidak Setuju	6	6%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena pelayanan yang baik ( $X_{3.1}$ ), sebagian besar responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 48 responden (48%), 46 responden (46%) menyatakan setuju, 2 responden

(2%) menyatakan ragu-ragu, 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa pelayanan di Bank Syariah Mandiri sudah baik sehingga nasabah tertarik untuk menabung.

Pada item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena daya tarik eksterior / interior ( $X_{3.2}$ ), jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 39 responden (39%), 42 responden (42%) menyatakan setuju, 9 responden (9%) menyatakan ragu-ragu, 6 responden (6%) menyatakan tidak setuju, dan 4 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah mempercayai produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri karena produknya sesuai dengan syariah islam, itulah yang menjadi alasan nasabah berminat menabung.

Pada item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena kecanggihan teknologi yang digunakan ( $X_{3.3}$ ), jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 27 responden (27%), 63 responden (27%) menyatakan setuju, 3 responden (3%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, dan 6 responden (6%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah mempercayai produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri karena produknya sesuai dengan syariah islam, itulah yang menjadi alasan nasabah berminat menabung.

d). Variabel Persepsi ( $X_4$ )

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Motivasi ( $X_4$ )**

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	%
1.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat		
	A. Sangat Setuju	56	56%
	B. Setuju	39	39%
	C. Ragu-Ragu	3	3%
	D. Tidak Setuju	2	2%
	E. Sangat Tidak Setuju		
	<b>Jumlah</b>	100	100%
2.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena citra bank yang baik		
	A. Sangat Setuju	35	35%
	B. Setuju	59	59%
	C. Ragu-Ragu	3	3%
	D. Tidak Setuju	3	3%
	E. Sangat Tidak Setuju		
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat ( $X_{4.1}$ ), sebagian besar responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 56 responden (56%), 39 responden (39%) menyatakan setuju, 3 responden (3%) menyatakan ragu-ragu, 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju. Pada item ini menunjukkan bahwa kinerja Bank Syariah Mandiri sudah ramah, murah senyum, dan sebagainya sehingga nasabah tertarik untuk menabung.

Pada item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena jaminan keamanan ( $X_{4.2}$ ), jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 35 responden (35%), 59 responden (59%) menyatakan setuju, 3 responden (3%) menyatakan ragu-ragu, 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju. Pada item ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan adalah alasan paling besar bagi responden untuk berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

e). Variabel Tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis ( $X_5$ )

**Tabel 4.9**

**Distribusi Frekuensi Item keuntungan dan perhitungan bisnis ( $X_5$ )**

Item	Keterangan	jumlah	
		Nasabah	%
1.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena nisbah yang diperoleh		
	A. Sangat Setuju	23	23%
	B. Setuju	35	35%
	C. Ragu-Ragu	26	26%
	D. Tidak Setuju	14	14%
	E. Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Jumlah</b>	100	100%
2.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena produk bisnisnya		
	A. Sangat Setuju	15	15%
	B. Setuju	56	56%
	C. Ragu-Ragu	17	17%
	D. Tidak Setuju	11	11%
	E. Sangat Tidak Setuju	1	1%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena nisbah yang diperoleh ( $X_{5.1}$ ),

sebagian besar responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 23 responden (23%), 35 responden (35%) menyatakan setuju, 26 responden (26%) menyatakan ragu-ragu, 14 responden (14%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Adanya data ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang karena nisbah yang diperoleh

Pada item alasan berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena produk bisnisnya ( $X_{5.2}$ ), jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 15 responden (15%), 56 responden (56%) menyatakan setuju, 17 responden (17%) menyatakan ragu-ragu, 11 responden (11%) menyatakan tidak setuju, dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena produk bisnisnya. Oleh karena itu pihak bank seharusnya lebih mensosialisasikan lagi produk bisnisnya dengan memanfaatkan berbagai media baik media cetak maupun elektronik.

## 2. Variabel Terikat (Y)

**Tabel 4.10**  
**Distribusi Frekuensi Item Keputusan Nasabah Memilih Sistem Bagi Hasil Produk Funding (Y)**

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	%
1.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri bank yang operasionalnya sesuai dengan syariah islam		
	A. Sangat Setuju	49	49
	B. Setuju	40	40
	C. Ragu-Ragu	7	7
	D. Tidak Setuju	1	1
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3
	<b>Jumlah</b>	100	100%
2.	Anda berminat menabung di Bank Syariah Mandiri karena sistem bagi hasilnya produk funding lebih menguntungkan		
	A. Sangat Setuju	15	15
	B. Setuju	28	28
	C. Ragu-Ragu	26	26
	D. Tidak Setuju	28	28
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber : data diolah, 2008

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nasabah yang memutuskan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri karena bank yang operasionalnya sesuai dengan syariah islam ( $Y_1$ ) jumlah responden mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 49 responden (49%), 40 responden (40%) menyatakan setuju, 7 responden (7%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, dan 3 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju sekali. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah memutuskan memilih sistem bagi hasil

produk funding di Bank Syariah Mandiri karena bank yang operasionalnya sesuai dengan syariah islam.

Pada item alasan nasabah memutuskan memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri karena sistem bagi hasil produk funding lebih menguntungkan ( $Y_2$ ) jumlah responden yang mengatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 15 responden (15%), 28 responden (28%) menyatakan setuju, 26 responden (26%) menyatakan ragu-ragu, 28 responden (28%) menyatakan tidak setuju, dan 3 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju sekali.

#### **D. VALIDITAS dan RELIABILITAS INSTRUMEN**

Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS 12.0 for Windows. Keseluruhan uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut :

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Motivasi (X<sub>1</sub>)

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item Pada Variabel Motivasi (X<sub>1</sub>)**

		MOTIVASI
X1.1	Pearson	.810(**)
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	100
X1.2	Pearson	.865(**)
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	100
<b>Alpha =</b>		<b>,6083</b>

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2008

### Keterangan

X<sub>1</sub> = Motivasi

X<sub>1.1</sub> = Item 1 = Nasabah berminat menabung karena hasil investasi non bunga

X<sub>1.2</sub> = Item 2 = Nasabah berminat menabung karena jaminan keamanan uang yang disimpan

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel motivasi (X<sub>1</sub>) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0.05 sebesar 0,00. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar 0,6083 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Belajar ( $X_2$ )

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item Pada Variabel belajar ( $X_2$ )**

		BELAJAR
X2.1	Pearson Correlation	,899(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X2.2	Pearson Correlation	,810(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
<b>Alpha =</b>	<b>,6304</b>	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2008

### Keterangan

$X_2$  = Belajar

$X_{2.1}$  = Item 1 = Nasabah berminat menabung karena pengalaman yang baik dimasa lalu

$X_{2.2}$  = Item 2 = Nasabah berminat menabung karena produk sesuai syariah

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel belajar ( $X_2$ ) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0.05 sebesar 0,00. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar 0,6304 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

### 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap ( $X_3$ )

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item Pada Variabel Sikap ( $X_3$ )**

		SIKAP
X3.1	Pearson Correlation	,756(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X3.2	Pearson Correlation	,894(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X3.3	Pearson Correlation	,881(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
<b>Alpha =</b>		<b>,8003</b>

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2008

#### Keterangan

$X_3$  = Sikap

$X_{3.1}$  = Item 1 = Nasabah berminat menabung karena pelayanannya

$X_{3.2}$  = Item 2 = Nasabah berminat menabung karena tata eksterior dan interior

$X_{3.3}$  = Item 3 = Nasabah berminat menabung karena kecanggihan teknologi

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel sikap ( $X_3$ ) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0.05 sebesar 0,00. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar

0,8003 yang berarti alphasnya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

#### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi (X<sub>4</sub>)

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item Pada Variabel Persepsi (X<sub>4</sub>)**

		PERSEPSI
X4.1	Pearson Correlation	,880(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X4.2	Pearson Correlation	,884(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
<b>Alpha =</b>		<b>,7145</b>

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2008

#### Keterangan

X<sub>4</sub> = Persepsi

X<sub>4.1</sub> = Item 1 = Nasabah berminat menabung karena perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat

X<sub>4.2</sub> = Item 2 = Pemahaman terhadap citra bank

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel persepsi (X<sub>4</sub>) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0.05 sebesar 0,00. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphasnya sebesar 0,7145 yang berarti alphasnya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Keuntungan dan Perhitungan Bisnis ( $X_5$ )

Tabel 4.15  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item Pada Variabel Keuntungan dan Perhitungan Bisnis ( $X_5$ )

		TINGKAT KEUNTUNGAN & PERHITUNGAN BISNIS
X5.1	Pearson Correlation	,928(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
X5.2	Pearson Correlation	,925(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
<b>Alpha =</b>		<b>,8346</b>

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2008

**Keterangan**

$X_5$  = Keuntungan dan Perhitungan Bisnis

$X_{5.1}$  = Item 1 = Nasabah berminat menabung karena perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat

$X_{5.2}$  = Item 2 = Produk tabungan yang digunakan

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel Keuntungan dan Perhitungan Bisnis ( $X_5$ ) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0.05 sebesar 0,00. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar 0,8346 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

## 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah Memilih

(Y)

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item Pada Variabel Keputusan Nasabah memilih (Y)**

		KEPUTUSAN MEMILIH
Y1.1	Pearson Correlation	,810(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Y1.2	Pearson Correlation	,865(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
<b>Alpha =</b>	<b>,6100</b>	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2008

### Keterangan

Y = Keuntungan dan Perhitungan Bisnis

Y<sub>1.1</sub> = Item 1 = Nasabah berminat menabung karena berdasarkan Syariaah islam

Y<sub>1.2</sub> = Item 2 = Nasabah berminat menabung karena produk funding lebih menguntungkan

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel keputusan nasabah memilih (Y) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0.05 sebesar 0,00. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar 0,6100 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

## E. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

### 1. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar peubah bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari VIF (*variance inflation faktor*) dan *tolerance* (Singgih Santoso, 2002:112). Pedoman suatu model yang bebas Multikolinieritas yaitu mempunyai nilai  $VIF < 5$ . dari hasil analisis diperoleh nilai VIF untuk masing-masing peubah seperti yang tercantum pada tabel berikut :

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas**

Variabel bebas	VIF	Keterangan
Motivasi (X1)	1.412	Non multikolinieritas
Belajar (X2)	1.812	Non multikolinieritas
Sikap (X3)	1.368	Non multikolinieritas
Persepsi (X4)	1.332	Non multikolinieritas
Tingkat keuntungan & perhitungan bisnis (X5)	1.066	Non multikolinieritas

Sumber : Data Primer Diolah, 2008

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas seperti yang tercantum pada tabel 4.17 dapat diketahui bahwa masing-masing peubah

mempunyai nilai VIF kurang dari 5. Sehingga dapat dikatakan model regresi yang digunakan adalah bebas multikolinearitas.

## 2. Uji Asumsi Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heterokedasitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedasitas dan sebaliknya berarti non heterokedasitas atau homoskedasitas. Hasil uji heterokedasitas ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedasitas**

Variabel bebas	R	Sign	Keterangan
Motivasi (X1)	-0,251	0,012	homoskedasitas
Belajar (X2)	-0,031	0,757	homoskedasitas
Sikap (X3)	0,125	0,216	homoskedasitas
Persepsi (X4)	-0,048	0,639	homoskedasitas
Tingkat keuntungan & perhitungan bisnis (X5)	0,154	0,126	homoskedasitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2008

### 3. Uji Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residua tidak bebas dari satu observasi keobservasi lainnya. Dengan kata lain, masalah ini sering kali ditemukan apabila kita menggunakan data runtut waktu. Hal ini disebabkan "gangguan" pada seorang individu /kelompok cenderung mempengaruhi "gangguan" pada seorang individu /kelompok yang sama pada periode berikutnya (Ananta, 1987:74).

Pemeriksaan autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson, dimana jika nilai DW diantara -2 sampai 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi.

#### Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.648(a)	.420	.390	1.348	2.462

a Predictors: (Constant), Tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis, Motivasi, Sikap, Persepsi, Belajar

b Dependent Variable: Keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding

Dari perhitungan diperoleh nilai DW sebesar 2.462. karena nilai ini berada diantara -2 dan 2, maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi.

## F. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### 1. Analisis dan Interpretasi Data

Sebagaimana hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

- a. Terdapat hubungan dan pengaruh secara bersama-sama dari variabel motivasi (X1), belajar (X2), sikap (X3), persepsi (X4), dan tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis (X5), dalam memutuskan memilih system bagi hasil produk funding BSM (Y).

Untuk menguji hipotesis di atas diperlukan analisis korelasi dan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 12.0 *For Windows*.

Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan korelasi linier berganda adalah 90%, dengan tingkat signifikan 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Pada analisis regresi linier berganda dilakukan uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial. Berikut merupakan hasil uji dalam bentuk tabel :

**Tabel 4.19**  
**Rekapitulasi Analisis Korelasi dan Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi B	Beta	T hitung	Probabilitas (sig.t)	Keterangan
MOTIVASI	0,224	.019	.203	.839	Signifikan
BELAJAR	0,050	.044	.417	.678	Signifikan
SIKAP	-0,257	-.353	-3.843	.000	Signifikan
PERSEPSI	0,498	.338	3.729	.000	Signifikan
TINGKAT KEUNTUNGAN & PERHITUNGAN BISNIS	0,534	.556	6.852	.000	Signifikan
<b>Konstanta</b>	<b>2.007</b>		<b>1.377</b>	<b>.172</b>	

N	= 100
R	= 0,648
R Square	= 0,420
Adjusted R Square	= 0,390
F Hitung	= 13,635
Sig F	= 0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2008

Berdasarkan hasil analisis regresi linier pada tabel 4.19 maka dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier pada tabel 4.19 maka dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,007 + 0,244 X_1 + 0,050 X_2 + -0,257 X_3 + 0,498 X_4 + 0,534 X_5$$

Hasil analisis tersebut akan diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel motivasi ( $X_1$ ) (hasil investasi non bunga dan jaminan keamanan atas uang nasabah) akan mempengaruhi keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) sebesar 0,244 dengan asumsi bahwa variabel belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) konstan.
- b) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel belajar ( $X_2$ ) (pengalaman masa lalu dan informasi produk) akan mempengaruhi keputusan memilih sistem bagi hasil produk

funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) sebesar 0,050 dengan asumsi bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) konstan.

c) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel sikap ( $X_3$ ) (pelayanan, daya tarik eksterior dan interior, serta inovasi teknologi) akan mempengaruhi keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) sebesar -0,257 dengan asumsi bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), belajar ( $X_2$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) konstan.

d) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel persepsi ( $X_4$ ) (perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat dan reputasi bank) akan mempengaruhi keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) sebesar 0,498 dengan asumsi bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ) dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) konstan.

e) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) (nisbah yang diperoleh dan produk funding yang dipilih) akan mempengaruhi keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri

Cabang Malang (Y) sebesar 0,534 dengan asumsi bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), belajar( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ) dan persepsi ( $X_4$ ) konstan.

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel-variabel faktor-faktor minat yaitu motivasi ( $X_1$ ), belajar( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ) dan persepsi ( $X_4$ ), tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) secara bersama- mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Dari hasil analisis Tabel 4.19 tersebut didapat nilai F hitung adalah 13,635 dengan tingkat signifikansi  $F_{hitung} \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,005$ ) maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel faktor minat yang terdiri dari motivasi ( $X_1$ ), belajar( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ) dan persepsi ( $X_4$ ), tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) secara bersama- mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y).

Dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,390 atau 39,0%. Angka ini menunjukkan bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), belajar( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ) dan persepsi ( $X_4$ ), tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) secara bersama- mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank

Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) sebesar 39,0% sedang sisanya sebesar 61,0% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

### 3. Analisis Regresi Parsial

Untuk mengetahui variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah memilih system bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y), dapat dilihat pada hasil pengujian pengaruh secara bersama-sama antara variabel motivasi ( $X_1$ ), belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ) dan persepsi ( $X_4$ ), tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) yang memiliki koefisien beta paling besar, maka secara parsial pengujiannya adalah sebagai berikut :

#### a) Variabel Motivasi ( $X_1$ )

Uji t terhadap variabel motivasi ( $X_1$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 0,203 dengan signifikansi t sebesar 0,839. karena signifikansi t lebih besar dari 5% ( $0,014 > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  diterima, maka secara parsial variable motivasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa investasi non bunga dan jaminan keamanan dana nasabah mempunyai pengaruh secara signifikan

terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y).

b) Variabel Belajar ( $X_2$ )

Uji t terhadap variabel belajar ( $X_2$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 0,417 dengan signifikansi t sebesar 0,678. karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,678 > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  diterima, maka secara parsial variabel belajar ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa pengalaman baik dan informasi produk kepada nasabah mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Karena pada dasarnya setiap konsumen sebelum memutuskan untuk menabung di bank syariah, mereka akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai kondisi bank tersebut. Oleh karena itu pihak manajemen Bank Syariah Mandiri haruslah mempunyai personel handal dalam masalah perbankan, sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

c) Variabel Sikap ( $X_3$ )

Uji t terhadap variabel Sikap ( $X_3$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar -3,843 dengan signifikansi t sebesar 0,000. karena signifikansi t lebih kecil

dari 5% ( $0,000 \leq 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak, maka secara parsial variabel Sikap ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa perbaikan pelayanan, daya tarik fisik, dan kecepatan transaksi akan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebesar 36,6%.

d) Variabel Persepsi ( $X_4$ )

Uji t terhadap variabel Persepsi ( $X_4$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 3,729 dengan signifikansi t sebesar 0,000. karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,003 \leq 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak, maka secara parsial variabel Persepsi ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa persepsi nasabah terhadap perhatian bank pada pengembangan ekonomi umat, dan reputasi bank akan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

e) Variabel tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis ( $X_5$ )

Uji t terhadap tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 6,852 dengan signifikansi t sebesar 0,000. karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,000 \leq 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak, maka secara parsial variabel Persepsi ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa nasabah yang diperoleh tabungan dan deposito akan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Dari analisis ini juga diketahui bahwa variabel bebas (X) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) adalah variabel tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ). Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi B dari variabel persepsi ( $X_5$ ) sebesar 0,534 atau sebesar 53,4% yang merupakan koefisien beta dari variabel lainnya, yaitu variabel motivasi ( $X_1$ ) sebesar 0,024, variabel belajar ( $X_2$ ) sebesar 0,050, variabel sikap ( $X_3$ ) sebesar -0,257, variabel motivasi ( $X_4$ ) sebesar 0,498.

Seperti yang telah dijelaskan pada tabel 4.19 diatas, diketahui bahwa variabel terikat (Y) adalah tingkat keuntungan dan perhitungan

bisnis ( $X_5$ ), variabel persepsi ( $X_4$ ). Untuk tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) pengaruhnya secara signifikan lebih besar dari pada variabel persepsi ( $X_4$ ), yang berarti semakin tinggi ( $X_5$ ) maka  $Y$  akan semakin mengalami kenaikan. Dalam hal ini semakin tinggi nisbah yang diperoleh dan semakin beraneka ragam produk bisnis yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan jumlah nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda antara variabel-variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ), variabel belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) dengan variabel terikat yaitu keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) seperti yang telah diuraikan di atas dapat diketahui faktor-faktor minat yang berada dalam individu nasabah mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa sebelum nasabah memutuskan untuk menabung di suatu bank, maka ia akan mengevaluasi segala yang ada pada dirinya meliputi motivasi, belajar, sikap, persepsi, dan tingkat keuntungan yang diperoleh nasabah. Dari hasil analisis dan pengujian tersebut juga dapat diketahui faktor-faktor minat secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank

Syariah Mandiri Cabang Malang. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang tidak terlepas dari faktor-faktor minat yang ada dalam diri nasabah.

Dari hasil penelitian kali ini ternyata mampu memantapkan teori tentang perilaku motif-motif pembelian konsumen yang telah diungkapkan oleh Prasetijo dan Ihalauw (2005:39).

Pendapat tersebut telah diterapkan langsung dalam penelitian kali ini dan ternyata mampu menjadi panduan dalam langkah-langkah pencarian informasi lebih lanjut untuk menghasilkan data yang ditampilkan diatas.

#### **G. IMPLEMENTASI dan PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Berdasarkan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa perilaku nasabah yang dijabarkan dalam lima variabel bebas (X) yaitu motivasi ( $X_1$ ), belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingakt keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) memiliki hubungan dan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, maka Bank Syariah Mandiri Cabang Malang harus memperhatikan langkah-langkah utnuyk

mempengaruhi perilaku nasabah guna meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebagai berikut :

4. Pada dasarnya perilaku konsumen itu dimulai dengan adanya motivasi. Setiap orang dimotivasi oleh kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan merupakan kekuatan mendasar yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu, dan keinginan merupakan kebutuhan yang dipelajari selama hidup seseorang.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel motivasi ( $X_1$ ) memberi kontribusi sebesar 0,024 terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Artinya jika Bank Syariah Mandiri lebih gencar lagi untuk melakukan promosi investasi non bunga dan jaminan keamanan maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung atau memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebesar 0,24%.

Al-Qur'an Karim sering menyebutkan aneka motivasi manusia, diantaranya adalah Allah SWT telah berfirman dalam Q.S An-Nahl : 112 yang berbunyi :

وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا  
مِّن كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ  
بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ ﴿١١٢﴾

Artinya : *"Dan Allah telah membuat suatu perumpamaan (dengan) sebuah negeri yang dahulunya aman lagi tenteram, rezkinya datang kepadanya melimpah ruah dari segenap tempat, tetapi (penduduk)nya mengingkari nikmat-nikmat Allah; karena itu Allah merasakan kepada mereka pakaian, kelaparan dan ketakutan, disebabkan apa yang selalu mereka perbuat.*

4. Kemampuan seseorang individu untuk belajar, akan dapat memberikan perubahan dalam perilaku seseorang yang disebabkan oleh informasi yang didapat dan pengalaman masa lalu. Belajar merupakan respon atau reaksi terhadap beberapa stimulus. Jika respon menyenangkan akan menjadi kepuasan, dan jika respon tidak menyenangkan akan menjadi hukuman.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel belajar ( $X_2$ ) memberi kontribusi sebesar 0,050 terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Artinya jika Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah dan menginformasi berbagai produk bisnisnya, maka akan meningkat jumlah nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang 0,50%.

Berkaitan dengan pengartian makna belajar, Allah SWT telah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah : 151, yang berbunyi :

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيكُمْ آيَاتِنَا  
وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ  
تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥٦﴾

Artinya : *"Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmat Kami kepadamu) Kami telah mengutus kepadamu Rasul diantara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al Kitab dan Al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui.*

Ayat tersebut menggambarkan bahwa kita harus terus memberikan pemahaman dan mengajarkan konsep ekonomi berdasarkan Al-Quran kepada umat manusia. Oleh karena pengetahuan mempunyai kaitan erat dengan belajar konsekuensi perilaku sangat berpengaruh terhadap proses belajar maka sebaiknya Bank Syariah Mandiri Cabang Malang meningkatkan pemberian informasi dan pengetahuan akan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan nasabah atau calon nasabah untuk menabung atau memilih prinsip bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

3. pembentukan sikap ini tidak terjadi dengan sendirinya, senantiasa terjadi dan berlangsung dalam interaksi manusia yang berkenaan dengan obyek tertentu dan sikap ini biasanya merupakan sikap yang positif dan negatif terhadap suatu obyek setelah melalui proses penilaian yang dipengaruhi keadaan diri pribadi orang itu sendiri maupun lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel sikap ( $X_3$ ) memberikan kontribusi sebesar -0,257 terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y). Artinya jika Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memperbaiki pelayanan, fasilitas teknologi dan kondisi eksterior dan interior maka akan menambah jumlah nasabah yang akan menabung sebesar 25,7%. Dalam hubungannya dengan perilaku sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu pelayanan. Karena sikap sebagai ekspresi dari perasaan dalam diri yang mencerminkan apakah seseorang suka atau tidak terhadap beberapa obyek atau jasa.

Ditinjau dalam perspektif islam, sebagaimana hadist yang diriwayatkan dari Aisyah r.a istri Nabi SAW bersabda :

عَنْ عَائِشَةَ زَوْجِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ يَا عَائِشَةُ إِنَّ اللَّهَ رَفِيقٌ يُجِبُّ الرَّفْقَ وَيُعْطِي عَلَى الرَّفْقِ مَا لَا يُعْطِي عَلَى الْعُنْفِ وَمَا لَا يُعْطِي عَلَى مَا سِوَاهُ ﴿٤٦٩٧﴾

Artinya : *"sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda : wahai Aisyah! Sesungguhnya Allah itu Maha Lembut, dia suka akan kelembutan. Allah akan memberikan balasan dari kelembutan yang tidak diberikan atas sikap keras dan kasar serta selainnya "(Riwayat Muslim dalam kitab kebaikan hubungan kekeluargaan dan etika, Hadist No 4697)*

Hadist diatas menggambarkan bagaimana Rasulullah SAW memerintahkan untuk bersikap lemah lembut kepada siapa saja. Sama

halnya yang harus dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dalam memberikan pelayanan hendaknya karyawannya bersikap ramah dan lemah lembut agar memberikan kesan yang baik kepada nasabah, sehingga mempunyai penilaian yang positif pada karyawan yang pada akhirnya akan menarik minat nasabah dan calon nasabah untuk menabung atau memilih sistem bagi hasil Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

4. konsumen ada kalanya memiliki berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan, hal ini disebabkan adanya perbedaan persepsi yang berawal dari bagaimana mereka mengumpulkan dan menafsirkan informasi yang didapat dari lingkungan sekitar mereka. Dimana persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, mengelola, dan menginterpretasikan stimulus kedalam bentuk arti dan gambar. Persepsi dibentuk karena perhatian dan pemahaman terhadap suatu objek seperti perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat dan pemahaman terhadap reputasi bank.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel ( $X_4$ ) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) sebesar 0,498 artinya jika Bank Syariah Mandiri Cabang Malang meningkatkan perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat dan reputasi bank dimata masyarakat, maka akan meningkatkan

meningkatkan nasabah atau calon nasabah untuk menabung atau memilih prinsip bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebesar 49,8%.

Oleh karena itu karena itu dalam mempengaruhi nasabah, Bank Syariah Mandiri Cabang Malang meningkatkan citra bank serta peningkatan perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat. seperti halnya cara yang dilakukan rasul lewat hadist beliau yang diriwayatkan oleh Abu Sa'id r.a, yaitu :

"Takutlah kalian kepada firasat orang mukmin. Karena sesungguhnya orang mukmin melihat dengan cahaya Allah Ta'ala". Kemudian beliau membaca ayat "Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kekuasaan Kami) bagi orang-orang yang memperhatikan tanda-tanda".

5. Tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis merupakan suatu yang diharapkan oleh setiap nasabah bank. Keuntungan biasanya akan selalu dicari oleh setiap nasabah dalam memutuskan untuk menginvestasikan dananya pada suatu bank.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) sebesar 0,534 artinya jika Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menawarkan

nisbah yang diperoleh dan produk bisnisnya yang beraneka ragam kepada nasabah maka akan meningkatkan jumlah nasabah atau calon nasabah untuk menabung atau memilih prinsip bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebesar 53,4%.

Ditinjau dalam perspektif islam seperti yang diriwayatkan dari pada Abu Hurairah r.a berkata :

*"Aku mendengar Rasullulah SAW bersabda : Sumpah itu penyebab larisnya barang dagangan, tetapi menghapuskan keberkatannya dalam keuntungan ". (Riwayat Bukhari dalam kitab jual beli. Hadist No 1945).*

Hadist tersebut menggambarkan bahwa marketing tidak boleh memberikan kepastian keuntungan yang didapat nasabah jika menabung, karena harta atau keuntungan yang akan didapat tidak akan mendapat berkah dari Allah. Jadi konsep Bank Syariah Mandiri mudharabah dan lain-lain merupakan konsep yang berimbang antara kondisi ekonomi dan keuntungan yang didapat, sehingga tidak akan merugikan salah satu pihak.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh faktor-faktor minat nasabah menabung dalam memutuskan memilih system bagi hasil adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor minat (Psikologis dan Rasionalis) yang terdiri dari variabel motivasi ( $X_1$ ) belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ), karena memiliki F hitung sebesar 13,635 serta tingkat signifikansi  $F > 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ).

##### 1.1 Secara simultan

Hipotesis pertama yang menyatakan terdapat hubungan dan pengaruh secara simultan dari variabel motivasi ( $X_1$ ) belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) terhadap keputusan nasabah menabung

atau memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang diterima sehingga  $H_0$  ditolak.

### 1.2 Secara parsial

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial dengan menggunakan probabilitas menunjukkan bahwa secara parsial variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ) belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah menabung atau memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

2. Variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ) merupakan variabel yang pengaruhnya dominan terhadap terhadap keputusan nasabah menabung atau memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ), karena memiliki koefisien regresi B yang paling besar yaitu 0,534 atau sebesar 53,4%. Jadi nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang lebih mempertimbangkan faktor minat yaitu persepsi dalam menginvestasikan dananya.

## B. SARAN

1. Hendaknya BSM Cabang Malang melakukan promosi untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan agar dapat

menarik minat nasabah atau calon nasabah menabung dengan memilih system bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang bukan hanya sebatas melalui kyai atau ulama saja. tetapi melalui peran media baik itu media cetak atau maupun elektronik harus lebih gencar lagi. Dapat juga melakukan penyebaran brosur yang menyertakan informasi prosentase nisbah melalui door to door, presentasi ke kampus-kampus atau instansi dan pemasangan spanduk di lokasi yang strategis. Sehingga informasi yang disampaikan dapat sampai pada semua lapisan masyarakat dan seluruh daerah cakupan di Malang khususnya Malang Raya.

2. Untuk meningkatkan faktor minat lainnya maka, dianggap perlu BSM Cabang Malang melakukan *Ghatering* dengan *Customer*, agar secara Psikologis nasabah merasa ikut memilih dan diperhatikan oleh BSM.
3. Hendaknya Bank Syariah Mandiri Cabang Malang membuka cabang pembantu atau kantor kas potensial untuk lebih mengakomodir kebutuhan masyarakat Malang serta membumikan produk-produk funding yang berdasarkan syariah islam. Serta memperluas *Market Share*nya.
4. Pelayanan, daya tarik fisik dan inovasi teknologi harus terus dikembangkan atau diperbaiki lagi oleh Bank Syariah Mandiri

Cabang Malang karena tawaran yang diberikan masih dibawah harapan konsumen (nasabah), sehingga perlu diadakannya perbaikan. Seperti kecepatan pelayanan, menyakan keperluan nasabah, pendirian ATM diseluruh kabupaten dan kotamadya, dan kotak saran difungsikan dan ditindak lanjuti untuk perbaikan pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Yahya, Profit Distribution. *http://www.ifibank.go.id*. didownload 07 April 2008.
- Amirullah, 2002. *Perilaku Konsuemen*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Penerbit Gema Insani Press, Jakarta.
- Ari nur, Irawan, *Fitur Menarik Untuk Nasabah Rasional*. Dalam <http://www.Bernas.Co.id/cyberbruzz/Berita.Php?Newsid=314>. didownload 06 April 2008.
- Arifin, Zainul. 2002. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Penerbit Alfabet, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hartadi, Agung. 2006. *Faktor-faktor Psikologi dan Rasionalis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung*. Universitas Islam Negeri Malang.
- Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Penerbit ALFABETA, Bandung.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Prenada Media, Jakarta.

Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Prenhalindo.

\_\_\_\_\_ dan Amstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

\_\_\_\_\_, dkk. 2005. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Andi and Pearson Education Asia Pte.Ltd. Yogyakarta.

Mangkunegara, Anwar Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Penerbit PT Revika Aditama, Bandung.

Masyhuri, 2007, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Fakultas Ekonomi, UIN, Malang.

Muhammad, 2000. *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN,) h. 101.

\_\_\_\_\_, 2005. *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syaraih*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Najib, Muhammad, *Perilaku Konsumsi Dalam Islam*, [www.Tazkiaonline.com](http://www.Tazkiaonline.com). 06 April 2008.

Prasetijo, Ristiyanti, dan John, J.O.I. Ihalauw, 2005. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Rivai, Harif Amali, Faktor Penentu Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan. [http : // Ruzaqir. Multiply. com/ journal/ item/49/ AKSELERASI BANK SYARIAH](http://Ruzaqir.Multiply.com/journal/item/49/AKSELERASI%20BANK%20SYARIAH) . 15 April 2008.

Saladin, Djaslin. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Mandiri Maju, Jakarta.

Sumarwan, Ujang, 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Wantara, Priganus. 1997. *Analisis Minat Konsumen PNS Dalam Rumah Sederhana Malang*. Program Pasca Sarjana UNIBRAW, Malang .

Wibowo Edy. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Winkel, WS. 1993. *Psikologi dan Evaluasi belajar*. Jakarta, Gramedia.

Zulkifli, Sunarto. 2003. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Penerbit Zikrul Hakim, Jakarta Timur.