BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan syari`ah di Indonesia dimulai tahun 1990-an dan mengalami perkembangan yang mengesankan pada 5 tahun terakhir. Sejak disahkannya UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syari`ah pada tanggal 16 Juli 2008, perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat (rata-rata 65% per tahun) maka diharapkan peran industri perbankan syari`ah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Berdasarkan data statistik Bank Indonesia sampai dengan Oktober 2013 di Indonesia telah beroperasi 11 Bank umum Syariah (BUS) dengan jumlah kamtor sebanyak 1.950, 23 Unit Usaha Syari`ah (UUS) dengan jumlah kantor 576, dan 160 Bank Pembiayaan Syari`ah (BPRS) dengan jumlah kantor sebanyak 399, sehingga total jaringan kantor sebanyak 2.925.[1]. Berdasarkan data badan pusat statistik Tulungagung tahun 2012 jumlah BMT yang ada di Tulungagung berjumlah 28 BMT dan memiliki 6.301 anggota.[2]

Lembaga keuangan syari`ah menjadi pilihan pelaku bisnis perbankan. Dalam hal ini salah satunya adalah *Baitul Maal Wa Tamwil*(BMT) yang merupakan lembaga keuangan yang memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang

[1]http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/SPS_Okt%2013.pdf diakses 26/04/2014

[2]BPS Kabupaten Tulungagung, *Tulungagung Dalam Angka 2012*.(Tulungagung:BPS Kabupaten Tulungagung,2012), hal.408

yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Hadirnya BMT ini sangat membantu dalam pengentasan kemiskinan karena pihak BMT membiayai sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh usahawan dan prosedur yang harus diikuti tidak terlalu mempersulit peminjam.[3]

BMT dalam fungsinya sebagai investor/penyalur dana menjanjikan suatu sistem operasional yang lebih adil, khususnya pada sistem *profit loss sharing* (bagi hasil) seperti yang ada, yaitu menghilangkan praktek riba dan menggantikannya dengan sistem bagi hasil. Bagi hasil inilah yang membedakan antara lembaga keuangan islam dan non islam.[4]

Dalam prakteknya, mekanisme penghitungan bagi hasil dapat di dasarkan pada dua cara *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue sharing* (bagi pendapatan),yakni sebagai berikut.

1. *Profit sharing* (bagi laba) merupakan penghitungan bagi hasil yang mendasarkan pada laba dari pengelola dana yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.
2. *Revenue sharing* (bagi pendapatan) merupakan penghitungan bagihasil yang mendasarkan pada *revenue* (pendapatan) dari

[3]Muhammad, *Lembaga Lembaga keuangan umat Kontemporer.* cet.1 (Yogyakarta:UII Pers,2000), hal. 106

[4]*Ibid.,* hal.1

pengelola dana, yaitu pendapatan usaha sebelum dikurangi beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.[5]

Bagi lembaga keuanga syari`ah, pada saat pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga dan atau yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah menggunakan bagi hasil, besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak. Adapun pada sistem bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.[6] Oleh karena itu BMT merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan syari`ah Islam dan menjauhkan dari masalah riba sebagaimana firman Allah yang artinya:[7]

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ ٢٧٥

"*Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka bagi apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan): dan urusannya*

---

[5]Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK dan PAPSI,* (Jakarta ;Grasindo,2005)hlm 56-57

[6]Muhammad Syafi`i Antonio, *Bank Syari`ah dari Teori ke Praktik* (Jakarta ; Gema Insani Peress, 2001), hlm 61

[7]Al-Baqarah (2);275

(terserah) kepada Allah. Orang-orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni –penghuni neraka; mereka kekal didalamnya".(QS al- Baqarah 2;275)

Beberapa masalah yang kini dihadapi oleh BMT yaitu untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada presepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan presepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan presepsi pelanggan. Presepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang silkap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masalalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan.

Untuk mengukur kualitas pelayanan perbankan Islam (syari`ah) Othman dan Owen menyodorkan dimensi CARTER yang dikembangkan dari dimensi SERVQUAL dengan penambahan dimensi *compliance.* Sedangkan dimensi yang lain sama dengan dmensi dalam SERVQUAL. CARTER terdiri dari 6 dimensi kualitas layanan yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness.*[8]

Compliance atau pemenuhan prinsip Islam yaitu kemampuan perusahaan atas kesesuaian dalam pemnerapan prinsip syari`ah meliputi

[8] Nursya`baniPurnama,*ManajemenKualitasPrespektif Global, (*Yogyakarta: EKONISIA,2006),hal.22-23

menjalankan kegiatan perusahaan sesuai dengan prinsip islam, menerapkan ketentuan layanan dan produk islam.

Asurance atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dalam Islam memberikan pelayanann harus bersikap lemah lembut, menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada nasabah supaya nasabah terhindar dari rasa takut, tidak percaya dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Rliability atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Tangible atau bukti langsung yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, tegnologi serta penampilan pegawainya. Dalam islam pelayanan yang berupa bangunan hendaknya sederhana tidak menampilkan sesuatu yang megah.

Empathy atau empti yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat indifidual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan

dengan berupaya untuk memehami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Responsiveness atau daya tanggap yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nasabah menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan presepsi yang negatif dalam kualitas palayanan. Islam menganjurkan untuk bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya.

Presepsi nasabah/konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Persepsi tersebut akan mendorong nasabah/konsumen membuat atau mengambil keputusan untuk menggunakan jasa/produk dari perbankan syari`ah.

Keputusan (*decision)* berarti pilihan (*choice),* yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari dua kategori: terprogram dan tidak terprogram.[9] Hal ini menunjukkan bahwa keputusan bisa dikatakan sama dengan pilihan, ada perbedaan penting di antara keduanya. Keputusan adalah "pilihan nyata" karena pilihan diartikan sebagai pilihan tentang tujuan termasuk pilihan tentang cara untuk mancapai tujuan itu, apakah pada tingkat perorangan atau pada tingkat kolektif.

[9]Sunarto, *Manajemen 1,* (Yogyakarta: Amus, 2007), hal.96

Keputusan dalam kaitannya dengan proses merupakan keadaan akhir dari suatu proses yang lebih dinamis, yang diberi label pengambilan keputusan.

Pengambilan keputusan menurut Sulusu merupakan proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi.[10] Selanjutnya Amirullah mengemukakan bahwa keputusan merupakan suatu proses penilaian dan memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.[11] Definisi ini menegaskan bahwa suatu keputusan tidak harus memilih satu dari sejumlah alternatif, akan tetapi keputusan harus didasarkan pada relefansi antara masalah dan tujuannya.

Dilihat secara umum konsumen/nasabah memiliki lima tahap untuk mencapai keputusan pembelian dan hasilnya, yaitu: tahap pengenalan masalah,tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif/pilihan, tahap pilihan(keputusan pembelian) dan yang terakhir tahap prilaku purna pembelian.[12]

Salah satu lembaga keuangan syariah di Tulungagung, yang bisa dikatakan cukup sukses adalah BTM MENTARI. Banyak nasabah mempercayakan uangnya kepada BTM MENTARI dan assetnya cukup meningkat dari tahun ke tahun. Mengenai penerapan system syariah dalam produk-produknya BTM MENTARI dikatakan cukup konsisten. Hal ini terlihat pada akad-akad yang dilakukan atas dasar syariah islam. Seperti

---

[10]Salusu,I, *PengambilanKeputusanStratejikuntukOrganisasiPublikdanOrganisasi Nonprofit.* (Jakarta:Grasindo 2003), ha. 47

[11]Amirullah, *PerilakuKonsumen*. (Yigyakarta: Graha Ilmu,2002)hal. 61

[12]Marius P. Angipora, *dasar-dasar pemasaran,* (Jakarta: PT Grafindo Persada,1999)

pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah. Serta simpanan – simpanan seperti Si Wada (*Al-Wadiah*) dan Si Muka (Deposito Berjangka).

System operasional BTM MENTARI pada prinsipnya ada 2 macam yaitu:

1. Menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka.
2. Menyalurkan dana kepada mayarakat dalam bentuk pembiayaan.

Sedangkan dasar pemberian pembiayaan adalah kepercayaan bahwa anggota mempunyai kemampuan mengembalikan pinjaman/pinjaman melihat dari karakter , kemampuan, modal, jaminan dan kondisi usaha. BTM MNETARI dari sejak awal berdiri sampai sekarang relative tidak banyak berubah dan tidak banyak berinovasi.

Dari uraian di atas, maka perlu diketahui seberapa besar pengaruh Nisbah Bagi hasil dan pelayanan yang diberikan, sehingga dapat diketahui seberapa besar peluang untuk tetap eksis dan terus berkembang. Maka untuk mengetahuinya penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH NISBAH BAGI HASIL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BTM MENTARI TULUBGAGUNG"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Nisbah Bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembuayaan musyarakah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah?
3. Apakah Nisbah Bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas,maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Nisbah Bagi hasil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah
3. Untuk menguji Nisbah Bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah

D. Hipotesis Penelitian

Hipoteis adalah kesimpulan atau jawaban sementaraterhadap masalah penelitian yang dibuat berdasarkan kerangka pemikiran. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada

teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.[13]

Berdasarkan judul penelitian dan konsep hipotesis diatas, maka penulis megemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H_0 : Nisbah Bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

   H_1 : Nisbah Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah
2. H_0 :Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

   H_1 :Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.
3. H_0 :Nisbah Bagi hasil dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

   H_1 :Nisbah Bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

[13] Sugiono, *Metodologo Penelitian Bisnis.(*Bandung: Alfabeta,2004),hal.51

1. Teoriritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pemasaran dan ekonomi islam,wawasan serta pemahaman tentang pengaruh nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

2. Bagi Sektor Jasa Keuangan Syari`ah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepadalenbaga keuangan syariah khususnya BTM Mentari Nunut Tulungagung. BTM diharapkan dapat merumuskan strategi pemasaran guna mempertahankan nasabah dalam menabung. BTM juga dapat mengembangkan inovasi terbaru dari produk tabungandan juga penbiayaan di masa yang akan datang yang nyaman,aman,dan memberikan pelayanan yang terbaik.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang keputusan nasabah memilih pembuayaan musyarakah.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada pokok permasalahan yang ada peserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya.

Ruang lingkup penelitian yang peneliti lakukan yerbatas pada bagaimana pengaruh bagi hasil serta kualitas pelayanan yang medorong keinginan nasabah untuk menggunakan fasilitas musyarakah.

G. Definisi Operasional

1. Definisi operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud pengaruh Nisbah bagi hasil dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih pembuayaan musyarakah adalah seberapa besar Nisbah bagi hasil dan kualitas layanan mempengaruhi keinginan nasabah untuk memilih pembiayaan musyarakah.

2. Definisi konseptual

Definisi konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Nisbah Bagi Hasil : merupakan proporsi pembagian hasil/laba.[14] Dalam mekanisme keuangan Syariah nasabah dapat menawar sampai pada tahap kesepakatan.

b) Kualitas pelayanan : merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan,

[14] Muhammad Ridwan, *ManajemenBaitulMaalWaTamwil (BMT)*. (Yogyakarta:UII Press,2004), hal. 121

kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

c) Keputusan pembelian: Merupakan proses tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan penbelian suatu produk, terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian den evaluasi pasca pembelian.[15]

d) Pembiayaan musyarakah : merupakan produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip Musyarakah dalam rangka memenuhi kebutuhan modal kerja anggota / calon anggota, untuk pengerjaan suatu proyek usaha.

e) Berdasarkan UU no 7 1992, yang di maksud pembiayaan adalah: " penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjammeminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil". [16]

---

[15] Tatik Suryani, *Prilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*.(Yogyakarta: Edisi Pertama, Graha Ilmu, 2008), hal. 17

[16] Ibid., hal.163

H. Sistematika Skripsi

Penelitian ini disusun menjadi lima bab, adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, membahas tentang: Latar Belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian,ruang lingkup dan keterbatasan penelitian,definisi operasional, ,sistematika skripsi.

Bab II landasan teori terdiri dari : a.) kajian teori yang membahas Nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan dan juga keputusan nasabah memilihpembiayaan musyarakah, b.) kajian penelitian terdahulu, c.)kerangka berfikir.

Bab III metode penelitian, membahas tentang : a.) rancangan penelitian (yang berisi pendekatan dan jenis penelitian), b.) populasi, sampling daan sampel penelitian, c.) sumber data, variabel daan skala pengukurannya, d.) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta, e.)analisis data.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan

Bab V penutup, terdiri dari,kesimpulan dan saran

Bagian akhir terdiri dari :daftar rujukan, lampiran-lampiran,surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan teori dan konsep

2.1.1 Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil bisa dikenal juga dengan *profit sharing. Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Namun secara istilah *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan.[17] Lebih lanjut dikatakan, bahwa halitu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.

Pada mekanisme lembaga keuangan syari`ah atau bagi hasil, pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk-produk penyertaan, baik penyertaan menyeluruh maupun sebagian-sebagian, atau bentuk bisnis korporasi (kerjasama). Pihak-pihak yang terlibat dalam kepentingan bisnis yang disebut tadi, harus melakukan transparasi dan kemitraan secara baik dan ideal. Sebab semua pengeliuaran dan pemasukan rutin untuk kepentingan pribadi yang menjalankan proyek. [18]

Keuntungan yang dihasilkan harus dibagi secara proporsional antara *shahibul maal* dengan *mudharib.* Bukan untuk kepentingan pribadi *mudharib,* dapat dimasukkan kedalam baiya operasional. Keuntungan bersih harus

[17] Muhammad Ridwan,*Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*.(Yogyakarta : UII Press,2004),hal.120

[18] Muhammad, *Teknik Penghitung* 15 *'asil di Bank Syari`ah.* (Yogyakarta:UII Press,2001),hal.23

dibagi antara *shahibul maal* dan *mudharib* sesuai dengan proporsi yang disepakati sebelumnya dan secara *eksplisit* disebutkan dalam perjanjian awal. Tidak ada pembagian laba sampai semua kerugian telah ditutupi dan *ekuiti shahibul maal* telah dibayar kembali. Jika ada pembagian keuntungan sebelum habis masa perjanjian akan dianggap sebagai pembagian keuntungan dimuka.

Inti mekanisme bagi hasil pada dasarnya terletak pada kerjasama yang baik antara *shahibul maal* dengan *mudharib.* Kerjasama ekonomi harus dilakukan dalam semua lini kegiatan ekonomi, yaitu produksi, distribusi barang maupun jasa. Salah satu bentuk kerjasama dalam bisnis atau ekonomi islam adalah *qirad* atau *mudharabah. Qirad* atau *mudharabah* adalah kerjasama antara pemilik modal atau uang dengan pengusaha pemilik keahlianatau ketrampilan atau tenaga dalam pelaksanaan unut-unit ekonomi atau proyek usaha. Melalui *qirad* atau *mudlarabah* keduabelah pihak yang bermitra tidak akan mendapat bunga, tetapi mendapatkan bagihasil atau *profit* dan *loss sharing* dari proyek ekonomi yang disepakati bersama.[19]

Melalui kerjasma ekonomi akan terbangun pemerataan dan kebersamaan. Impliksi dari kerjasama ekonomi adalah aspek sosial politik dalam pengambilan keputusan yang dilakukan secara musyawarah untuk memperjuangkan kepentingan bersama dibidang ekonomi, kepentingan negara dan kesejahteraan rakyat.[20]

---

[19] *ibid* ,.hal.24

[20] Muhammad, *Manajemen Bank Syari`ah.* (Jogjakarta, (UPP) AMP YKPN, 2002), hal.103

Lembaga keuangan bank adalah sebuah lembaga perantara antara pihak surplus dan kepada pihak minus dana. Bank dengan sendirinya memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi dan kesejahteraan umat. Jika bank mampu memobilisasikan uang dari masyarakat, secara langsung maupun melalui lembaga keuangan non bank. Disamping itu uang disalurkan tersebut harus mampu membangkitkan produktifitas pengusaha-pengusaha yang potensial.

A. Teori Bagi hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (inggris) dikenal dengan *profit sharing. Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan dengan pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan :"distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan".[21]

Hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan/bulanan.

Mekanisme lembaga keuangan syariah pada pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk penyertaan atau bentuk bisnis korporasi (kerjasama). Pihak-pihak yang terlibat dalam kepentingan bisnis yang disebutkan tadi harus melakukan transparasi dan kemitraan secara baik dan ideal. Sebab

[21] Muhammad, *Teknik Penghitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syari`ah.* (Yogyakarta: UII Press,2004), hal.18

pengeluaran dan pemasukan rutin yang berkaitan dengan bisnis penyertaan, bukan untuk kepentingan pribadi yang menjalankan proyek.[22]

B. Konsep Bagi Hasil

Konsep bagihasil berbeda samasekali dengan konsep bunga yang diterapkan pada bank konvensional. Dalam bank syariah konsep bagi hasil sebagai berikut:

1. Pemilik dana menginfestasikan dananya melalui lenbaga keuangan bank yang bertindak sebagai pengelola dana.
2. Pengelola/ bank syariah mengelola dana trsebut diatas dalam sistem *pool of fund,* selanjutnya bank akan menginvestasikan dana tersebut kedalam proyek/ usaha yang layak dan menguntungkan serta memenuhi aspek syariah.
3. Kedua belah pihak menandatangani *akad* yang berisi ruang lingkup kerjasama nominal, nisbah, dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut.[23]

C. Nisbah

Nisbah keuntungan adalah salah satu rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli. Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua belah pihak yang *bermudhorobah. Mudhorib* andapat imbalan atas kerjanya, sedangkan shahibul *al-mal*

[22] *Ibid.,* hal.18

[23] Slamet wiyono,*Cara mudah memahami akuntansi perbankan syariah..*(Jakarta :PT Grasindo, 2005),hal. 59

mendapatkan imbalan atas penyartaan modalnya. Nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua pihak mengenai cara pembagian keuntungan, adapun nisbah keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal tertentu.[24]

Penentuan besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak, tetapi dalam prakteknya di perbankan modern, tawar-menawar nisbah antara pemilik modal (yakni investor dan deposan) dengan bank syariah hanya terjadi bagi deposan/ investor dengan jumlah besar, karena mereka ini memiliki daya tawar yang relatif tinggi. Kondisi seperti ini sebagai sepesial nisbah, sedangkan untuk nasabah drposan kecil tawar-menawar tidak terjadi. Bank syari`ah akan mencantumkan nisbah yang ditawarkan, deposan boleh setuju boleh tidak. Bila setuju maka ia akan melanjutkan menabung, sebaliknya bila tidak setuju dipersilahkan mencari bank syari`ah lain yang menawarkan nisbah lebih menarik.[25]

Hal-hal yang berkaitan dengan nisbah bagi hasil yaitu:

a. Prosentase

Nisbah keuntungan harus didasarkan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan itu misalnya 50:50, 70:30, 60:40, atau 99:1. Jadi nisbah keuntungan ditentkan atas kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal. Nisbah keuntungan tidak boleh dinyatakan dalam bentuk nominal

[24] Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan edisi II.* (Jakarta PT. Raja Grafindo Persada,2004), hal.194

[25] *Ibid.,* hal.197

rupiah tertentu, misalnya *shahibul al-maal* mendapat Rp 50.000,00 dan *mudharib* mendapat Rp 50.000,00.[26]

b. Bagi Untung dan Bagi Rugi

Keuntungan diatas itu merupakan konsekuensi yang logis dari karateristik akad *mudharabah* itu sendiri, yang tergolong kedalam kontrak investasi (*naturel uncertainty contracts*). Dalam k0ntrak ini, *return* dan *timing cash flow* kita tergantung kepada kinerja sektor riilnya. Bila laba bisnisnya besar, kedua belah pihak mendapat bagian yang besar pula. Bila laba bisnisnya kecil, mereka mendapat bagian yang kecil juga. Filosofi ini hanya dapat berjalan jika nisbah laba ditentukan dalam bentuk prosentase, bukan dalam bentuk nominal rupiah tertentu.

Bila dalam akad *mudharabah* ini mendapat kerugian, pembagian kerugian itu bukan didasarkan atas nisbah, tetapi berdasarkan porsi modal masing-masing pihak. Itulah alasan mengapa nisbah disebut sebagai nisbah keuntungan, bukan nisbah saja, karena nisbah 50:50, atau 99:1 itu hanya diterapkan bila bisnisnya untung. Bila bisnisnya rugi, kerugian itu harus dibagi berdasarkan porsi masing-masing pihak, bukan berdasarkan nisbah. Hal ini karena ada perbedaan kemampuan mengabsorsi /menanggung kerugian di antara kedua belah pihak. Bila untung, tidak ada masalah untuk menikmati untung. Karena sebesar apapun keuntungan yang terjadi, kedua belah pihak akan selalu dapat menikmati keuntungan itu. lain halnya kalau bisnisnya merugi. Kemampuan *shahibuil al-maal* untuk menanggung

[26] *Ibid*., hal. 198

kerugian finansial tidak sama dengan kemampuan *mudharib*. Dengan demikian, karena kerugian dibagi berdasarkan proporsi modal (finansial) *shahibul al-maal* dalam kontrak ini adalah 100% maka kerugian (finansial) ditanggung 100% pula oleh *shahibul al-maal*. Di lain pihak, karena proporsi modal (finansial) *mudharib* dalam kontrak ini adalah 0% andaikata terjadi kerugian, *mudharib* akan menanggung kerugian (finansial) sebesar 0 % pula.[27]

Apabila bsnis rugi, sesungguhnya *mudharib* akan menanggung kerugian hilangnya kerja, usaha dan waktu yang telah ia curahkan untuk menjalankan bisnis itu. Kedua belah pihak sama-sama menanggung kerugian, tetapi bentuk kerugian yang ditanggung oleh keduanya berbeda, sesuai denga objek *mudharabah* yang di kontribusikan. Bila yang dikontribusikan adalah uang, resikonya adalah hilangnya uang tersebut. Sedangkan yang di kontribusikan adalah kerja, rsikonya adalah hilangnya kerja, usaha dan waktunya, sehingga tidak mendapatkan hasil apapun atas jerih payahnya selama berbisnis.

c. Jaminan

Ketentuan pembagian kerugian bila kerugian yang terjadi hanya murni diakibatkan oleh resiko bisnis (*business risk*), bukan karena resiko karakter buruk *mudharib* (*character risk*). Bila kerugian terjadi karena karakter buruk, misalnya karena *midharib* lalai dan atau melanggar

[27] *Ibid.,* hal. 98

persyaratan-persyaratan kontrak *mudharabah*, maka *shahibul al-maal* tidak perlu menanggung kerugian seperti ini.

"Para fuqaha berpendapat bahwa pada prinsipnya tidak perlu dan tidak boleh mensyaratkan agunan sebagai jaminan, sebagaimana dalam akad syirkah lainnya. Jelas hal ini konteksnya adalah *business risk."*[28]

Sedangkan untuk *character risk, mudharib* pada hakikatnya menjadi wakil dari *shahibul al-maal* mengelola dana dengan seizin *shahibul maal,* sehingga wajib beginya berlaku amanah. Jika *mudharib* melakukan keteledoran, kelalaian, kecerobohan dalam merawat dan menjaga dana, yaitu melakukan pelanggaran, kesalahan, dan kelewatan dalam perilakunya yang btidak termasuk dalam bisnis *mudharabah* yang disepakati, atau ia keluar dari ketentuan yang disepakati, *mudharib* tersebut harus menanggung kerugian *mudharabah* sebesar bagian kelalaiannya sebagai sanksi dan tanggungjawabnya. Ia telah menimbulkan kerugian karena kelalaian dan prilaku zalim, karena ia telah memperlakukan harta orang lain yang dipercayakan kepadanya diluar ketentuan yang disepakati. *Mudharib* tidak pula berhak untuk menentukan sendiri mengambil bagian keuntungan tanpa kehadiran atau sepengetahuan *shahibul maal* sehingga *shahibul maal* dirugikan. Jelas dalam hal ini konteksnya adalah *character risk.*[29]

Pihak *mudharib* yang lalai atau menyalahi kontrak ini, maka *shahibul al-maal* dibolehkan meminta jaminan tertentu kepada *mudharib.* Jaminan ini akan disita oleh *shahibul al-maal* jika ternyata timbul kerugian

[28] *Ibid.,* hal. 198
[29] *Ibid.,* hal. 199

karena *mudharib* melakukan kesalahan, yakni lalai dan ingkar janji. Kerugian yang timbul disebabkan karena faktor resiko bisnis, jaminan *mudharib* tidak dapat disita oleh *shahibul al-maal.* Cara penyelesaiannya adalah jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan antara kedua pihak, maka penyelesaiannya melalui Badan Arbitrasi Syari`ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

d. Menentukan besarnya Nisbah

Besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak. Jadi, angka besaran nisbah ini muncul sebagai hasil tawar-menawar antara *shahib al-maal* dengan *mudharib.* Dengan demikian angka nisbah ini bervariasi, bisa 50:50. 60:40, 70:30, 80:20, bahkan 99:1. Namun para ahli fiqih sepakat bahwa nisbah 100:0 tidak diperbolehkan.[30]

e. Cara menyelesaikan Kerugian

Jika terjadi kerugian, cara penyelesaiannya diambil terlebih dahulu dari keuntungan, karena keuntungan merupakan perlindungan dari modal. Kemudian bila kerugian melebihi keuntungan, baru diambil dari pokok modal.[31]

D. Prosedur Pemberian Nisbah atau Bagi Hasil

Pemberian *Plafond* dan *Nisbah* dilakukan setelah pihak melihat neraca dan laba rugi yang diperoleh perusahaan. Faktor – faktor yang mempengaruhi nisbah, adalah :

---

[30] *Ibid.,* hal. 199
[31] *Ibid.,* hal. 199

1. Ekspektasi Bagi Hasil untuk Bank
2. Laba perusahaan nasabah.

Ada beberapa metoda dalam prosedur pemberian bagi hasil untuk pembiayaan musyarakah. Metode – metode tersebut adalah :

I. Berdasarkan modal yang dimiliki.

II. Nisbah Bank = Modal yang di miliki - *Skill* nasabah.

Nisbah Nasabah = Modal yang dimiliki + *Skill* nasabah.

Skill = Penghargaan atas kemampuan (usaha) nasabah oleh pihak bank.

III. Ekspektasi Bagi hasil.

Adanya Ekspektasi minimal yang diterima oleh pihak bank yang berlaku, dimana batas minimum pemberian ekspektasi bagi hasil untuk bank adalah sebesar *17,07 % p.a.* Dari ketiga metode diatas, metode Ekspektasi bagi hasil yang banyak dipergunakan oleh bank yang menjalankan usahanya dengan sistem syariah.

Contoh perhitungan bagi hasil untuk pembiayaan musyarakah yang menggunakan metode Ekspektasi Bagi Hasil dimana Ekspektasi Bagi Hasil yang diharapkan oleh bank syariah adalah sebesar 20 % p.a, maka bagi hasil yang diperoleh masing – masing pihak adalah sebagai berikut :

Tn. Mahesha mengajukan pembiayaan Musyarakah (modal kerja) kepada Bank Syariah sebesar Rp. 350.000.000,00 Jangka waktu 6 bulan, untuk tambahan modal kerja proyek pekerjaan hotmik jalan. Data – data yang

diperoleh *Account Officers* Bank Syariah atas proyek tersebut adalah sebagai berikut :

- Nilai proyek Rp. 500.000.000,00
- *Real Cost Project (RCP)* atau biaya menyelesaikan proyek sebesar 80% atau Rp. 400.000.000,00
- *Ekspektasi Laba Proyek* sebesar 20% dari nilai proyek atau sebesar Rp. 100.000.000,00
- Modal sendiri yang dimiliki Tn. Mahesha adalah 40% dari RCP atau sebesar Rp. 160.000.000,00
- *Ekspektasi* Bagi hasil yang diharapkan adalah 20% p.a
- Jangka waktu 6 bulan

Dari data – data yang diperoleh diatas, maka *Account Officers Bank* dapat mengusulkan struktur pembiayaan sebagai berikut :

- Jenis Pembiayaan : Musyarakah (modal kerja / *Joint Financing*)
- Jangka waktu : 8 bulan termasuk 2 bulan masa penagihan *termyn*
- Plafond / pagu pembiayaan = (Rp. 400.000.000,00 x 80%)x 60% = Rp. 192.000.000,00
- Ekspektasi Bagi Hasil = (Rp. 192.000.000,00 x 20%) x 8/12 = Rp. 25.600.000,00

Maka dari data diatas dapat diperoleh perhitungan *nisbah* atau bagi hasil untuk masing – masing pihak, antara lain :

- Pihak Bank : (Rp. 25.600.000,00 : Rp. 100.000.000,00) x 100% = 25.60%
- Pihak Nasabah : 100% - 25.60% = 74.40%

Jadi *Nisbah* atau Bagi Hasil yang diterima oleh masing – masing pihak dalam pembiayaan Musyarakah yang diajukan oleh Tn. Mahesha, Dimana pihak bank sebagai penyedia dana (*Shahibul Maal*) dan pihak Tn. Mahesha sebagai pengelola dana (*Mudharib*) adalah 25.60% : 74.40%.[32]

E. Mekanisme penghitungan bagi hasil

Dalam prakteknya mekanisme penghitungan bagi hasil dapat di dasarkan dua cara *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue sharing* (bagi pendapatan),yakni sebagai berikut.

1. *Profit sharing* (bagi laba) merupakan penghitungan bagi hasil yang mendasarkan pada laba dari pengelola dana yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut. Misal, pendapatan usaha Rp 1000,00 dan beban-beban usaha untuk untuk mendapatkan pendapatan tersebut Rp 700,00 maka *profit*/laba adalah Rp 300,00 (Rp 1000,00 – Rp 700,00)
2. *Revenue sharing*

   Revenue Sharing berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu, *revenue* yang berarti; hasil, penghasilan, pendapatan. *Sharing*

[32] *elib.unikom.ac.id/download.php?id=156,* diakses senin 16 Juni 2014

adalah bentuk kata kerja dari *share* yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan.

Revenue (pendapatan) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang *(goods)* dan jasa-jasa *(services)* yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan *(sales revenue).*

Dalam arti lain *revenue* merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah *out put* yang dihasilkan dari kagiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut.

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

Berdasarkan devinisi di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa arti *revenue* pada prinsip ekonomi dapat diartikan sebagai total penerimaan dari hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah dari total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut. Unsur yang terdapat di dalam *revenue* meliputi total harga pokok penjualan ditambah dengan total selisih dari hasil pendapatan penjualan tersebut. Tentunya di dalamnya meliputi modal (*capital*) ditambah dengan keuntungannya (*profit*).

Revenue pada perbankan Syari'ah adalah hasil yang diterima oleh bank dari penyaluran dana (*investasi*) ke dalam bentuk aktiva produktif,

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

Perbankan Syari'ah memperkenalkan sistem pada masyarakat dengan istilah *Revenue Sharing,* yaitu sistem bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa dikurangi dengan biaya pengelolaan dana.

Lebih jelasnya *Revenue sharing* dalam arti perbankan adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Sistem *revenue sharing* berlaku pada pendapatan bank yang akan dibagikan dihitung berdasarkan pendapatan kotor *(gross sales),* yang digunakan dalam menghitung bagi hasil untuk produk pendanaan bank.[33] Misal, pendapatan usaha Rp 1000,00 dan beban-beban usaha untuk mendapatkan pendapatan tersebut Rp 700,00 maka dasar untuk menentukan bagi hasil adalah Rp 1000,00 (tanpa harus dikurangi dengan beban Rp 700,00).[34]

---

[33] *http://makalah-perbankan.blogspot.com/2013_01_01_archive.html*, diakses senin 16 Juni 2014

[34]Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK dan PAPSI,* (Jakarta ;Grasindo,2005)hal. 56-57

F. Produk pembiayaan yang didasarkan atas prinsip bagi hasil

1. Al- Musyarakah

Istilah lain dari *musyarakah* adalah *syarikah* atau *syirkah* yang mempunyai arti: sekutu atau teman persekutuan, perkumpulan, perserikatan.

Syirkah dari segi etimologi berarti: *al-ihtilath* mempunyai arti: campur atau percampuran. Maksud dari percampuran disini adalah seorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga antara bagian yang satu dengan bagian yang lain sulit untuk dibedakan lagi.

Adapun secara terminologi Para ahli fikih mendefinisikan sebagai akad antara orang-orang yang berserikat dalam modal maupun keuntungan. hasil keunungan dibagihasilkan sesuai dengan kesepakatan bersama di awal sebelum melakukan usaha. Sedangkan kerugian ditanggung secara proporsional sampai batas modal masing-masing. Secara umum dapat diartikan patungan modal usaha dengan bagi hasil menurut kesepakatan,[35] sedangkan pelaksanaannya bisa ditunjuk salah satu dari mereka.[36]

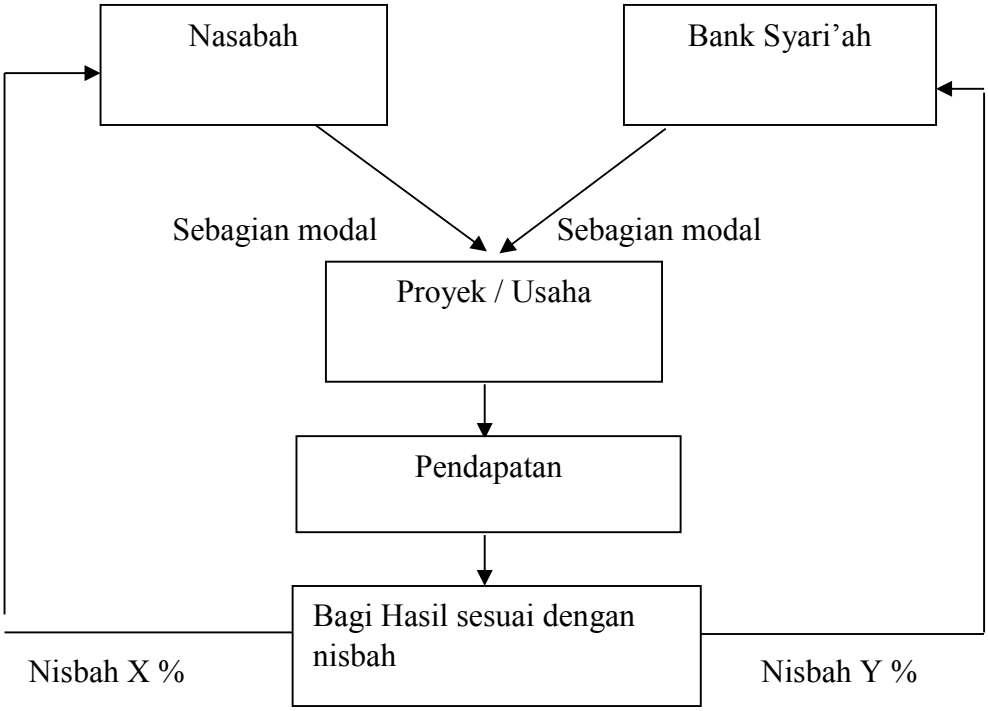
Mekanisme operasional *Al – Musyarakah* dapat digambarkan pada gambar dibawah ini.[37]

---

[35] Abdullah Saeed, *Islamic Banking and Interst: A Study Of Riba and Its Contemporary Interpretation*. Terj. Arif Maftuhin, *Menyoal Bank Syariah.* (Jakarta: Paramadina, 2004), hal.88-89

[36] Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari`ah.* (Jakarta : Alvabet, 2000), hal.203

[37] Muhamad*, Manajemen Bank Syari'ah, Yogyakarta*,(UPP AMP YKPN, 2002).hal. 96



Akad *Syirkah* diperbolehkan menurut Ulama` Fiqih, berdasarkan Al-quran dan Al-hadits.

Dalam Al-qur`an Allah SWT Berfirman dalam QS. Shaad: 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِۦ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ ٱلْخُلَطَآءِ لَيَبْغِى بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُۥدُ أَنَّمَا فَتَنَّٰهُ فَٱسْتَغْفَرَ رَبَّهُۥ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۩ ﴿٢٤﴾

Artinya : *Daud berkata: "sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian dari mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang shaleh: dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami Mengujinya; maka ia meminta apapun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.*

Ayat tersebut diatas menunjukkan perkenaan dan pengakuan allah akan adanya perserikatan dalam kepemilikan harta. Dalam surat *Shaad*: 24 Perserikatan terjadi atas dasar Akad (*ikhtiyary*).[38]

Dalam Al-Hadits dinyatakan sebagai berikut:

> Arrtinya: *Dari abu Hurairah, Rasullullah saw bersabda, " sesungguhnya Allah azza wa jalla berfirman, `Aku pihak ketigsa dari dua orang yang berserikat selama salah sartunya tidak mengkhianati lainnya"` (HR. Abu Dawud)*[39]

Berdasarkan keterangan Al-qur`an dan Hadits Rosul tersebut diatas pada prinsipnya seluruh Fuqaha` sepakat menetapkan bahwa hukum *syirkah* adalah Mubah, meskipun mereka memperselisihkan beberapa jenis hukum *syirkah.*

Ulama` fiqih membagi *Syirkah* menjadi 2 macam yaitu:

1. *Syirkah Amlak (milik)*

   Syirkah Amlak ialah: persekuuan antara dua orang atau lebih untuk memiliki harta bersama tanpa melalui akad *Syirkah.*

   Syirkah dalam kategori ini dibagi menjadi dua macam yaitu:

a. *Syirkah Ikhtiyariah*

   yaitu: *Syirkah* yang terjadi atas perbuatan dan kehendak pihak-pihak yang berserikat.

b. *Syirkah Ijabariah*

   yaitu: *Syirkah* yang terjadi tanpa keinginan para pihak yang bersangkutan, seperti persekutuan ahli waris.

---

[38] Muhammad Syafi`i Antonio, *BaNK Syari`ah dari Teori ke Praktek.* (Jakarta:Gema Insani Press,2001), hal.91

[39] Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syari`ah Deskripsi dan Ilustrasi.* (Jakarta: EKONISIA, 2003), hal.68

2. *Syirkah Uqud (Akad)*

Syirkah Uqud yaitu: persekutuan antara dua orang atau lebih untuk mengikatkan diri dalam perserikatan modal dan keuntungan.

Syirkah dalam kategori ini dibagi menjadi empat macam:

a. *Syirkah Inan*

*Y*aitu: sebuah persekutuan dimana posisi dan komposisi pihak-pihak yang terlibat didalamnya adalah sama, baik dalam hal modal, pekerjaan, maupun dalam hal keuntungan dan resiko kerugian.

b. *Syirkah Mufawadhah*

Yaitu: sebuah persekutuan dimana posisi dan komposisi pihak-pihak yang terlibat didalamnya adalah tidak sama, baik dalam hal modal, pekerjaan, maupun dalam hal keuntungan dan resiko kerugian.

c. *Syirkah Abdan*

Yaitu: persekutuan dua pihak atau lebih untuk mengerjakan sesuatu pekerjaan. Hasil atau upah pekerjaan tersebut dibagi sesuai dengan kesepakatan diantara mereka.

d. *Syirkah Wujuh*

Yaitu: persekutuan antara dua pihak pengusaha untuk melakukan kerjasama dimana masing-masing pihak sama sekali tidak menyertakan modal. Mereka menjalankan usahanya berdasarkan kepercayaan pihak ketiga.

2. Al- Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata *adbdharabah fil ardhi,* yaitu bepergian untuk urusan dagang. [40] Definisi secara etimologi (bahasa) ini memiliki dua relevansi antara keduanya, yaitu: pertama karena yang melakukan uasaha (*`amil*) *yadhrib fil ardhi* (berjalan dimuka bumi) dengan bepergian padanya untuk berdagang, maka ia berhak mendapatkan keuntungan karena usaha dan kerjanya. Seperti firman Allah SWT: " *Dan sebagian orang-orang yang lain berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah".* Kedua, karena masing - masing orang yang berserikat *yadhribu bisahmin* (memotong / mengambil bagian) dalam keuntungan.[41]

Mudharabah bisa disebut juga *qiradh* yang berasal dari kata *al-qath`u*(potongan), karena pemilik memotong sebagian hartanya diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan.

Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian ini bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu di akibatkan karena kecurangan atau kelalaian sipengelola, sipengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.[42]

Dasar yang dijadikan landasan hukum:

---

[40] Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuanga...,* hal.*69*
[41] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah,...*hal.56
[42]*Ibid...*hal. 69

Al-Qur`an:

Firman Allah dalam surat al-Jumu`ah:10:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِى ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ١٠

artinya: *Apabial telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*
Firman Allah dalam surat al-Baqarah: 198

لَيۡسَ عَلَيۡكُمۡ جُنَاحٌ أَن تَبۡتَغُواْ فَضۡلاً مِّن رَّبِّكُمۡۚ فَإِذَآ أَفَضۡتُم مِّنۡ عَرَفَٰتٍ فَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ عِندَ ٱلۡمَشۡعَرِ ٱلۡحَرَامِۖ وَٱذۡكُرُوهُ كَمَا هَدَىٰكُمۡ وَإِن كُنتُم مِّن قَبۡلِهِۦ لَمِنَ ٱلضَّآلِّينَ ١٩٨

Artinya: *"Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari `Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy`arilharam. Dan berdzikirlah Allah sebagaimana yang ditunjukkan –Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat".*

AL-Hadits:

Diriwayatkan dari Abbas bahwa Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasullulah SAW dan Rasulullah pun membilehkannya. (HR. Thabrani)

Dari Shalib bin Sauaib ra bahwa Rasulullah saw bersabda, "Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampuradukkan dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual (HR. Ibnu Majah)[43]

[43]*Ibid*... hal.70

2.1.2. Pengertian kualitas pelayanan

Definisi kualitas sangat beranekaragam dan mengandung banyak makna. Definisi yang simpel diberikan oleh Ivancevich, Lorenzi, Skiner, dan Crosby: "pelayanan adalah produk-produk yang tidak kesat mata (tidak daoat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan".[44] Sedangkan kualitas pelayanan (*service quality*) menurut Prasuraman adalah suatu konsep secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap keterandalan (*excelince)* dalam servise incounter yang dilakukan oleh konsumen. Pengembangan, pemeliharaan dan perbaikan kualitas pelayanan dari suatu lembaga dapat menimbulkan kepuasan pada semua pelanggan.[45]

Menurut Goetsh dan Davis kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.[46] Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Kualitas merupakan jaminan terbaik untuk loyalitas nasabah, karena hal tersebut pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan, jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng. Menurut Philip Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau

---

[44] Ratminto, *anajemen Pelayanan.*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal.2

[45] Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Dasar Dan Kunci Keberhasilan.* (Jakarta, CV. HAJI MASAGUNG,1994), hal.224

[46] Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dagang Pemasaran Efektif dan Profitabel.* (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama 2001),hal.180

kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.[47]

Menurut Zeitmal kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu prodak atau layanan secara menyeluruh dan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat presepsi konsumen.[48] Keberhasilan pemasaran sangat ditentukan baik dan tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.[49]

Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Apabila jasa yang diterima sesuai harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan sebaiknya jika jasa diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik dan tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten.[50] Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan. Jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemaaran bank akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi nasabah agar tetap loyal.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa adalah berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaiannya

---

[47] Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran.* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal.85

[48] *Ibid.,* hal.88

[49] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta : PT Grafindo Persada, 2007), hal.213

[50] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: Andi Offset,2004), hal.60

untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan barakhir pada presepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau presepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau presepsi pelanggan.

Dalam Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau pelayanan jasa, hendaknya memberikan yang berkualitas bagi orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur`an Surat Al-Baqarah ayat 267:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَـٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُواْ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِىٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

yang artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah(di jalan Allah)sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS Al-Baqarqh : 267)

Secara umum peneliti menggunakan acuan 5 dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, zeithnaml dan Berry. mengacu pada 5 indikator,[51] yaitu: *Tangibles, Reliability, Resounsiveness, Assurance dan Empaty.*

Namun dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general, sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik spesifik memerlukan modifikasi seperti perusahaan perbankan islam (syari`ah).

[51] Ratminto, *anajemen Pelayanan...,* hal.175-176

Berdasarkan hal tersebut, Othman dan Owen menyodorkan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan perbankan islam yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL, dengan tambahan dimensi *compliance.* Sedangkan dimensi yang lain sama dengan dimensi dalam SERVQUAL. CARTER terdiri dari 6 dimensi kualitas layanan. CARTER merupakan singkatan dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness*.

a. Dimensi kualitas pelayanan perbankan Islam (Syari`ah)

Dimensi kualitas pelayanan perbankan islam (Syari`ah) yang dikemukakan oleh Nursya`bani Purnama yaitu[52]:

1. *Compliance* atau pemenuhan prinsip islam

   Compliance yaitu kemampuan perusahaan atas kesesuaian dalam pemnerapan prinsip syari`ah meliputi menjalankan kegiatan perusahaan sesuai dengan prinsip Islam, menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam.

2. *Asurance* atau jaminan

   Assurance yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dalam Islam memberikan pelayanann harus bersikap lemah lembut, menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada nasabah supaya nasabah terhindar dari rasa

[52] Nursya`bani Purnama,*Manajemen Kualitas Prespektif Global.*(Yogyakarta: EKONISIA,2006),hal.22-23

takut, tidak percaya dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur`an Surat Al-Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Yang artinya: Maka disebabkan hmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. (QS. Al-Imran 159)

3. Rliability atau keandalan

Reliability yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur`an Surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا۟ بِعَهْدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُوا۟ ٱلْأَيْمَٰنَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ ٱللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Yang artinya: Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpahmu, itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu Telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat. (Qs. An-Nahl : 91)

4. Tangible atau bukti langsung

Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan

prasarana fisik perusahaan, bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, tegnologi serta penampilan pegawainya. Dalam Islam pelayanan yang berupa bangunan hendaknya sederhana tidak menampilkan sesuatu yang megah. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur`an surat At-Takasur ayat 1-5 :

أَلْهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ۝١ حَتَّىٰ زُرْتُمُ ٱلْمَقَابِرَ ۝٢ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝٣ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝٤ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ ٱلْيَقِينِ ۝٥

Yang artinya : Bermegah-megahan telah melalaikan kamu. Sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu). Dan janganlah begitu, kamu akan Mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin. (Qs. At-Takasur : 1-5)

5. *Empathy* atau empti

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat indifidual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya untuk memehami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

6. *Responsiveness* atau daya tanggap

Responsiveness yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nassabah menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan presepsi yang negatif dalam kualitas palayanan. Islam menganjurkan untuk

bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya. Sebagaimana hadits Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhsri ysng srtinya (apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancuran).

b. Ciri-ciri Pelayanan

Pelayanan nasabah dalam dunia jasa menjadi suatu hal yang penting. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) memerlukan umpan balik untuk menilai kualitas layanannya. Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan supaya loyal. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah[53]:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

   Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan baik.

2. Tersedia personil yang baik

   Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS (*costomer service*) yang melayaninya. Petugas bank harus ramah, sopan dan menarik.

3. Bertaanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

   Nasabah akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas

[53] Drs.H.Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan.* (Jakarta : PT Bumi Aksara,2006), hal.144

bank yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

4. Mampu melayani secara tepat dan cepat

   Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Mampu berkomunikasi

   Petugas bank harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

   Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Karena rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan masabah kepada bank.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yank baik

   Petugas bank selalu berhubugan dengan manusia, maka harus memiliki pengetahuan dan kemampuan ytertentu

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

   Harus tanggap dengan apa yang diinginkan nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

   Kepercayaan calon nasabah mutlak diperlukan sehingga calo nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya.

2.1.3. Pengertian keputusan nasabah

Keputusan (*decision)* berarti pilihan (*choice),* yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari dua kategori: terprogram dan tidak terprogram.[54]Hal ini menunjukkan bahwa keputusan bisa dikatakan sama dengan pilihan, ada perbedaan penting di antara keduanya. Keputusan adalah "pilihan nyata" karena pilihan diartikan sebagai pilihan tentang tujuan termasuk pilihan tentang cara untuk mancapai tujuan itu, apakah pada tingkat perorangan atau pada tingkat kolektif. Keputusan dalam kaitannya dengan proses merupakan keadaan akhir dari suatu proses yang lebih dinamis, yang diberi label pengambilan keputusan.

Proses paling penting bagi para pemasar adalah bagaimana konsumen membuat atau mengambil keputusan. Pengambilan keputusan menurut Sulusu merupakan proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi.[55] Selanjutnya Amirullah mengemukakan bahwa keputusan merupakan suatu proses penilaian dan memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.[56] Definisi ini menegaskan bahwa suatu keputusan tidak harus memilih satu dari sejumlah alternatif, akan tetapi keputusan harus didasarkan pada relefansi antara masalah dan tujuannya.

---

[54] Sunarto, *Manajemen 1,* (Yogyakarta: Amus, 2007) hal.96

[55] Salusu,I, *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit.* (Jakarta:Grasindo 2003), hal. 47

[56] Amirullah, *Perilaku Konsumen*. (Yigyakarta: Graha Ilmu,2002,)hal. 61

Peran seseorang (bukan pembeli utama) dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk perlu diketahui oleh marketer, karena diantara mereka ini terkadang justru menjadi pendorong yang sangat kuat bagi pengambil keputusan pembelian.[57]

Pengambilan keputusan konsumen melibatkan tiga proses kognitif yang penting, yaitu:

1. Konsumen harus menerjemahkan informasi yang relefan di lingkungan sekitar untuk menciptakan arti atau pengetahuan personal,
2. Konsumen harus mengkobinasikan atau mengintegrasikan pengetahuan tersebut sebelum mengefaluasi produk atau tindakan yang mungkin, dan untuk menetapkan prilaku diantar alternatif yang ada,
3. Konsumen harus mengungkap ulang pengetahuan produk dari ingatannya untuk digunakan digunakan dalam proses integrasi dan interpretasi.

Kotler menyatakan: Bahwa terdapat dua faktor yang dapat berada diantaraa niat niat pembelian dan keputusan pembelian.[58]*Faktor pertama* adalah pendirian orang lain. Sejauh mana pendirian orag lain mengurangi alternatif yang disediaka seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu (1) intensitas pendirian orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. *Faktor kedua* adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi, dimana faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

[57] Hasan,Ali, *Marketing*.cetakan pertama(Yogyakarta: Medpress, 2008),hal.138

[58] Philip Kotler, *manajemen pemasaran.* Edisi Milinium, diterjemahkan oleh Hendar Teguh & Roony A. Rusli (Jakarta:Prenhallindo,2002) hal.204

Ada tiga tingkatan pengambilan keputusan konsumen, yaitu:[59]

a. *Extensive problem solfing*

Pada tingkat ini konsumen sangat membutuhkan banyak informasiuntuk lebih meyakinkan keputusan yang akan diambilnya. Disini konsumen telah mempunyai kriteria-kriteria terhadap barang yang akan dipilihnya.

b. *Limited Problem Solfing*

Konsumen tidak lagi begitu banyak memerlukan informasi, tetapi konsumen tetap perlu mencari-cari informasi tambahan. Karena pada tingkat ini konsumen selalu membandinng-bandingkan merek atau barang dengan menggali terus informasi-informasi.

c. *Routinzed Response Behavior*

Informasi diposisikan sebagai dasar untuk perbandingan saja meskipun keputusan itu telah terpikirkan, karena konsumen telah memiliki banyak pengalaman membeli.

Keputusan selalu nensyaratka pilihan diantara perilaku yang berbeda. Karena semua aspek dan pengaruh kognisi dolibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen ini, termasuk pengetahuan, arti, kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi baru di lingkungan.

[59] Amirullah, *Perilaku Konsumen*..., hal.62

a) Jenis-jenis prilaku keputusan pembelian

Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang oleh konsumen beranekaragam sesuai dengan jenis keputusan pembelian. Jenis-jenis prilaku pengambilan keputusan tersebut sangat tergantung pada jenis barang yang akan dibeli dan mahal tidaknya barang tersebut dibeli secara rutin atau tidak. Sehingga keputusan yang lebih rumit mungkin melibatkan partisipasi yang lebih banyak dan kebebasan pembeli yang lebih besar.[60]

Menurut Howard dan Sheth ada 3 jenis prilaku pembelian yang terdiri dari:[61]

1. Prilaku tanggapan rutin

   Memang seperti banyak diketahui bahwa jenis prilaku pembelian yang paling sederhana diketemukan pada pembelian barang murah dan pada umumnya barang yang sering dibeli.

   Contoh : barang barang kebutuhan sehari-hari atau barang-barang lain secara rutin sudah biasa dibeli apabila persediaan habis.

   Untuk pembelian-pembelian yang demikian pembeli tidak banyak membuat keputusan, karena pada dasarnya merek-mereknya yang akan dibeli sudah dikenalatas produk yang diperlukan.

2. Pemecahan masalah yag terbatas

   Keberadaan produk baru di pasar yang tidak dikenal secara baik dalam suatu golongan produk akan mendapat tantangan keras dalam pembelian oleh konsumen untuk suatu golongan produk yang telah dikenal

[60]Marius P. Angipora, *Dasar-Dasr Pemasaran,* (Ed 1, Cet. 1, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 1999) hal. 116

[61]Marius P. Angipora,*Dasar-Dasar Pemasaran...,* hal.117-118

baik. Konsumen akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan mengamati sejauh mungkin promoso-promosi yang dilakukan serta mempelajari sedalam mungkin merek tersebut. Tindakan yang dilakukan oleh para konsumen tersebut disebut sebagai: pemecahan masalah yang terbatas karana konsumen memang penuh sadar akan golongan produk tetapi tidak mengenal secara baik keseluruhan merek dan ciri-ciri produk yang ditawarkan.

3. Pemecahan masalah yang Ekstensif

Pembelian akan mencapai suatu jumlah yang sangat tinggi apabila konsumen dihadapkan pada suatu barang yang belum dikenal dan tidak memiliki tolok ukur (alat pembanding) apa yang harus digunakan, namun produk tersebut dapat menarik minat dan dapat memenuhi kebutuhan.

Kesulitan lain yang dihadapi oleh konsumen dalam mendapatkan produk yang dikehendaki diatas adalah ketidak jelasan tentang konsep merk, tidak tau ciri mana yang harus dipertimbangkan dalam memilih produk mana yang baik.

b) Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian

Kegiatan membeli adalah bagian yang mengagumkan dari hidup setiap orang, karena kegiatan membeli merupakan aktivitas rutin yang jarang kita sadari secara mendalam proses kejiwaan yang terlibat didalamnya.[62]

[62] Marius P. Angipora,*Dasar-Dasar Pemasaran...,* hal.119

Menurut Kotler dan Keller untuk sampai kepada keputusam pembelian komsumen akan melewati 5 tahap yaitu:[63]

Gambar 2.1

Tahap keputusan pembelian

Tahap-tahap ini telah menekankan bahwa proses pembelian memang berawal jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan memberi dampak yang tidak sedikit sesudah pembelian. [64]

Walaupun model proses keputusan pembelian dimaksud menganggap bahwa konsumen akan melalui kelima tahap keseluruhan untuk setiap pembelian yang akan dilakukan, namun untuk pembelian yang telah rutin, konsumen akan melompati atau membalik sebagian dari tahap" tersebut.[65]

1. Tahap pengenalan masalah

Merupakan tahap dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal seperti lapar dan haus yang bila mencapai titik tertentu akan menjadi sebuah dorongan dan rangsangan eksternal. Misalnya ketika melewati toko kue yang merangsang rasa lapar.

---

[63] Kotler,Philip; Kelvin L. Keller,*Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia.* (Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd Dan PT Prenhallindo,2009),hlm.184

[64] Marius P. Angipora,*Dasar-Dasar Pemasaran...,* hal.119

[65]*Ibid*...hal.119-120

2. Tahap pencarian informasi

Calon konsumen yang telah dirangsang untuk mengenali kebutuhan, dan kegiatan tersebut, dapat atau tidak dapat mencari informasi tersebut. Kalau dorongan kebutuhan dan keiginan tersebut kuat dan saluran pemuas kebutuhan berada di dekatnya tentunya sangat mungkin konsumen akan segera membelinya.

Tetapi kalau tidak ada, maka kebutuhan dan keinginan tersebut hanya akan menjadi ingatan belaka sehingga konsumen tidak akan melanjutkan pencarian lebih lanjut atau dapat melakukan pencarian lebih lanjut.

Hal-hal yang paling penting untuk diketahui oleh perusahaan akan adalah sumber informasi utama yang akan digunakan oleh kosumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kemudian.

Sumber-sumber informasi kosumen terbagi dalam 4 kelompok, seperti:

- Sumber pribadi

  Sumber ini didapat oleh konsumen melalui teman, keluarga, tetangga atau kenalan.

- Sumber Komersial

  Sumber ini diodapat konsumen melalui advertising, tenaga penjual perusahaan, para pedagang atau melihat pameran.

- Sumber Publik

  Didapat oleh lonsumen melalui publikasi di media massa, atau Lembaga Konsumen.

- Sumber Eksperimental

  Didapat oleh kosumen melalui penanganan langsung, penguji atau penggunaan produk tersebut.

Pengaruh relatif dari sumber informasi ini memang beraneka ragam menurut karateristik produk dan karateristik pembeli. Dengan demikian perusahaan yang sukses harus mengetahui sumber informasi konsumen dan hubungan pentingnya terhadap konsumen.

3. Tahap evaluasi Alternatif/pilihan

Setelah mendapat informasi dari sumber-sumber di atas, maka masalah selanjutnya adalah bagaimana konsumen menggunakan informasi tersebut untuk tiba pada satu pilihan merk akhir dan bagaimana konsumen memilih diantara merk-merk alternatif.

Ada beberapa konsep tertentu didalam membantu menjelaskan proses penilaian konsumen antara lain:[66]

1. Kalau diasumsikan bahwa setiap konsumen memandangkan sebuah produk sebagai unataian.

   Ciri-ciri produk, maka atas dasar ciri-ciri tersebut akan menarik perhatian pembeli terhadap beberapa kelas produk yang sudah terkenal.

[66] Marius P. Angipora,*Dasar-Dasar Pemasaran...,* hal.122

- Mobil: Mertk, daya tahan mesin, kenyamanan bahan bakar, harga, tersedianya spareparts dan sebagainya.
- Hotel: lokasi, kebersihan,pelayanan, tarif dan suasana.

Keseluruhan ciri-ciri diatas akan menarik perhatian konsumen dan setiap konsumen akan memiliki perhatian yang berbeda terhadap setiap ciri dan ciri mana yang paling besar memberikan manfaat terhadap pemenuhan kebutuhannya.

2. Konsumen mungkin berbeda dalam memberikan bobot dan pentingnya ciri-ciri yang relevan.

   Suatu perbedaan yang dapat ditarik *yaitu antara pentingnya suatu* ciri *yang menonjol dari produk.*

   Ciri yang mencolok/menonjol adalah ciri yang timbul dari pikiran konsumen pada saat dia diminta untuk memikirkan mengenai ciri suatu produk.

3. Konsumen mungkin mengembangka suatu himpunan kepercayaan merk (Asosiasi Pencipta Merk) mengenai dimana tiap merk itu berada pada tiap ciri.

   Himpunan kepercayaan memegang merk tertentu yang dinamakan citra merk. Kepercayaan konsumen terhadap suatu merk memang sangat berfariasi dan tergantung kepada pengalaman khususnya dan seterusnya.

4. Konsumen dianggap memiliki fungsi utilitas untuk setiap ciri.

   Fungsi utilitas menggambarkan bagaimana konsumen mengharapkan keputusan produk berfariasi menurut tingkat alternatif dari setiap ciri.

5. Konsumen tiba pada sikap (prefrensi, pertimbangan) kearah alternatif merk melalui prosedur evaluasi tertentu.

   Berdasarkan hasil riset ditemukan bahwa konsumen menggunakan prosedur evaluasi yang berlainan untuk menetapkan pilihan diantara obyek-obyek berciri ganda.

4. Tahap keputusan pembelian (Tahap Pilihan)

Keputusan pembelian baru dapat dilakukan setelah tahap evaluasi dari berbagai merk dan ciri telah disusun menurut peringkat yang akan membentuk niat pembelian terhadap merk yang paling disukai.

Namun niat pembelian belum bisa menjadi kenyataan karena masih banyak dipengaruhi oleh: [67]

- Sikap orang lain
- Situasi yang tak diingiunkan

Yang secara langsung atau tidak akan mempengaruhi atau mengubah niat pembelian. Prefrensi dan bahkan niat membeli tidak sepenuhnya sebagai peramal terpercaya atas pilihan pembelian sesungguhnya. Hal ini disebabkan karena keduanya hanya mengarahkan prilaku pembelian tetapi tidak sepenuhnya menentukan hasil.

[67]Marius P. Angipora,*Dasar-Dasar Pemasaran...*,hal.123

Demikian pula keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan.

5. Tahap prilaku purna Pembelian

Merupakan tahapan dimana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya.

Inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengefaluasi dua atau lebih prilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Namun, ternyata kita tetap harus memperhatikan bahwa konsumen juga membuat beberapa keputusan sehubungan dengan perilaku tidak membeli.

Dalam islam, Al Qur`an secara tegas menyatakan bahwa keputusan yang tidak sehat dalam hidup ini akan mengakibatkan kerugian yang besar. Cotoh pengambilan keputusan yang tidak sehat adalah lebih menyukai hal-hal yang *khabits* (hal-hal yang kotor) karena banyak dan melimpah (dalam hal ini memilih hal-hal yang dipandang secara kuantitas saja dan tidak melihat dari sisi kualitas), sebagaimana dalam Q.S. Al Ma`idah :100

قُل لَّا يَسْتَوِى ٱلْخَبِيثُ وَٱلطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ ٱلْخَبِيثِ ۚ فَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ يَـٰٓأُو۟لِى ٱلْأَلْبَـٰبِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Yang artinya; *katakanlah : "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan,"*

2.2. Kajian Penelitian Terdahulu

" Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah" penelitian ini diambil sampel 100 responden kepada masyarakat ciputat pengguna jasa bank syariah . pengambilan sampelnya dilakukan dengan *convenience* sampling yaitu dengan penyebaran kuisioner pada populasi masyarakat ciputat pengguna jasa bank syariah. Model analisisnya menggunakan regresi dengann uji f dan ujit. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keseluruhan fariabel Budaya,Sosial, Pribadi, Psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank syariah. Bila dibandingkan dengan ketiga variabel lainnya yaitu Budaya, Sosial,dan pribadi. Variabel psikologi memiliki pengaruh yang paling dominan dengan angka 0,002 untuk nilai sig dan 0,315 untuk nilai regresi.[68]

"Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan dalam pembayaran rekening listerk" populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PLN yang melakukan pembayaran rekening listrik melalui sistem *Payment point online bank* (PPOB) mukai bulan mei 2009 sampai dengan desember 2009. Hasil analisis dengan menggu akan SPSS Versi 13 Menunjukkan bahwa: kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap

[68] Atin Yulaifah ,*pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologo terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*. (Jakarta, Skripsi tidak diterbitkan,2011)

kepuasan pelanggan, darihasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, faktor jaminan (b4=0,285) menjadi faktor terbesar mrmpengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian bukti fisik (b1=0,209), daya tanggap(b3=0,202), keandalan (b2=0,163), sementara empati (b5= 0,160) menjadi faktor terendah mempengaruhi kepuasan pelanggan.[69]

"Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang" penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah mandiri KCP banyumanik Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik penenyuan sampel berdasarkan kebetulan, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 92 nasabah. Metode pengumpulan data melalui kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial fariabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah diperoleh t hitung 22,594>t tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05. Koefisien determinasi dari model regresi diperoleh nilai *Ajusted* R^2sebesar 0,848. Hal ini berarti 84,8% variabel loyalitas nasabah dapat mempengaruhi variabel *independent* yaitu kualitas pelayanan

[69] Sonya mahanani, *analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan dalam pembayaran rekening listerk.* (Semarang, Skripsi tidak diterbitkan,2010)

sedangkan sisanya 15,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.[70]

”Pengaruh Nisbah(Bagi Hasil) Terhadap pembiayaan *Mudharabah* Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk Kantor Cabang Medan” penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: (1) tingkat perkembangan pembiayaan Mudharabah, (2) pengaruh nisbah bank terhadap pembiayaan Mudahrabah,(3)pengaruh nisbah nasabah terhadap pembiayaan mudharabah. teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, data yang digunakan adalah data sekunder berupa nisbah bagihasil untuk pembiayaan mudharabah dari januari 2011 sampai dengan desember 2012. teknik analisis data yang digunakan adalah dengan manual atau dengan menggunakan *microsoft Exel* 2010, regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji statistik. berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: (1) perkembangan pembiayaan mudharabah tertinggi terjadi pada bulan Juli 2012 yaitu sekitar 44,57% sedangkan perkembangan pembiayaan mudharabah terendah terjadi pada bulan Maret 2012 yaitu sekitar -35,78%. Rerata perkembangan pembiayaan mudharabah 2011-2012 adalah 2,73%. (2) Nisbah bank memiliki hubungan yang lemah dn tidak signifikan. hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi r = 0,101700 dan uji t = 0,479499. kemampuan nisbah bank menpengaruhi naik turunnya pembiayaan mudharabah hanya sebesar 1%. (3)

[70] Anis Dwi Lestari, *Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang.* (Semarang, Skripsi tidak diterbitkan,2013)

Nisbah nasabah memiliki hubungan yang lemah dan tidak signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi r = -0,101700 dan uji t = -0,479499. Kemampuan nisbah nasabah mempengaruhi naik turunnya pembiayaan mudharabah hanya sebesar 1 %.[71]

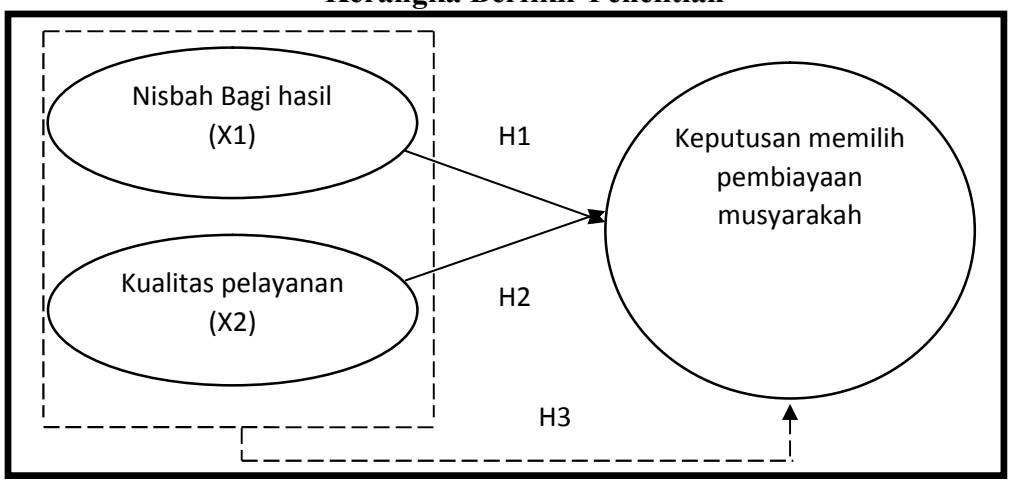
2.3. Kerangka Berfikir Penelitian

Kerangka berfikir penelitian merupakan model koseptual tentang bagaimana teori berhubungan denga faktor yang telah diidentifikasi. Berdasarkan landasan teori di atas, dibangun kerangka berpikir yang menjadi acuan penelitian ini yaitu "Ddiduga ada pengaruh yang signifikan antara bagihasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah".

Adapun kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat dalam gambar 2.2.

Gambar 2.2

Kerangka Berfikir Penelitian



Sumber: dikembangkan untuk penelitian 2014

[71] Rahmat Faisal ,*Pengaruh Nisbah(Bagi Hasil) Terhadap pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk Kantor Cabang Medan.*(Medan, Tugas akhir tidak diterbitkan 2013)

Keterangan:

———— :Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

– – – – – :Pengaruh variabel bebas terhadap vaeiabel terikat secara simultan

Y : Keputusan memilih pembiayaan misyarakah

X1 : Nisbah bagi hasil

X2 : Kualitas pelayanan

H1 : hipotesis pertama

H2 : hipotesis kedua

H3 : hipotesis ketiga

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yaitu untuk menguji pengaruh bagi hasil dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung. Adapun desain penelitian yang digunakan adalah desain kuantitatif yaitu data-data dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yang kemudian diolah dengan menggunakan program komputerisasi (SPSS) untuk mendapatkan hasil yang diinginkan mengenai karaeristik penaruh bagi hasil dan kualtas layanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan musyarakah.

B. Populasi, sampel dan Teknik Sampling

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai karateristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.[72] Dalam penelitian ini, yang merupakan populasi adalah jumlah nasabah bagi hasil pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung. Sedangkan yang diambil adalah nasabah pembiayaan musyarakah dengan jumlah populasi sebesar 230 nasabah pada BTM Mentari Tulungagung.

[72] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis.* (Jakarta: Edisi Baru, PT Raja Grafindo Persada,2005), hal.77

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mempunyai karateristik tertentu.[73] Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah bagi hasil BTM Mentari yang melakukan transaksi mulai tanggal 4 sampai dengan 9 Agustus 2014.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposivesampling.* Sedangkan *Purposivesampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan tujuan tertentu.[74] Biasanya dilakukan dengan beberapa pertimbangan, misalnya : alasan keterbatasan waktu, tenaga dan lainnya. Pelaksanaan *Purposivesampling* dalam penelitian ini adalah nasabah BTM Mentari Ngunut Tulungagung yang melakukan transaksi musyarakah mulai tanggal 4 sampai dengan 9 Agustus 2014.

C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber data
   - Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menggunakan penelitian lapangan dan tanya jawab langsung kepada para pejabat yang berwenang, dalam hal ini pimpinan perusahaan, dan staf personil BTM Mentari Ngunut Tulungagung.
   - Data skunder, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan dari berbagai bahan-bahan literatur yang erat hubungannya dengan masalah yang dibahas dalam pembahasan ini.

---

[73] *Ibid.,* hal. 77
[74] Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis.* (Jakarta: PT Bumi Aksara,2006), hlm. 48

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang berbeda.[75] Variabel yang digunakan dalam penelitan ini adalah seaga berikut:

Tabel 3.1

Variabel yang digunakan dalam penelitan

Variabel	**Definisi**	**Indikator**	**Kisi-kisi pernyataan**	**Pengukuran**
Nisbah Bagi hasil (X1)	Nisbah Bagi Hasil merupakan proporsi pembagian hasil/laba.	Prosentase	Nisbah bagi hasil ditentukan dalam bentuk prosentase, sebesar (60:40) Nisbah bagi hasil (60:40) di BTM Mentari lebih menguntungkan daripada Nsbah bagi hasil di BTM yang lain	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
		Bagi untung-bagi rugi	Besarny pembagian nisbah bagi hasil diaplikasikan pada pendapatan yang diperoleh bukan dari pokok pinjaman Prosentase Nisbah bagi hasil tidak menjadi dasar penghitungan kerugian jika terjadi kerugian. Penghitungan pembagian bagi hasil menggunakan *revenue sharing*.	
		Menentukan besarnya nisbah bagi hasil	Nisbah bagihasil ditentukan atas dasar kesepakatan Penghitungan besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan modal yang dimiliki	
Kualitas layanan (X2)	Kualitas Layanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan	Prinsip islam	BTM Mentari telah menerapkan ketentuan dan layanan dan produk Islami (bebas dari riba)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala
		Jaminan	Karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai seputar produk yang ditawarkan	

[75] Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* (Jakarta: Edisi Pertama ,Salemba Empat,2006), hlm.115

	pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbang harapan pelanggan.	Keandalan	Karyawan tidak pernah salah dalam melakukan pencatatan	likert
		Bukti fisik	Fasilitas yang dimiliki BTM membuat nasabah nyaman dalam bertransaksi	
		empati	Menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat bertransaksi	
		Daya tanggap	Cepat dalam melayani kepentingan nasabah	
Keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah (Y)	Merupakan proses tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan penbelian suatu produk, terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian den evaluasi pasca pembelian.	Pengenalan masalah	Musyarakah merupakan produk pembuayaan yang bebas dari bunga (riba)	
		Pencarian informasi	Memilih pembiayaan musyarakah karena dorongan keluarga Memilih pembiayaan misyarakah karena faktor lingkungan	
		Evaluasi alternatif	Memilih pembiayaan musyarakah karena benarbenar menggunakan sistem bagi hasil sesuai syariat islam	
		Keputusan	Memilih pembiayaan musyarakah karena sangat menguntungkan	
		Prilaku purna pembelian	Keuntungan musyarakah ditentukan adil sesuai jumlah nisbah yang disepakati Krugian pembiayaan musyarakah akan ditanggung bersama antara nasabah dan BTM sesuai porsi modal dengan adil.	

Penelitian ini dilakukan dalam lingkup yang tidak terlalu luas sehingga kuesioner dapat kontak langsung antara peneliti dengan responden. Responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti dan setiap instrumen mempunyai skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan

sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya iterval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.[76]

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial kedalam 5 poin skala dengan interval yang sama.

a. Untuk jawaban a yaitu sangat setuju (SS) dengan skor 5
b. Untuk jawaban b yaitu setuju (S) dengan skor 4
c. Untuk jawaban c yaitu netral (N) dengan skor 3
d. Untuk jawaban d yaitu tidak stuju (TS) dengan skor 2
e. Untuk jawaban e yaitu sangat tidak stuju (STS) dengan skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan / empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[77] Dalam penelitian ni, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan

[76] Sugiono, *Metide Penelitian Kuantitatif, dan R & D.* (Bndung: Alfabeta, 2011), hlm.84
[77] Supardi, *Meodologi Penelitian Ekonomi dam Bisnis.* Cetakan Pertama, Yogyakarta: UII Press,2005,hlm.127

pendapat atau pilihannya.[78] Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur : 1) responden diberi kuesioner, 2)sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberika penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca, 3) setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

E. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan darin setiap peningkatan atau penurunan fariabel bebas yang akan mempengaruhi fariabel terikat.

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen.[79] Suatu insrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Sebuah instrumen dikataka valid apabila mampu mengukur apa yang dinginkan. Sebuah instrumen dukatakan valid apabila dapat diungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang fariabel yang dimaksud.

---

[78] *Ibid.,* hal. 133

[79] Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek.* Edisi Kedua, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2006, hlm.168

Alat untuk mengukur validitas adalah korelasi product moment dari pearson. Suatu indikator dikatakan valid, apabila n=100 dan α= 0,05, maka r tabel = 0,195 dengan ketentuan :[80]

Hasil r hitung > r tabel (0,195) = valid

Hasil r hitung < r tabel (0,195) = tidak valid

2. Reliabilitas

Realibilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.[81] Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya, apabila ditanya benar-benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapakalipun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya).

Di sini yang dapat dipercaya adalah datanya, bukan semata-mata instrumennya. Instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut harus baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya.

Alat untuk mengukur reliabelitas adalah *Alpha Cronbach.* Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil $Alpha\ Cronbach$ > 0,60.

[80] *Ibid.,* hal. 184
[81] *Ibid.,* hal. 178

3. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.[82] Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui denga menggunakan grafik normal plot.[83] Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

1. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi nirmalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Ujin Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut hetero kedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.[84]

---

[82] Imam Ghozali , *Analisis Mltifariate SPSS.* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2005),.hlm.110

[83] *Ibid.,* hal. 112

[84] *Ibid.,* hal. 105

Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.[85]

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-ttik (point-point) yang ada membentuksuatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebarkemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jiks vsrisbel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variael ini tidak original. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada ata tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:[86]

1. Mempunyai angka tolerance diatas (>) 0,1
2. Mempunyai nilai VIP di bawah (<) 10

[85] *Ibid.,* hal. 105
[86] *Ibid.,* hal. 92

4. Analisis regresi linear berganda

Guna menjawab permasalahan pada penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda *(Multiple Regression)*. Analisis regresi pada dasarnya adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel.[87]

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen diatas mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu Bagi hasil (X1), dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan memilih pembiayaan musyarakah (Y).

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \mathrm{a} + \mathrm{b}_1\mathrm{X}_1 + \mathrm{b}_2\mathrm{X}_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan memilih pembiayaan musyarakah

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara Bagi hasil dengan keputusan memilih pembiayaan musyarakah

b_2 = Koefisien regresi antara Kualitas layanan dengan keputusan memilih pembiayaan musyarakah

[87] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik ...,* hal.55

X_1 = Variabel Bagi hasil

X_2 = Variabel Kualitas layanan

e = *Standard Error*

5. Pengujian hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah berpengaruh terhadap variabel terikat,maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji–t dan uji-F.

1. Uji – t

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan *a*= 0,05 dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis, maka cara yang dilakukan adalah:

a. Merumuskan hipotesis

1) Ho1 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Nisbah Bagi hasil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

Ha1 : Ada pengaruh yang signifikan antara Nisbah Bagi hasil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

2) Ho2 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

Ha2 : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

b. Mencari t_{hitung}

Rumus:

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

Keterangan:

R : Koefisien Korelasi

R^2 : Koefisien Determinasi

n : Banyaknya sampel

Dengan asumsi (t_{hitung}) :

Ho : diterima bila sig. > α= 0,05

Ho : ditolak bila sig. ≤ α= 0,05

2. Uji – F

Untuk menguji apakah masing – masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap vaeiabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0{,}05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah:

a. Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Nisbah bagi hasil dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

Ha : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Nisbah bagi hasil dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah secara simultan

b. Mencari F_{hitung}

Rumus:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

K = Banyaknya variabel bebas

N = Banyaknya sampel

Dengan asumsi (F_{hitung}) :

Ho : diterima bila sig. > α= 0,05

Ho : ditolak bila sig. $\leq \alpha$= 0,05

3. Koefisien determinasi (R_{square})

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (bagihasil dan kualitas layanan) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (keputusan nasabah). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection)* relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk

data runtun waktu(*time series)* biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.[88]

Banyak peneliti mengajukan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 *(Adjusted R Square)* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2, nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedaam model.

Dalam kenyataan nilai *Adjusted* R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted* R^2 negatif, maka nilai *Adjusted* dianggap bernilai 0. Secara matematis jika nilai R^2=1, maka *Adjusted* R^2=R^2=1. Sedangkan jika nilai R^2= 0, maka *Adjusted* R^2=(1-k)/(n-k). Jika k > 1, maka *Adjusted* R^2 akan bernilai negatif.

Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science).*

[88] Imam Ghozali , *Analisis Mltifariate.,* hal. 83

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Obyek penelitian

1. Gambaran umum BTM Mentari Tulungagung

Keberadaan Kopsyah BTM MENTARI di Tulungagung berawal dari pemikiran Pimpinan Cabang Muhammadiyah Ngunut yang waktu itu dibawah kepemimpinan Bapak Azhar Hamzah bahwa Gerakan Da'wah tidak terlepas dari dana, untuk itu dianggap perlu untuk membentuk sebuah Badan Usaha dan atau Amal Usaha sebagai sumber pembiayaan untuk kegiatan perserikatan. Pimpinan Cabang Muhammadiyah berinisiatif mengundang warga dan simpatisan untuk merumuskan sekaligus merealisasikan sebuah badan usaha atau amal usaha yang dimaksud, dengan saran Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan Pusat untuk membentuk sebuah lembaga keuangan yang bernama *Baitut Tamwil Muhammadiyah* yang disingkat BTM. Majelis Ekonomi PP melalui Yayasan Baitut Maal pusat mengarahkan dana dan menyarankan jika PCM Ngunut ingin merealisasi pendirian BTM segeralah melaksanakan audiensi dan study di Pekalongan Jawa Tengah. Pimpinan Cabang Muhammadiyah Ngunut mengutus beberapa kader untuk mendalami system pengelolaan BTM di Pekalongan selama 2 Minggu teori dan 3 bulan pembinaan.[89]

Lalu berdirilah BTM MENTARI Ngunut pada tanggal 25 bulan Maret tahun 1998, dan pada tanggal 24 bulan Mei tahun 1998 turunlah keputusan Yayasan Bitut Maal pimpinan pusat Muhammadiyah

[89] BTM Mentari, *Laporan RAT 2013,* (Tulungagung: BTM Mentari,3013), hal.2

No/20/SK/YBMM/BTM/III/1998. Dan baru pada tanggal 27 bulan November tahun 2001 BTM MENTARI Tulungagung memiliki legalitas hokum koperasi syari'ahyang dikeluarkan oleh kantor koperasi dan UKM Kabupaten Tulungagung yang sebelumnya mengecu pada UU PHBK.

1. Lokasi Kopsyah BTM MENTARI

BTM (*Baitut Tamwil Muhammadiyah*) MENTARI terletak di jalan Demuk nomor 102 Ngunut Tulungagung. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan :

1) Dekat dengan komsumen pasar

   Lokasi BTM MENTARI dekat dengan pasar sehingga banyak para pedagang kecil yang mengajukan kredit sebagai modal untuk berdagang. Hal tersebut memberikan keuntu ngan pada BTM MENTARI.

2) Dekat dengan perumahan penduduk

   Lokasinya yang dekat dengan rumah penduduk memungkinkan masyarakat untuk menggunakan jasa BTM MENTARI.

3) Mudah dijangkau

   Letak BTM MENTARI mudah dilalui alat transportasi, sehingga memudahkan nasabah untuk menjangkau lokasi BTM MENTARI.

4) Keamanan lingkungan

   LokasiBTM MENTARI dekat dengan perumahan penduduk sehingga keamanan lingkungan di BTM MENTARI terjamin.

5) Masyarakat setempat

   Masyarakat disekitar lokasi BTM MENTARI banyak yang memberi dukungan berdirinya organisasitersebut.

2. Visi dan Misi BTM MENTARI

1) Visi

a. Menjadi motor penggerak perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat kecil.

b. Penghubung antara pemilik dana (*shohibul maal*) dengan anggota serta masyarakat menengah.

c. Sebagai Lembaga Pembiayaan yang secara berkesinambungan.

d. Meningkatkan nilai tambah bagi usaha anggotanya maupun calon anggotanya.

2) Misi

a. Memperluas dan memperbesar pangsa pasar usaha anggota dan calon anggota serta masyarakat kecil menengah.

b. Memobilisasi dana sehingga bisa dijangkau oleh masyarakat lapisan bawah dan menengah guna mengembangkan kesempatan kerja.

c. Menata usahakan dana sehingga dapat tumbuh dan berkembang guna memenuhi kebutuhan modal kerja anggota maupun calon anggota.

d. Mempertinggi kualitas SDM anggota untuk menjadi professional dan Islami.

e. Meningkatkan kesejahteraan anggota maupun calon anggota, serta menjalin hubungan ukhuwah islamiyah sesama umat Islam.

3. Maksud dan Tujuan BTM MENTARI

Kopsyah BTM MENTARI didirikan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan mayarakat pada umumnya serta ikut

membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan syariat Islam.

4. Struktur Organisasi BTM MENTARI

Dewan Pengawas	
Ketua	: H. Mardjuni
Anggota	: Suhandi
Badan Pengurus	
Ketua I	: H. Azhar Hamzah
Ketua II	: Qomtori Zain
Sekertaris I	: Nur Rohim Anwar
Sekertaris II	: Suryani
Bendahara I	: H Sutrimo
Manajemen Pengelola	
Manajer	: Muhammad Faisal
Bagian Simpanan	: Hidayah Makhyani, SE
Bagian Acounting	: Hidayah Makhyani, SE
Bagian Pembiayaan / AO	: Rahadian Endra Kusuma
Bagian Pembiayaan / AO	: Didik Saiful Anwar
Bagian Umum dan Administrasi	: Ade Sofyan Anwar
Kasir	: Nuning Rahmawati
Clearning Service/Office boy	: Adenan[90]

[90] BTM Mentari, *Laporan RAT 2013...*,hal.3

5. Bidang Usaha BTM MENTARI

a. Bidang Usaha

Berdasarkan jenis usaha yang dilaksanakan, BTM ini bergerak dibidang jasa keuangan syari'ah sehngga produk-produk yang dihasilkan berupa pelayanan jasa keuangan syari'ah.

Adapun bidang usaha Kopsyah BTM MENTARI Ngunut Tulungagung antara lain sebagai berikut :

1) Menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka.
2) Menyalurkan dana kepada mayarakat dalam bentuk pembiayaan.

b. Jasa Keuangan

Jasa keuangan yang diberikan oleh Kopsyah BTM MENTARI Ngunut Tulungagung, diantaranya sebagai berikut :

1) Si Wada (*Al-Wadiah*)

Si Wada pada BTM Mentari ini biasanya disebut sebagai tabungan suka rela dari nasabah. Si Wada ini dapat diambil setiap saat oleh nasabah. Ketentuan-ketentuan Si Wada yaitu :

a) Simpana Si Wada ini berlaku untuk umum.
b) Seagai bukti simpanan BTM Mentari akan memberikan buku simpanan dan mengusahakannya dalam pembukuan penyimpanan atas nama penyimpan.
c) Setiap penyimpan dan penarik simpanan diwajibkan menunjukkan buku simpanan.

d) Penyetoran dan penarikan simpanan dengan menggunaka slip penyetoran dan slip penarikan.
e) Simpanan Si Wada menggunakan system bagi hasil.
f) Nisbah bagi hasil yang diterapkan pada BTM Mentari yaitu 25:75 atau setara dengan 0,4%.
g) Simpanan Si Wada dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
h) Bagi pemilik Simpanan Si Wada yang dijadikan jaminan, tabungan tidak boleh diambil selama pembiayaan yang diberikan belum dilunasi.

2) Si Muka (Deposito Berjangka)

Si Muka adalah tabungan berjangka, dimana cara pengambilannya sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan seblumnya, atau biasa disebut juga dengan deposito. Adapun ketentuan-ketentuannya adalah :

a) Memiliki buku simpanan, jika terjadi kehilangan segera melapor ke BTM Mentari.
b) Pengambilan keuntungan/nominal simpanan pada saat jatuh tempo dan penyimpanan wajib menunjukkan bilyet simpanan.
c) Bagi hasil diberikan setiap bulan berdasarkan nilai nominal simpanan.
d) Simpanan yang telah jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis sesuai dengan nisbah bagi hasil yang berlaku pada saat perpanjangan.
e) Bilyet simpanan dikeluarkan atas nama orang yang menabung dan dapat ditarik hanya oleh nama yang tercantum dalam bilyet simpanan tersebut.

f) Simpanan dapat ditambah atau ditarik hanya pada saat jangka waktu berakhir (jatuh tempo). Jika penarikan dilakukan sebelum jatuh tempo, maka bagihasil yang diberikan hanya sebatas hari nyimpanan deposito saja.

g) Simpanan Si Muka dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

h) Jika pemilik bilyet meninggal dunia maka simpanan diberikan kepada ahli waris.

i) Nisbah bagi hasil Simpanan yang ditetapkan BTM Mentari :

1 bulan 30:70 setara 0,4% perbulan

3 bulan 30:70 setara 0,6% perbulan

6 bulan 30:70 setara 0,8% perbulan

12 bulan 30:70 setara 0,4% perbulan

3) Pembiayaan

Pembiayaan di BTM MENTARI adalah pencairan dana BTM MENTARI yang digunakan untuk penggunaan produk-produk dalam BTM MENTARI (Mudharobah dan Musyarakah).

a) Mudharabah yaitu kontrak antar dua pihak diman salah satu pihak menjadi investor yang mempercayakan uangnya pada pihak pengelola untuk tujuan mnjalankan usaha. Pada BTM MENTARI, produk ini menggunakan system bagi hasil dengan persentasi 2,4%-2,5% dengan jangka waktu sesuai dengan kesepakatan.

b) Musyarakah yaitu suatu bentuk akad kerja sama perniagaan antara beberapa pemilik modal untuk menyertakan modalnya dalam suatu

usaha, dimana masing-masing pihak mempunyai hak utuk ikut serta dalam pelaksanaan manajemen usaha tersebut. Disini BTM MENTARI menerapkan jasa plus pokok dengan bunga menurun, dimana bagi hasil yang ditetapkan adalah 1,35%- dalam jangka waktu sesuai dengan kesepakatan.

2. Gambaran umum Responden

Dalam penelitian ini, pihak yang menjadi responden adalah nasabah BTM Mentari Tulungagung. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan tujuan tertentu.[91] Penggambaran mengenai responden yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan dapat dilihat melalui tabel-tabel yang disajikan berikut ini:

a. Jenis kelamin responden

Jumlah Responden dalam penelitian ini adalah 31 nasabah. Berikut ini merupakan data responden yang telah menjawab kuisioner berdasarkan atas jenis kelamin.

Tabel 4.1
Jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	13	41,9
Perempuan	18	58,1
Jumlah	31	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

[91] Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis...,* hal.48

Berdasarkan data di atas, dapat diperhatikan bahwa responden jenis kelamin pria sebanyak 13 orang atau 41,9%. Sedangkan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 12 orang atau 58,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada jumlah responden laki-laki.

b. Umur Responden

Umur responden dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan usia berikut ini:

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Kategori Umur	Jumlah	Presentase(%)
1	≤20 tahun	-	-
2	21-30 tahun	4	12,9
3	31-40 tahun	9	29,1
4	41-50 tahun	8	25,8
5	>50 tahun	10	32,2
Jumlah		31	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak menurut usia yaitu 50 tahun keatas sebanyak 10 orang atau 32,2% sedangkan responden terkecil beradapada usia kurang dari 20 tahun. Dapat diartikan bahwa nasabah yang memakai jasa BTM Mentari sebagian besar berusia 50 tahun keatas.

c. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan dapat menunjukkan status sosial dan pengetahuan seseorang. Pada tabel 4.3 akan ditampilkan komposisi tingkat pendidikan responden .

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	SD	10	32.2
2.	SLTP	5	16,2
3.	SLTA	14	45,2
4.	D3	1	3,2
5.	Sarjana	1	3,2
Jumlah		31	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden berpendidikan SLTA sebesar 14 orang atau 45,2 % sedangkan responden terkecil memiliki tingkat pendidikan D3 dan Sarjana masing-masing sebesar 1 orang atau 3,2 %. Hal ini berarti presentase pemakaian jasa BTM Mentari Tulungagung kebanyakan adalah responden dengan tingkat pendidikan SLTA.

d. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan menentukan kegiatan seseorang srhari hari sehingga akan mempengaruhi dalam pengambilan atau keputusan. Jenis pekerjaan responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	PNS	3	9,6
2.	Swasta	5	16,2
3.	Wiraswasta	6	19,4
4.	Ibu Rumahtangga	11	35,4
5.	Lainnya	6	19,4
Jumlah		31	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden bekerja sebagai Ibu Rumahtangga dengan jumlah sebanyak

11 orang atau 35,4% sedangkan responden terkecil bekerja sebagai PNS sebanyak 3 orang atau 9,6 %. Hasil ini dapat diartikan bahwa yang memakai jasa BTM Mentari Ngunut Tulungagung lebih banyak berprofesi sebagai Ibu Rumahtangga.

3. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Untuk mengambarkan tanggapan dan menguraikan secara rinci jawaban responden data dikelompokkan dalam satu kategori skor dengan menggunakan rentaang sekala. penghitungan skor tiap item pertanyaan adalah sebagai berikut[92]:

$$\text{RS} = \frac{n(m-1)}{m}$$

keterangan : RS = rentang sekala

n = jumlah sampel

m = jumlah jawaban tiap item

sehingga :

$$\text{RS} = \frac{31(5-1)}{5} = 24{,}8 \text{ dibulatkan menjadi } 25$$

Skor terendah = 1x 31 = 31

Skor tertinggi = 5x 31 = 155

Jadi kategori yang didapatkan yaitu:

a. 31 – 56 = sangat tidak baik

b. 57 – 81 = tidak baik

[92] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis,* (Bandung: Alfabeta,2001), hal.89

c. 82 – 106 = cukup

d. 107 – 131 = baik

e. 132 – 156= sangat baik

a. Deskripsi variabel Nisbah Bagi Hasil

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masih pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur Nisbah Bagi Hasil.

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Variabel Nisbah Bagi Hasil

No	Pernyataan	Jawaban					Total Nilai	Rata-rata Skor
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Nisbah bagi hasil ditentukan dalam bentuk prosentase, sebesar (60:40)	4 (20)	24 (96)	2 (6)	1 (2)	-	124	4
2	Nisbah bagi hasil (60:40) di BTM Mentari lebih menguntungkan daripada Nsbah bagi hasil di lembaga keuangan yang lain.	3 (15)	19 (76)	7 (21)	2 (4)	-	116	3,74
3	Besarny pembagian nisbah bagi hasil diaplikasikan pada pendapatan yang diperoleh bukan dari pokok pinjaman	1 (5)	20 (80)	10 (30)	-	-	115	3,71
4	Prosentase Nisbah bagi hasil tidak menjadi dasar penghitungan kerugian jika terjadi kerugian.	1 (5)	17 (68)	11 (33)	2 (4)	-	110	3,54
5	Nisbah bagihasil ditentukan atas dasar	6 (30)	23 (92)	2 (6)	-	-	128	4,12

	kesepakatan							
6	Penghitungan pembagian bagi hasil menggunakan *revenue sharing.*	1 (5)	16 (64)	14 (42)	-	-	111	3,58
7	Penghitungan besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan modal yang dimiliki	5 (25)	24 (96)	2 (6)	-	-	127	4,09
Jumlah nilai skor							803	26,78
Rata-rata total skor							114,71	3,82

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden tentang nisbah bagi hasil dari BTM Mentari Tulungagung didapat rata-rata total sekor sebesar 114,71. Hal ini termasuk dalam rentang 107 – 131 yang berkategori baik. sehingga dapat disimpulkan bahwa nisbah bagi hasil yang diberikan BTM Mentari Ngunut Tulungagung adalah Baik.

b. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Dalam mendeskripsikan variabel kualitas pelayanan maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Adapun hasil Jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan Yang diberikan BTM Mentari Ngunut Tulungagung.

No	Pernyataan	Jawaban					Total Nilai	Rata-rata Skor
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
1	BTM Mentari telah	4	22	5	-	-	123	3,96

	menerapkan ketentuan dan layanan dan produk Islami (bebas dari riba)	(20)	(88)	(15)				
2	Karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai seputar produk yang ditawarkan	3 (15)	19 (76)	9 (27)	-	-	118	3,80
3	Karyawan tidak pernah salah dalam melakukan pencatatan	5 (25)	22 (88)	4 (12)	-	-	125	4,03
4	Fasilitas yang dimiliki BTM membuat nasabah nyaman dalam bertransaksi	7 (35)	22 (88)	2 (6)	-	-	129	4,16
5	Menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat bertransaksi	4 (20)	24 (96)	3 (9)	-	-	125	4,03
6	Cepat dalam melayani kepentingan nasabah	5 (25)	24 (96)	2 (6)	-	-	127	4,09
7	Siap membsntu nasabah bila mengalami kesulitan	5 (25)	25 (100)	1 (3)	-	-	128	4,12
Jumlah nilai skor							875	28,19
Rata-rata total skor							125	4,02

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden tentang kualitas pelayanan dari BTM Mentari Tulungagung didapat rata-rata total sekor sebesar 125. Hal ini termasuk dalam rentang 107 – 131 yang berkategori baik. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayana yang diberikan BTM Mentari Ngunut tulungagung adalah Baik.

c. Deskripsi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah

Deskripsi terhadap variabel Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah dapat dilihat pada hasil tanggapan responden

terhadap masing-masing pernyataan atau indikatir yang digunakan untuk mengukut keputusan nasabah.

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BTM Mentari

No	Pernyataan	Jawaban					Total Nilai	Rata-rata Skor
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Musyarakah merupakan produk pembuayaan yang bebas dari bunga (riba)	2 (10)	22 (88)	7 (21)	-	-	120	3,87
2	Memilih pembiayaan musyarakah karena dorongan keluarga	8 (40)	17 (58)	5 (15)	1 (2)	-	115	3,71
3	Memilih pembiayaan misyarakah karena faktor lingkungan	3 (15)	10 (40)	10 (30)	8 (16)	-	101	3,25
4	Memilih pembiayaan musyarakah karena benarbenar menggunakan sistem bagi hasil sesuai syariat islam	3 (15)	18 (62)	10 (30)	-	-	107	3,45
5	Memilih pembiayaan musyarakah karena sangat menguntungkan	1 (5)	17 (58)	13 (39)	-	-	102	3,29
6	Keuntungan musyarakah ditentukan adil sesuai jumlah nisbah yang disepakati	1 (5)	27 (108)	2 (6)	1 (2)	-	121	3,91
7	Krugian pembiayaan musyarakah akan ditanggung bersama antara nasabah dan BTM sesuai porsi modal dengan adil	1 (5)	21 (84)	9 (27)	-	-	116	3,74
Jumlah nilai skor							822	25,16
Rata-rata total skor							117,42	3,59

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden tentang keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah di BTM Mentari Tulungagung didapat rata-rata total sekor sebesar 117,42. Hal ini termasuk dalam rentang 107 – 131 yang berkategori baik. sehingga dapat disimpulkan bahwa respon nasabah terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah di BTM Mentari Ngunut Tulungagung adalah baik.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dugunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Dasar prngambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikasi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk sampel sebanyak 31, nilai r tabel = 0,344. Uji ini dilakukan manakala butir pertanyaan lebih dari 1.

Pengambilan keputusan uji validitas

Hasil r hitung > r tabel (0,344) = valid

Hasil r hitung < r tabel (0,344) = tidak valid

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini: (lampiran 3)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel		r-hitung	r-tabel	Keterangan
Nisbah bagi hasil X1	Indikator X1.1	0,728	0,344	Valid
	Indikator X1.2	0,546	0,344	Valid

	Indikator X1.3	0,528	0,344	Valid
	Indikator X1.4	0,650	0,344	Valid
	Indikator X1.5	0,545	0,344	Valid
	Indikator X1.6	0,500	0,344	Valid
	Indikator X1.7	0,447	0,344	Valid
Kualitas Pelayanan X2	Indikator X2.1	0,356	0,344	Valid
	Indikator X2.2	0,667	0,344	Valid
	Indikator X2.3	0,400	0,344	Valid
	Indikator X2.4	0,707	0,344	Valid
	Indikator X2.5	0,699	0,344	Valid
	Indikator X2.6	0,731	0,344	Valid
	Indikator X2.7	0,724	0,344	Valid
Keputusan nasabah Y	Indikator Y.1	0,387	0,344	Valid
	Indikator Y.2	0,470	0,344	Valid
	Indikator Y.3	0,634	0,344	Valid
	Indikator Y.4	0,646	0,344	Valid
	Indikator Y.5	0,684	0,344	Valid
	Indikator Y.6	0,592	0,344	Valid
	Indikator Y.7	0,407	0,344	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan/indikator variabel nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan dan keputusan nasabah dinyatakan valid karena dari hasil korelasi antara hasil jawaban responden pada tiap item pernyataan/indikator dengan sekor total didapat hasil yang signifikan, yaitu Hasil r hitung > r tabel (0,344).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen/indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel.

Triton menyatakan : jika sekala dilelompokkan kedalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:[93]

1. Nilai Alpha Cronbach 0,00s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d.0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai Alpha Cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

Hasil uji reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut (Lampiran 4):

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach`s Alpha*	Keterangan
Nisbah bagi hasil	0,640	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,714	Reliabel
Keputusan nasabah	0,587	Cukup Reliabel

Hasil uji reliabelitas memperlihatkan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel nisbah bagihasil, kualitas pelayanan dan keputusan nasabah dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

3. Uji Asumsi Klasik

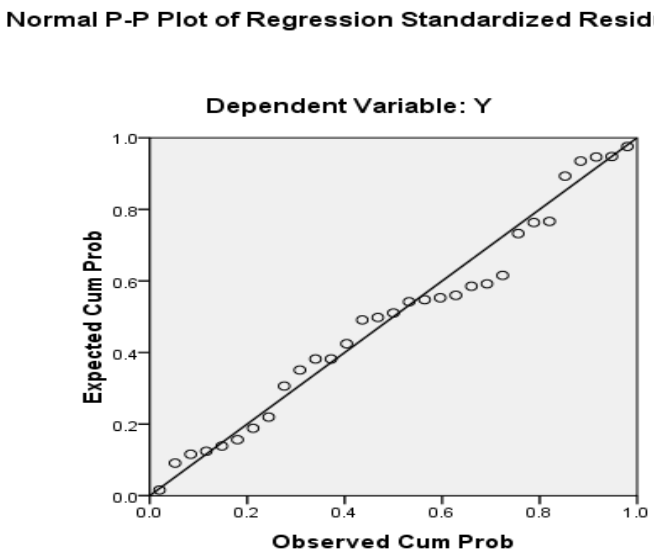
Uji asumsi klasik dilakukan terhadap data yang digunakan untuk analisis regresi berganda.

[93] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik ...,* hal.97

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kurva *normal probbilty plot,* dengan ketentuan jika titik-titik pada grafik menyebar dan berhimpit mengikuti sekitar garis diagonal maka data yang digunakan berdistribusi secara normal. Berikut hasil uji normalitas yang didapat (Lampiran 5):

Gambar 4.1
Grafik *Normal Probabilty Plot*

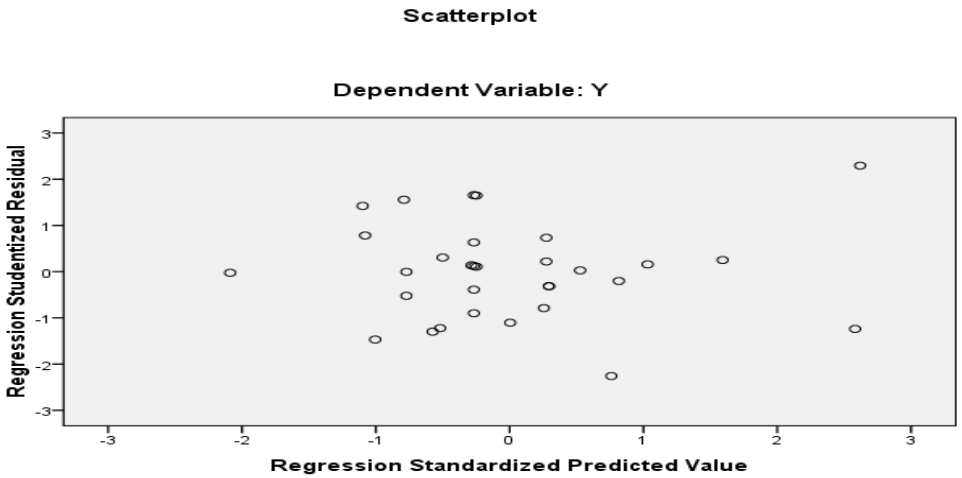


Hasil kurva *normal probabilty plot* memperlihatkan titik-titik pada grafik terlihat menempel dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga berdasarkan kurva *normal probabilty plot,* data yan digunakan berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka *homokedastisitas* dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heterokedastisitas adalah dengan media grafik scatteplot, apabila grafik membentuk pola khusus maka modelterdapat heterokedastisitas. Tetapi, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut (lampiran 5

Gambar 4.3
Uji Heterokedastisitas



Grafik *scatter plots* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan Y, sehingga grafik terebut tidak bisa

dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolienaritas digunakan untuk menunjukkan apakah ada korelasi diantara variabel independen. Didalam penelitian yang menggunakan teknik analisis regresi *berganda* antar fariabel independen tidal boleh saling berkorelasi atau terjadi multikorelasi. Deteksi tidak terjadinya multi korelasi dapat dilihat pada *cillinearity statistic,* dengan ketentuan apabila nilai *tolerance value* masing-masing fariabel independen berada di atas 0,1 dan *variance inflation value* atau nilai VIF masing-masing variabel independen berada di bawah 10 maka tidak terjadi multikolienaritas. Hasil uji multikolienaritas dapat dilihat hasilnya sebagai berikut (lampira 5):

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.836	1.197
	X2	.836	1.197

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian multikolienaritas menunjukkan bahwa antar variabel independen nisbah bagihasil dan kualitas pelayanan semuanya tidak terjadi *multikolienaritas*, karena nilai tolerance masing-

masing variabel independen berada di atas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel independen berada dibawah 10.

4. Analisis Regresi linear Berganda

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mrngrtahui besarnya pengaruh antara nisbah bagi hasl dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Dengan pengolahan SPSS versi 16.0 maka didapat hasil regresi sebagai berikut (Lampiran 6) :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regrasi linear berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.719	5.263		.896	.378
	X1	.404	.173	.382	2.335	.027
	X2	.376	.176	.348	2.132	.042

a. Dependent Variable: Y

Dalam penelitian ini, persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$Y = 4{,}719 + 0{,}404X_1 + 0{,}376X_2$

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa:

a. koefisien regresi X1 sebesar 0,404 bernilai positif mempunyai arti bahwa setiap penambahan nilai regresi nisbah bagi hasil sebesar

0,404 maka akan bertambah pada keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

b. koefisien Regresi X2 sebesar 0,376 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai regresi kualitas pelayanan sebesar 0,376 maka akan bertambah pada keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

5. Pengujian Hipotesis.

Untuk pengujian hipotesis, yang kemudian diuji dengan uji-t dan uji-F, hipotesis bisa dikemukakan sebagai berikut:

1. H_0 : Nisbah Bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

   H_1 : Nisbah Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

2. H_0 :Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

   H_1 :Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.

3. H_0 :Nisbah Bagi hasil dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

H_1 :Nisbah Bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah

1. Uji-t

Uji-t in digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh ayang signifikan antara nisbah bagi hasil terhadap keputusan nasabah secara parsial.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka di dapat hasil uji-t, yang hasilnya dirangkum pada tabel berikut ini (Lampiran.6):

Tabel 4.12
Hasil Uji-t

Variabel	Hasil Uji-t	t tabel	Sig.
Nisbah Bagi Hasil	2,335	1,70	0,027
Kualitas Pelayanan	2,132	1,70	0,042

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan hasil uji-t dari nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan diperoleh nilai sig. Lebih kecil (<) daro 0,05 dan t hitung > t tabel, sementara nilai t tabel sebesar 1,70 (dari penghitungan n – 1= 31-1= 30,dengan *a*=0,05) Ini berarti bahwa:

a. t-hitung nisbah bagihasil (2,335) > t-tabel (1,70). Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung.

b. t-hitung kualitas pelayanan (2,132) > t-tabel (1,70). Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung.

Shingga hipotesis yang menyatakan bahwa nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah secara parsial diterima.

2. Uji-F

Uji F digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah secara simultan.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka didapat hasil uji – F, yang hasilnya dapat dilihat sebagai berikut (Lampiran 6):

Tabel 4.13
Nilai uji – F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.797	2	33.398	8.395	.001[a]
	Residual	111.397	28	3.978		
	Total	178.194	30			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.13, menunjukkan hasil penghitungan uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 8,395 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 (<0,05). Sementara nilai F-tabel sebesar 3,32(dari penghitungan

dk1=2 =0,05 dan dk=31-2 -1= 28 diperoleh F tabel). Ini berarti bahwa F-hitung (8,395) > F-tabel (3,33). Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *adjusted r square* dan dinyatakan dalam presentase. Hasil koefisien determinasi antara nisbah bagihasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari Tulungagung dapat dilihat pada tabel sebagai berikut (lampiran 6):

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612[a]	.375	.330	1.99461

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien korelasi (R) (0,612) dengan nilai koefisien determinasi (R *Square*) sebesar 0,375 (37,5%). Koefisien determinasi ini menunjukkan

bahwa 37,5% keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan. sedangkan sisanya (100% - 37,5% = 62,5%) Keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari dipengaruhi oleh hal-hal atau variabel lain.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis data diatas :

- hasil uji-t diketahui bahwa nilai t hitung > t tabel dan tingkat signifikan < 0,05 untuk semua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah.
- Hasil uji F juga diketahui bahwa F hitung > F tabel dan tingkat signifikan < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari Tulungagung.
- hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,404 dan 0,376 sehingga dapat dikatakan bahwa setiap penambahan nilai regresi nisbah bagihasil dan kualitas pelayanan

maka keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari Juga akan bertambah.

- Dari tabel koefisien determinasi tersebut diatas dapat diterangkan bahwa angka *R Square* sebesar 0,375 mennjukkan bahwa 37,5% variabel keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah dapat dijelaskan oleh variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 37,5% dijelaskan oleh variabel lain.

BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat dirumuskan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

- Bahwasannya variabel Nisbah Bagi Hasil berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah memilih Pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Dimana nilai t-hitung>t-tabel dengan nilai t- hitung variabel nisbah bagi hasil 2,335 > t-tabel 1,70.
- Bahwasannya varuabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah memilih Pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Dimana nilai t-hitung>t-tabel dengan nilai t- hitung kualitas pelayanan 2,132 > t-tabel 1,70.
- Bahwasannya variabel nisbah Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel. Dimana nilai F-hitung sebesar 8,395 > F-tabel sebesar 3,33 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001.

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sektor Akademik

   Untuk bisa dijadikan salah satu refrensi dan sumber informasi tentang nisbah bagihasil dan kualitas pelayanan serta keputusan nasabah.

2. Sektor Industri Keuangan Mikro Syari`ah

   BTM Mentari sebagai Lembaga Keuangan Syariah.

   - Agar penerapan produk-produk keuangan yang berbasis Bagi Hasil lebih ditingkatkan.
   - Aspek pelayanan berdampak positif terhadap pengambangan lembaga keuangan BTM Mentari.

3. Bagi PenalitiYang Akan Datang

   Untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan salah satu refrensi dan sumber informasi dan disarankan untuk menambah fariabel independen lainnya selain nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan yang ternyata dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan nasabah agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan nasabah.