

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teoritis**

##### **1. Faktor yang menyebabkan nasabah memutuskan memilih tabungan mudharabah**

Tabungan mudharabah merupakan produk simpanan yang banyak menarik minat nasabah dengan jumlah nasabah yang cukup banyak dibanding dengan produk simpanan yang lainnya. Hal ini didukung dengan perkembangan jumlah nasabah penyimpanan dari tahun ke tahun. Dengan alasan tersebut peneliti melakukan penelitian terkait dengan faktor yang menyebabkan nasabah memutuskan memilih tabungan mudharabah. Dengan demikian, penelitian ini secara khusus menguji empat variabel yaitu kepercayaan, bagi hasil, kualitas produk dan kesjahteraan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh empat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian produk tabungan mudharabah.

##### **1) Kepercayaan**

Bank merupakan suatu lembaga yang eksistensinya tergantung pada kepercayaan dari para nasabah, yang mempercayakan dana serta jasa-jasa lainnya.<sup>1</sup> Kepercayaan nasabah muncul dari kerjasama yang dibangun melalui sebuah organisasi usaha bersama dan disarkan pada nilai-nilai dan komitmen bersama. Dan dipertegas oleh Morgan dan Hunt bahwa terdapat dua aspek

---

<sup>1</sup>Djoni S. Gasali dan Rachmadi Usman, *Hukum Perbankan*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2010). hal 85

penggerak kerjasama yaitu kepercayaan dan komitmen. Sedangkan komitmen yang ada telah tertuang dalam visi dan misi yang telah disepakati oleh anggota dan implementasikan dalam operasionalisasi BMT.

Kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.<sup>2</sup>

a. Dimensi kepercayaan

a) Trusting Belief

*Trusting belief* adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi i. *Benevolence*. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang

---

<sup>2</sup> Rinda Astuti, Mariska Dewi. I, dan M Nasrullah, pengaruh kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas dengan kepemimpinan pengurus sebagai variable moderating, jurnal penelitian Studi Kasus, Vol. 10, No. 2, November 2013.

dipercaya (lembaga keuangan atau BMT) yang mana lembaga memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen.

b) Trusting Intention

suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain.<sup>3</sup>

## 2) Bagi Hasil

Bagi Hasil biasa dikenal juga dikenal juga dengan istilah profit sharing. Menurut kamus besar ekonomi profit sharing berarti pembagian laba. Namun secara istilah profit sharing merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan.<sup>4</sup>

Bagi hasil (syirkah) adalah suatu system yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara Bank dengan penyimpan dana, maupun antara Bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Lebih jauh prinsip *mudharabah*

---

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> Muhammadiyah Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta :UII Press, 2004). Hal 120

dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan *musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan atau penyertaan.<sup>5</sup>

Dalam operasionalnya BMT harus memberikan tingkat bagi hasil yang kompetitif hal ini dikarenakan untuk mempertahankan ketertarikan masyarakat terhadap bagi hasil. Bagi hasil merupakan faktor yang cukup dominan dalam menarik minat nasabahnya. Hal ini yang mengharuskan pihak BMT dapat memperkuat lagi keunggulan kompetitif yang menempatkan posisi yang menguntungkan dari lembaga lain. Keunggulan kompetitif juga berarti kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu persahaan dari persaingan diantara perusahaan lain.<sup>6</sup>

Menurut peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1992, Bank berdasarkan prinsip bagi hasil adalah Bank Umum dan BPR yang melakukan kegiatan usaha semata-mata berdasarkan prinsip bagi hasil. Oleh karena itu Bank atau BPR yang memperoleh ijin sebagai Bank Konvensional (Bank Umum), tidak diperkenankan melakukan kegiatan perbankan dengan konsep bagi hasil. Lebih lanjut, aturan yang berkaitan dengan Bank Umum berdasarkan prinsip syariah diatur dalam Surat Keputusan Direksi Bank

---

<sup>5</sup>Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta ; (UPP) AMPYKPN, 2005).

<sup>6</sup>Artikel Implementasi Strategi Pemasaran di BMT Pahlawan Tulungagung, Andik Khoirul Anam, 12 juli 2014. hal 2

Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999  
(Muhammad,2004:6)

Disamping itu, terbitnya PP No. 72 tentang bank bagi hasil yang secara tegas memberikan betasan bahwa bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berdasarkan prinsip bagi hasil (bunga), sebaliknya pula bank yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil.

Di dalam pasal 1 angka 13, pasal 13 huruf (c) Undang-undang No. 10 tahun 1998, pasal 1 angka 13 menjelaskan bahwa prinsip bagi hasil adalah :

Aturan perjanjian berdasarkan Hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Penetapan besarnya bagi hasil antara bank berdasarkan prinsip bagi hasil dengan nasabahnya didasarkan pada kesepakatan yang dituangkan dalam perjanjian tertulis antara kedua pihak (Pasal 3PP No. 72 tahun 1992).

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus

yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Biasanya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Taridhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.

Menurut Karim Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah.<sup>7</sup> Menurut Muhammad bagi hasil (*profit sharing*) yaitu di artikan distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Pada mekanisme lembaga keuangan syariah pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk produk penghimpunan dan penyertaan modal, baik penyertaan menyeluruh maupun sebagian atau bentuk bisnis korporasi (kerjasama). Keuntungan yang dibagi hasilkan harus di bagi secara

---

<sup>7</sup> Adiwarmar Karim. *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2006). hal 97

proporsional antara shahibul maal dengan mudharib sesuai dengan proporsi yang disepakati sebelumnya.<sup>8</sup>

Dengan demikian, semua pengeluaran rutin yang berkaitan dengan bisnis mudharabah yang bukan untuk kepentingan pribadi mudharib, dapat dimasukkan kedalam biaya operasional. Keuntungan bersih harus dibagi antara shahibul maal dan mudharib sesuai dengan porsi yang telah disepakati sebelumnya dan secara eksplisit disebut dalam awal perjanjian.

Tabel 2.1

## Perbedaan bunga dan bagi hasil

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad. Didepan debitur sudah dibebani biaya tetap.	Penentuan bagi hasil dihitung pada akhir periode. Pada waktu akad akan disepakati tingkat nisbahnya atau proporsi bagi hasil.
Besarnya bunga dihitung dari perkaliannya dengan modal yang dipinjam atau disimpan.	Besarnya bagi hasil dihitung dari perkalian nisbah dengan pendapatan atau laba pada setiap periode pembukuan.
Pembayaran bunga selalu tetap, tanpa terpengaruh dengan usaha	Pembayaran bagi hasil dapat naik dan turun (fluktuatif) tergantung dengan

---

<sup>8</sup> Muhammad, *Bank Syariah Analisis, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, (Yogyakarta :Ekonesia, 2005) hal 26

ynag dibiayai, baik usahanya untung atau rugi.	kondisiusaha yang dibiayai. Adakalanya untung dan rugi.
Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama samawi	Tidak ada satupun agama samawi yang meragukan system bagi hasil.

Sumber : Muhammad 2005

a. Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Kontrak bagi hasil (mudharabah) sangat dipengaruhi oleh beberapa factor baik langsung maupun tidak langsung. Muhammad membedakan factor itu menjadi dua langsung dan tidak langsung.

1. Faktor langsung

- a. Investmen rate, merupakan prosentase actual dana yang dapat diinvestasika dari total dana yang terhimpun. Jika 80% danayang terhimpun diinvestasikan, berarti 20% nya dicadangkan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas.
- b. Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber yang dapat diinvestasikan.
- c. Nisbah (profit sharing ratio) merupakan proporsi pembagian hasil usaha.

2. Faktor tidak langsung

a. Penentuan biaya dan pendapatan

Shohibul mal dan Mudharib akan melakukan share baik dalam pendapatan maupun biaya. Pendapatan yang dibagihasilakan setelah dikurangi biaya dapat juga pendapatan kotor. Jika semua biaya ditanggung BMT maka halini disebut revenue sharing.

b. Kebijakan akuntansi

Bagi hasil yang dibayarkan sesuai dengan kebijakan akuntansinya. Karena pengakuan pendapatan dan biaya sesuai dengan periode akuntansi.<sup>9</sup>

Menurut Tarsidin Besarnya rasio bagi hasil antara bank syariah dan nasabah pada dasarnya ditentukan dengan memperhatikan tingkat inflasi, juga level kompetitif dibandingkan yang ditawarkan bank lain, serta premi risiko. Besarnya simpanan masyarakat yang dapat dihimpun oleh bank syariah akan sangat ditentukan oleh tingkat bagi hasil yang diperoleh nasabah.<sup>10</sup>

Dalam perbankan syariah sudah dikenal dengan namanya sistem bagi hasil, yang biasanya persentasenya ditetapkan diawal. Namun jumlah nominalnya ditetapkan pada akhir periode ( per 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan ataupun per 12 bulan ).

---

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> Tarsidin *Bagi Hasil : Konsep dan Analisis*, Jakarta. (2010 FE UI). Hal

Jumlah bagi hasil yang diterima nasabah diperoleh dari jumlah simpanan ( tabungan , giro, maupundiposito mudharabah) dikalikan dengan persentase bagi hasil awal. Yang mana total bagi hasil yang diterima dapat diketahui pada akhir periode. Jadi secara logika, semakin besar nasabah melakukan simpanan maka akan semakin besar pula jumlah nominal bagi hasil yang diterima oleh nasabh tersebut.

Dalam penentuan nisbah bagi hasil terdapat 3 metode, diantaranya.<sup>11</sup>

1. Penentuan nisbah bagi hasil keuntungan

Nisbah bagi hasil pembiayaan ditentukan berdasarkan pada perkiraan keuntungan yang diperoleh nasabah dibagi dengan referensi tingkat keuntungan yang telah ditetapkan dalam rapat. Perkiraan tingkat keuntungan bisnis /proyek yang dibiayai dihitung dengan mmpertimbangkan :

- a. Perkiraan penjualan.
- b. Perkiraan biaya-biaya langsung.
- c. Perkiraan biaya-biaya tidak langsung.

2. Penentuan nisbah bagi hasil pendapatan

Nisbah bagi hasil pembiayaan ditentukan berdasarkan pada perkiraan pendapatan yang diperoleh nasabah dibagi referensi tingkat keuntungan yang telah ditetapkan dalam rapat.

---

<sup>11</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan edisi keempat*, (Jakarta : PT. Grafindo, 2010) hal 287-288.

Perkiraan tingkat pendapatan bisnis yang dibiayai dihitung dengan mempertimbangkan :

- a. Perkiraan penjualan.
  - b. Perkiraan biaya-biaya langsung.
3. Penentuan nisbah bagi hasil penjualan dalam rapat.

Dalam nisbah bagi hasil pembiayaan ditentukan berdasarkan pada perkiraan penerimaan penjualan yang diperoleh nasabah dibagi dengan pokok pembiayaan dalam rapat. Perkiraan penerimaan penjualan dihitung dengan mempertimbangkan perkiraan penjualan.

- b. Penetapan margin keuntungan

Secara teknis yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari; perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.

1. Referensi margin keuntungan

Yang dimaksud dengan referensi margin keuntungan adalah margin keuntungan yang ditetapkan dalam rapat ALCO Bank Syariah. Penetapan margin keuntungan pembiayaan berdasarkan rekomendasi, usul dan saran dari Tim ALCO Bank Syariah. Dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut :

a. Direct Competitor's Market Rate (DCMR)

Tingkat marjin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat marjin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO.

b. Indirect Competitor's Market Rate (ICMR)

Tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional dalam rapat ALCO.

c. Expected Competitor's Return for Investors (ECRI)

Target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

d. Acquiring Cost

Biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

e. Overhead Cost

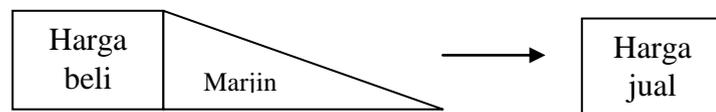
Biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

2. Pengakuan angsuran harga jual

Angsuran harga jual terdiri dari angsuran harga beli/harga pokok dan angsuran marjin keuntungan. Pengakuan angsuran dapat dihitung dengan menggunakan empat metode, yaitu:

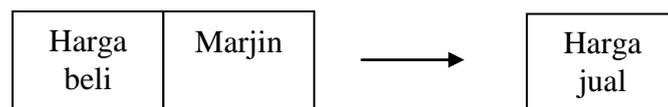
### 1. Metode marjin keuntungan menurun

Marjin keuntungan menurun adalah perhitungan marjin keuntungan yang semakin menurun sesuai dengan harga pokok sebagai akibat adanya cicilan/angsuran pokok, jumlah angsuran (harga pokok dan marjin keuntungan) yang dibayar nasabah setiap bulan semakin menurun.



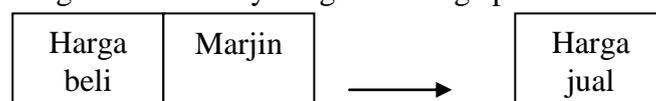
### 2. Marjin keuntungan rata-rata

Marjin keuntungan rata-rata adalah marjin keuntungan menurun yang perhitungannya secara tetap dan jumlah angsuran (harga pokok dan marjin keuntungan) dibayar nasabah tetap setiap bulan.



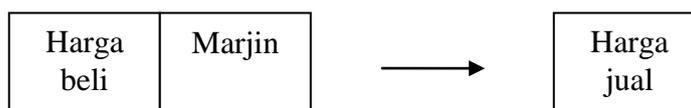
### 3. Marjin keuntungan flat

Adalah perhitungan marjin keuntungan terhadap nilai harga pokok pembiayaan secara tetap dari satu periode ke periode lainnya, walaupun baki debetnya menurun sebagai akibat adanya angsuran harga pokok.



#### 4. Marjin keuntungan anuitas

Adalah marjin keuntungan yang diperoleh dari perhitungan secara anuitas. Perhitungan annuitas adalah suatu cara pengembalian pembiayaan dengan pembayaran angsuran harga pokok dan marjin keuntungan secara tetap. Perhitungan ini akan menghasilkan pola angsuran harga pokok yang semakin membesar dan marjin keuntungan yang semakin menurun.<sup>12</sup>



### 3) Kualitas Produk

#### a. Pengertian kualitas produk

Menurut para ahli :

- 1) Menurut Juran kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (fitness for use) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan itu didasarkan atas lima ciri utama yaitu :
  1. Teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan.
  2. Psikologis, yaitu citra rasa atau status.
  3. Waktu, yaitu kehandalan.

---

<sup>12</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta, PT Grafindo Persada, 2006) hal 279

4. Kontrakual, yaitu adanya jaminan.

5. Etika, yaitu sopan santun, ramah atau jujur.

Menurut Philip Kotler, Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ia meliputi benda fisik, jasa orang, tempat, organisasi dan gagasan. Hal ini didukung oleh teori William J. Stanton Mendefinisikan produk dalam 2 (dua) pengertian dasar, yaitu, Pengertian sempit Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata (tangible) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan dalam Pengertian luas, Produk adalah sekumpulan atribut yang nyata (tangible) dan tidak nyata (intangible) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestive pabrik, prestive pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginannya. Gagasan pokok dari kedua definisi di atas adalah bahwa konsumen membeli tidak hanya sekedar kumpulan atribut fisik, tetapi pada sarannya mereka membayar sesuatu untuk memuaskan keinginan. Dengan demikian, bagi suatu perusahaan yang bijaksana bahwa menjual manfaat (benefit) produk tidak hanya produk saja (manfaat intinya)

tetapi harus merupakan suatu sistem. <sup>13</sup>seperti halnya nasabah memutuskan untuk menggunakan produk simpanan atau tabungan. Mereka menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan pihak lembaga atau BMT. Barang merupakan atribut tangible yaitu produk yang nyata atau produk yang dapat dilihat sedangkan jasa yaitu produk intangible produk yang tidak nyata atau tidak dapat dilihat. Untuk atribut jasa (intangible) bisa nasabah rasakan melalui pelayanan yang diberikan seperti, tidak dikenakan biaya administrasi, bagi hasil yang diberikan cukup menarik dan proses permohonan menjadi nasabah sangat mudah dan cepat.

b. Dimensi kualitas

Dimensi kualitas menurut Garvi mengidentifikasi delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas barang, yaitu sebagai berikut:

1. Performa, penampilan menarik yang ada dan diberikan melalui produk.
2. Keistimewaan, mempunyai ciri khas khusus yang membedakan dari produk yang lain.
3. Keandalan, dapat dipercaya atau menjamin kepuasan nasabah setelah pemakaian produk.

---

<sup>13</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, ( Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 1999) hal 127

4. Konformansi
  5. Daya tahan, kemampuan produk untuk mempertahankan eksistensinya terhadap persaingan dengan produk lain yang memiliki masing-masing karakteristik yang diunggulkan.
  6. Kemampuan pelayanan, pelayanan yang diberikan pihak lembaga melalui produk yang ditawarkan.
  7. Estetika
  8. Kualitas yang dipersepsikan, sebelum nasabah menggunakan, nasabah dapat membayangkan ataupun memberikan tanggapan terhadap produk yang akan digunakan. Hal ini akan menjadi keputusan akhir apakah nasabah memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak.
- c. Pentingnya kualitas

Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijaksanaan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu

produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.<sup>14</sup> kualitas yang mungkin dapat kita lihat dari produk tabungan mudarabah sendiri yaitu, tanpa adanya biaya administrasi, bagi hasil yang cukup menarik, dan permohonan menjadi nasabah yang cukup mudah. Dari kualitas tersebut semua terdapat dalam pelayanan yang diberikan pihak BMT guna memberikan kepuasan lahir maupun batin pada diri nasabah atau anggotanya.

d. Peningkatan Kualitas Produk dalam Ekonomi Islam

Ekonomi islam bukanlah suatu hal yang mudah karena dalam sumber asli rujukan islam tidak ditemukan istilah ekonomi Islam untuk memudahkan pembahasannya terlebih dahulu perlu dikemukakan pengertian dari ekonomi islam.

Dalam ekonomi Islam sangat menganjurkan dilaksanakan aktifitas produksi dan peningkatan baik segi kualitas dan kuantitas. Ekonomi Islam tidak rela jika tenaga manusia ataupun sumber daya alamnya pun terlantar. Dalam segala aktifitasnya Islam memberikan kebebasan kepada setiap manusia untuk mengolah sumber daya alam yang dapat di produksi sesuai dengan kreativitas tingkat keilmuan, situasi dan kondisi.

---

<sup>14</sup> Drs. M. Nure Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bojongkerta Bogore selatan, Ghaila Indonesia,2005). hal 2

Karena produksi hukumnya mubah dan jelas. Berdasarkan Asunnah sebab Rosul SAW telah membuat sebuah cincin (HR. Imam Bukhari) pada masa Rasulullah. Orang-orang bisa memproduksi dan beliau mendinginkan aktivitas mereka sehingga diamnya beliau menunjukkan adanya pengakuan (taqrir) beliau terhadap aktivitas produksi mereka, status taqrir dan perbuatan Rasul itu sama senga sabda beliau artinya sama-sama merupakan dalil syara'.

Dari contoh taqrir dan perbuatan Nabi SAW mengandung arti bahwa beliau memperhatikan pada umatnyaagar meningkatkan produksi. Meningkatkan produksi itu merupakan bagian dari kegiatan yang diperbolehkan bahkan dianjurkan oleh umat Islam karena sabda beliau tersebut merupakan dalil syar'i yang artinya dengan selalu melihat pada Al Qur'an dan sumebr hokum lainnya. Peningkatan produksi merupakan suatu aktivitas yang menghasilkan produk tersebut haruslah halal sesuai dengan hokum Islam. Mengenai status halal dan haram dalam emilih produk, sebagaimana dalam firman Allah surat Al Baqarah ayat 172 sebagai berikut :

تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنتُمْ إِنْ لِلَّهِ وَاشْكُرُوا رَزَقْنَاكُمْ مَا طَيِّبَاتٍ مِنْ كُلِّوَا آمَنُوا الَّذِينَ آيَّهَا يَا

Artinya:

“Hai sekalian orang-orang yang beriman, makanlah dari yang baik-baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika hanya kepada-Nya kamu menyembah”.

#### 4) **Kesejahteraan**

Bank Syariah dalam fungsi intermediasi bagi nasabah guna memperoleh pembiayaan untuk melangsungkan kebutuhan ekonomi maka akan meningkatkan kesejahteraan.

Kesejahteraan merupakan suatu kajian telaah teoritis, metodologis maupun praktis guna meningkatkan kualitas derajat kehidupan masyarakat antara lain melalui pengelolaan masalah sosial, pemenuhan kebutuhan manusia dan pemaksimalan kesempatan manusia untuk berkembang. Dengan pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah maka nasabah menjadi terpenuhi kebutuhan hidupnya. Hal-hal yang terkait dengan tercapainya kesejahteraan nasabah perlu memperhatikan :

##### 1. Aspek aspek kesejahteraan masyarakat

Pengertian kesejahteraan masyarakat diatas bias dikemukakan bahwa aspek-aspek kesejahteraan masyarakat itu setidaknya menyentuh dua dimensi yaitu dimensi jasmaniyah dan dimensi rohaniyah. Dibawah ini akan dikemukakan kesejahteraan masyarakat itu dari dua kategori tersebut.

##### a) Kesejahteraan jasmaniyah (lahiriyah)

Dimensi jasmaniyah (lahiriyah) dalam kehidupan ini sangat berat bagi manusia, sehingga kebanyakan orang akan mengukur tingkat kehidupan seseorang itu dari jenis jasmaninya terlebih dahulu ukuran ini terfokus pada tiga hal yaitu sandang, pangan, papan.

Pertama, cukup sandang, pada kehidupan ini permasalahan sandang cukup penting artinya bagi manusia sebab dengan sandang inilah seseorang menunjukkan identitasnya, oleh karena itu sandang merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia.

Kedua, cukup pangan artinya kesejahteraan suatu masyarakat itu bias diukur apabila dari sudut pangan (makanan) bias terpenuhi dengan baik, tidak ada kekurangan makanan apalagi gizinya, bahkan perlu sekali terpenuhi empat sehat lima sempurna.

Masalah pangan memang begitu penting bagi masyarakat, namun masalah pangan ini merupakan masalah klasik yang selalu mengancam manusia. Menurut Daljhoeni "disamping masalah pangan sudah kita dapatkan kemungkinan-kemungkinan lain yang dapat menjurus kepada kehancuran dunia, seperti ledakan penduduk, masalah pangan dan lain sebagainya".

Ketiga, terpenuhinya papan, yaitu terpenuhinya kebutuhan untuk hidup dan berteduh dalam suasana yang nyaman. Oleh karena itu pentingnya hal ini Undang-Undang Dasar 1945 menetapkan bahwa: fakir miskin dan anak-anak terlantar identik dengan anak-anak (orang-orang) yang terlunta-lunta akibat tidak terpenuhinya sandang, pangan, papan berdasarkan dengan masalah ini GBHN mengamanatkan:

“meningkatkan kepedulian terhadap penyandang cacat, fakir miskin dan anak-anak terlantar (orang-orang terlantar), serta kelompok rentan sosial melalui penyediaan lapangan kerja yang seluas-luasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat.<sup>15</sup>

Ketiga unsur indikator kesejahteraan jasmaniyah diatas mempunyai arti penting apabila kesemuanya bisa terpenuhi, sehingga idealnya manusia itu cukup sandang, pangan, papan. Apabila suatu kelompok masyarakat secara jasmaniyah bisa terpenuhi katiga hal diatas, maka bisa dikatakan masyarakat sejahtera.

b) Kesejahteraan rohaniyah (batiniyah)

Ukuran kesejahteraan rohaniyah (batiniyah) tentu luas sekali, namun yang dimaksud dengan kesejahteraan

---

<sup>15</sup> Ketetapan MPR RI Nomor: IV/MPR/1999. Garis-Garis besar hyaluan Negara 1999-2004 (Surabaya: Apollo, II)hal 25.

ruhaniyah (batiniyah) adalah terpenuhinya kebutuhan rohani yang berkaitan dengan pendidikan dan agama serta terpenuhinya kebutuhan hiburan seperti rekreasi.

Pertama, terpenuhinya kebutuhan pendidikan; masyarakat sangat membutuhkan pendidikan, bahkan hubungan masyarakat dengan pendidikan sangat erat sekali, "Masyarakat maju karena pendidikan dan pendidikan yang maju hanya akan ditemukan dalam masyarakat yang maju pula". Pendidikan ini sangat penting sekali, sebab selain alasan diatas ketentraman dan ketenangan masyarakat juga harus didukung oleh adanya pendidikan yang mendukung. Bagaimana bias hidup tenang dalam masyarakat yang bodoh dan tidak terdidik sehingga berlaku suatu tatanan yang jauh dari nilai-nilai moral.

Kedua, terpenuhinya kebutuhan agama sangat pentingf bagi masyarakat kedamaian dan ketenangan, akan memperoleh nilai yang sebenarnya jika dilandasi oleh agama yang kuat, manusia (masyarakat) yang tidak mengenal agama "akibatnya akan mengalami spiritual vacuum (kekosongan atau kehampaan jiwa). Arah atau tujuan hidupnya tidak menentu kecuali mengejar hawa nafsu duniawi". Mengejar hwa nafsu duniawi tanpa da landasan agama akan menimbulkan keresahan masyarakat,

sebab akan terjadi penghalalan segala macam cara untuk mendapatkan sesuatu. Oleh karena itu secara individual bagi setiap orang dan secara kolektif bagi masyarakat terpenuhinya kebutuhan agama sangat penting sekali dan sangat menentukan bagi kesejahteraan atau tidaknya jiwa mereka.

Ketiga, terpenuhinya hiburan atau rekreasi. Rekreasi ini sangat penting artinya bagi warga masyarakat untuk menghilangkan rasa jenuh setelah beraktifitas, tujuan rekreasi ini untuk “mengimbangi kekakuan, kekesalan, kecapaian setelah mereka mempergunakan tenaganya (energinya) dalam kegiatan sehari-hari. Kegiatan rekreasi ini arti pentingnya ialah untuk menghilangkan stress akibat terlalu banyak beraktifitas, sekalipun kegiatan ini tidak bersifat preimere namun kegiatan ini bagi masyarakat modern menjadi kebutuhan penting.<sup>16</sup>

## 2. Ukuran kesejahteraan

Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah pada umumnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Kegagalan yang dialami oleh suatu pemerintahan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya

---

<sup>16</sup> Imran Fuadi, Implementasi Pembiayaan Mudharabah dan kontribusinya Terhadap Kesejahteraan Nasabah pada BMT UGT Sidogiri Blitar, Tulungagung, *SKRIPSI*, (Tulungagung:STAIN Tulungagung, 2015). hal 35

sering disebabkan oleh banyak factor, seperti kesalahan mengidentifikasi penyebab rendahnya kesejahteraan masyarakat, penerapan kebijakan yang keliru, kesalahan dalam mengidentifikasikan kesejahteraan masyarakat.

### 3. Batasan kesejahteraan masyarakat

Sebelum membahas perihal kesejahteraan lebih lanjut, perlu penulis kemukakan batasan pengertiannya sebab dengan memahami batasan pengertiannya akan memudahkan menarik kesimpulan dari pembahasan.

Dalam kalimat “Kesejahteraan Masyarakat” ada dua kata yang perlu dijelaskan yaitu kesejahteraan dan masyarakat. Menurut pengertian *etimologinya* kata *kesejahteraan* keamanan, keselamatan, ketentraman hidup, dan sebagainya. Sedangkan masyarakat berarti “sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Adapun dalam keterangan lain masyarakat (*community; society*) dijelaskan sebagai “suatu kehidupan bersama disuatu wilayah dan waktu tertentu dengan pola-pola kehidupan yang terbentuk oleh antar hubungan dan interaksi warga masyarakat dengan lingkungan sekitar.

Dari keterangan secara *etimologi* ini bisa diambil pengertian bahwa yang dimaksud dengan istilah *kesejahteraan masyarakat* adalah suatu keamanan, ketentraman, ataupun

suatu kesenangan kelompok orang dalam suatu komunitas atau lingkungan tertentu (Masyarakat). Dalam tradisi kemasyarakatan istilah sejahtera atau kesejahteraan cenderung dipergunakan untuk hal-hal yang sifatnya material dan menyangkut status, misalnya kesejahteraan karyawan berarti nilai nominal karyawan, kesejahteraan guru, berarti nilai nominal atau gaji guru dan sebagainya.

#### 5) **Keputusan Anggota**

Koperasi adalah badan hukum yang berdasarkan atas asas kekeluargaan yang anggotanya terdiri dari orang perseorangan atau badan hukum dengan tujuan mensejahterakan anggotanya. Seperti halnya BMT yang memiliki visi dan misi untuk mensejahterakan anggotanya. Hal ini didukung dengan peraturan pemerintah No./1995 tentang pelaksanaan kegiatan koperasi Simpan Pinjam oleh koperasi, simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggotanya, calon anggota, koperasi-koperasi lain dan atau anggotanya kepada koperasi dalam bentuk tabungan dan simpanan koperasi berjangka. Dengan demikian koperasi atau BMT tidak menyebut konsumennya sebagai nasabah melainkan dengan anggota. Namun demikian, konsumen, nasabah ataupun anggota memiliki tujuan yang sama yaitu sebagai pemakai atau pengguna barang ataupun jasa.

##### 1. Pengertian konsumen

Konsumen merupakan stakeholder yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Solgan *the consumer is king*, bukan hanya bermaksud menarik sebanyak mungkin konsumen, melainkan mengungkapkan tugas pokok produsen atau penyedia jasa untuk mengupayakan kepuasan konsumen.<sup>17</sup> Demikian halnya dalam perbankan, Bank yang memiliki konsumen yang bernama nasabah harus selalu menciptakan inovasi dan pengembangan dalam berbagai sektor khususnya dalam hal produk agar tercapainya suatu kepuasan. Nasabah yaitu setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi dan memperoleh informasi.

## 2. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>18</sup>

## 3. Pengertian pengambilan keputusan

Johannes Supranto mendefinisikan mengambil atau membuat keputusan berarti memilih satu diantara sekian

---

<sup>17</sup> Lukman Fauroni R, *Etika Bisnis dalam Al- Quran*, (Yogyakarta:pustaka Pesantara, 2006).hal 201

<sup>18</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen :Konsep dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Bogor:Kencana, 2003)hal. 3

banyak alternative. Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk referensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk 5 sub keputusan merk, penyaluran, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.<sup>19</sup>

#### 4. Teori pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan adalah memilih alternatif yang terbaik. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam ha pengambilan keputusan, antara lain:

##### 1) Faktor budaya

###### a. Budaya

Budaya merupakan determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.

###### b. Sub-budaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Sub-budaya

---

<sup>19</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), hal 258

meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

c. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hirarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama.

2) Faktor sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumen.

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang merupakan semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli yaitu keluarga orientasi yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung, dan keluarga

prokreasi yang terdiri pasangan dan anak-anak yang lebih berpengaruh langsung terhadap perilaku pembelian setiap hari.

c. Peran dan status

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran menyanggah status.

3) Faktor pribadi

a. Usia dan tahap siklus hidup

Selera orang dalam makanan, pakaian dan sebagainya sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada satu waktu tertentu.

b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu. Pilihan produk

sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi. Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, stabilitas, dan pola waktu), tabungan dan asset (termasuk presentase aset likuid), utang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.

c. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologi manusia yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan. Kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen.

d. Gaya hidup dan nilai

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret seseorang yang utuh dengan lingkungannya.

4) Faktor psikologis

a. Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari kegiatan tekanan psikologis seperti rasa lapar, rasa haus, atau rasa tidak nyaman. Kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari

keadaan tekan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini.

c. Pembelajaran

Pembelajaran mendorong perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d. Memori

Informasi dan pengalaman yang seseorang hadapi ketika seseorang menjalani hidup dapat berakhir di memori jangka panjang seseorang.<sup>20</sup>

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen yaitu :

1. Keputusan tentang jenis produk
2. Keputusan tentang bentuk produk
3. Keputusan tentang merk
4. Keputusan tentang penjualan

---

<sup>20</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal 166-183

5. Keputusan tentang jumlah produk
6. Keputusan tentang waktu pembelian
7. Keputusan tentang cara pembayaran

Dalam suatu pembelian barang keputusan yang diambil tidak selalu berurutan seperti di muka. Pada situasi pembelian seperti penyelesaian masalah ekstensif, keputusan yang diambil dapat bermula dari keputusan tentang penjual karena penjual dapat membantu merumuskan perbedaan-perbedaan di antara bentuk bentuk dan merk produk.<sup>21</sup>

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternative yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi.<sup>22</sup>

Herbert A. Simon telah mengembangkan klasifikasi jenis keputusan yang berbeda, yaitu keputusan yang diprogram dan keputusan yang tidak diprogram.

a. Keputusan yang diprogram

Keputusan dapat diprogramkan sejauh keputusan tersebut berulang dan rutin serta telah dikembangkan prosedur tertentu untuk menanganinya. Manajer dari sebagian besar

---

<sup>21</sup> Basu Swasta DH, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hal 118-119

<sup>22</sup> Siswanto, M.Si., *Pengantar Manajemen*, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2005) hal 171.

organisasi sering menghadapi beberapa keputusan yang diprogramkan dalam pekerjaannya secara rutin. Keputusan tersebut harus dilakukan tanpa mengeluarkan sumber daya organisasi yang kurang perlu. Secara tradisional, keputusan yang diprogram telah ditangani dengan norma, prosedur kerja yang baku, dan struktur organisasi yang mengembangkan prosedur spesifik untuk menanganinya.

b. Keputusan yang tidak diprogram

Suatu keputusan tidak diprogram manakala keputusan tersebut baru dan tidak tersusun. Oleh karena keputusan tersebut memiliki karakteristik demikian maka tidak ada prosedur yang pasti untuk menangani permasalahan. Hal itu disebabkan tidak timbul dengan cara yang persisi sama dengan sebelumnya atau kerana permasalahan tersebut rumit atau bahkan luar biasa urgensinya sehingga keputusan tersebut memerlukan manajemen yang spesifik. Keputusan yang tidak terprogram harus diidentifikasi dengan tepat karena jenis pengambilan keputusan seringkali memerlukan alokasi dana yang sangat besar. Keputusan yang tidak diprogram secara tradisional telah ditangani dengan proses pemecahan umum, pertimbangan, intuisi, dan kreativitas. Namun, manajemen modern belum banyak kemajuan dalam meningkatkan pengambilan keputusan

yang tidak diprogram dibandingkan dengan kemajuan dalam pengambilan keputusan yang diprogram.

#### 5. Proses pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan yang diajukan Gibson dkk.

Tersebut adalah :

- a. Penetapan tujuan spesifik serta pengukuran hasilnya.
- b. identifikasi permasalahan
- c. Pengembangan alternative
- d. Evaluasi alternative
- e. Selesksi alternative
- f. Implementasi keputusan
- g. Pengendalian dan evaluasi

#### 6) Tabungan Mudharabah

##### a. Pengertian Tabungan

Tabungan menurut Undang-Undang Perbankan NO. 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>23</sup>

Tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. mudharabah mempunyai dua bentuk mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya(edisi revisi)*, (PT Raja Grafindo persada, 2001)Hal 74

yang perbedaannya ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan oleh pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Tabungan yang tidak dibenarkan yang perhitungannya berdasarkan bunga. Tabungan yang dibolehkan adalah mudharabah dan wadi'ah.

Sebagaimana fatwa DSN MUI No.2/DSN-MUI/IV/2000 untuk tabungann sedangkan DSN MUI No.3DSn-MUI/IV/2000 untuk deposito (Mardani:2011:5). Tabungan dari masyarakat di perbankan akan memberikan manfaat kepada masyarakat itu sendiri apabila digunakan untuk kegiatan yang produktif (investasi). Menurut Karim, apabila tabungan hanya ditimbun tanpa diinvestasikan, maka ia bagaikan seongkok harta yang tidak berguna.<sup>24</sup>

Bank syariah mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain. Tabungan mudharabah adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan perjanjian.

Dalam pengelolaan tersebut bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun apabila yang terjadi adalah mis manajemen (salah urus)

---

maka pihak bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut. Dalam memperhitungkan bagi hasil tabungan mudharabah tersebut hal-hal yang perlu diperhatikan adalah :

1. Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah.
2. Pembulatan keatas untuk nasabah.
3. Pembulatan kebawah untuk bank/hasil perhitungan pajak dibulatkan keatas sampai puluhanterdekat.

Dalam hal pembayaran bagi hasil, bank syariah menggunakan metode end of month, yaitu:

- a. Pembayaran bagi hasil tabungan mudharabah dilakukan secara bulanan.
- b. Bagi hasil bula pertama dihitung secara proporsional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, tetapi tidak termasuk tanggal pembukaan tabungan.
- c. Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
- d. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, dan 31 hari).

- e. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai dengan permintaan nasabah.

### **Contoh perhitungan simpanan Mudharabah**

Saldo rata-rata mudharabah ibu Aminah \di BMT sebesar Rp. 500.000. pada awal perjanjian disepakati nisbah bagi hasil untuk BMT dan penyimpan 55 % : 45 %. Diasumsikan total saldo rata-rata dana simpanan mudharabah sebesar Rp. 611.000.000 dan keuntungan yang diperoleh dari dana simpanan mudharabah sebesar Rp. 16.220.000 (dari table profit distribution).

Maka pada akhir bulan ibu Aminah akan memperoleh bagi hasil sebesar :

Rp. 500.000

$$166.000.000 \times Rp. 16.220.000 \times 45 \% = Rp. 7.300,-$$

- b. Aplikasi mudharabah dalam perbankan

Al Mudharabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. pada sisi penghimpunan dana, al mudharabah diterapkan pada :

- a) Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, dan sebagainya; deposito biasa.

- b) Deposito special (special investment), di mana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnistertentu, misalnya murabahah saja atau ijarah saja.<sup>25</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan dari beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Telah banyak penelitian atau karya yang terkait dengan penelitian ini analisis faktor yang menyebabkan nasabah tabungan mudarabah, baik buku, jurnal, skripsi antara lain yaitu :

Penelitian yang dilakukan oleh Rida Asyuti, M. Nasrullah dan Meriska Dewi, "Jurnal penelitian pengaruh kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas dengan kepemimpinan pengurus sebagai variabel moderating (studi kasus BMT Bahtera, BMT di Pekalongan dan Kospin Jasa Syariah Cabang Pekalongan), Vol. 10, No. 2 November 2013. Hal 263".<sup>26</sup> Dengan hasil kepercayaan, kepuasan dan kepemimpinan pengurus berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada lembaga keuangan mikro syariah pekalongan, kepemimpinan pengurus sebagai variabel moderating dalam pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah lembaga keuangan mikro syariah pekalongan.

---

<sup>25</sup> Syafi'I Antonio, Muhammad, *Bank Syariah : dari Teori ke Praktik*, (Jakarta, Gema Insani Press, 2001). hal 97

<sup>26</sup>Rida Asyuti, M. Nasrullah dan Meriska Dewi, Jurnal penelitian, (Pekalongan : STAIN Peklongan,2013).

Karya Winda yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito Di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Medan”.<sup>27</sup> dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel suku bunga, fasilitas pelayanan, keamanan dana pensiun dan promosi terhadap keputusan nasabah deposito. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suku bunga dan fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk deposito pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk cabang Medan. Sedangkan keamanan dana simpanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk deposito pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk cabang Medan.

Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan, Vol. I, No. I, Juli 2011, hl 68 yang disusun oleh Muchlis Yahya dan Edy Yusuf Agunggunanto”.<sup>28</sup>pada jurnal penelitian ini membahas mengenai Teori Bagi Hasil (*Profit And Loss Sharing*) dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Syariah dengan peroleh data berupa kajian pustaka. Kesimpulan dari jurnal ini ditemukan bahwa :

1. Teori bagi hasil (*profit and loss sharing*) bila dianalisis menggunakan teori keuangan /moneter lebih mencerminkan kesesuaian dengan teori

---

<sup>27</sup>Winda, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito Di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Medan, *Skripsi*,(Sumatra:Universitas Sumatera Utara)

<sup>28</sup>Muchlis Yahya dan Edy Yusuf Agunggunanto, Jurnal penelitian Dinamika Ekonomi Pembangunan,(Semarang:IAIN Walisongo Diponegoro Semarang, 2011)

*flow concept*. Sedangkan munculnya bunga bank lebih didasari pemikiran teori *stock concept*.

2. Penerapan instrumen bagi hasil lebih mencerminkan keadilan dibandingkan dengan instrumen bunga. Bagi hasil melihat kemungkinan *profit* (untung) dan resiko sebagai fakta yang mungkin terjadi di kemudian hari. Sedangkan bunga hanya mengakui kepastian *profit* (untung) pada penggunaan uang.
3. Bagi hasil merupakan penggerak dasar operasional perbankan syariah. Sedangkan bunga merupakan penggerak dasar operasional perbankan konvensional.

Karya Agnes Niken Puspitasari yna berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Nokia Di Semarang)”.<sup>29</sup> Hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang. Dari ketiga variabel independen, ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang paling besar. Oleh karena itu, implikasi yang disarankan dalam penelitian ini menghendaki Nokia untuk lebih memperbaiki kualitas pelayanan terlebih dahulu yang kemudian diikuti dengan perbaikan pada kualitas produk, sehingga tercipta kepuasan pelanggan yang tinggi dan minat beli ulang yang tinggi pula.

---

<sup>29</sup>Agnes Niken Puspitasar, Skripsi, (Semarang: Universitas Dipenogoro Semarang)

Karya Intan Khusnul Khotimala Putri yang berjudul “Analisis pengaruh pertumbuhan perbankan syariah terhadap kesejahteraan (Indeks Pembangunan Manusia) di Indonesia pada tahun 2010-2012”.<sup>30</sup> Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara variabel pembiayaan Bank Syariah di Indonesia terhadap kesejahteraan di Indonesia pada Tahun 2010-2012.

Karya Benito Adityo yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line Di Situs Kaskus”.<sup>31</sup>

Dengan hasil dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), kepercayaan (X1), kemudahan (X2), kualitas informasi (X3), Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian. Dari penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai acuan pembuatan skripsi terdapat sedikit persamaan. Dari semua variabel independen dan dependen memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya variabel kepercayaan, bagi hasil, kualitas produk dan kesejahteraan adalah salah satu faktor yang terdapat dalam setiap variabel penelitian. Adapun persamaan yang dapat kita lihat yaitu setiap metode dan pendekatan yang dilakukan peneliti sama dengan yang digunakan

---

<sup>30</sup> Intan Khusnul Khotimala Putri, Analisis pengaruh pertumbuhan perbankan syariah terhadap kesejahteraan (Indeks Pembangunan Manusia) di Indonesia pada tahun 2010-2012, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas negeri islam Kalijaga Yogyakarta)

<sup>31</sup> Benito Adityo, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line Di Situs Kaskus, *Skripsi*, (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang 2011).

dalam penelitian terdahulu serta didukung dengan metode analisis yang menunjukkan hasil yang sama seperti pengaruh yang positif dan signifikan terkait dengan variabel-variabel. Dan setiap hipotesis menghasilkan pernyataan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan mungkin sebaliknya.

Sedangkan penelitian terdahulu yang mempunyai kemiripan terhadap penelitian ini adalah karya Winda yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito Di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Medan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Winda variabel yang terkait dengan penelitian tersebut adalah suku bunga, fasilitas pelayanan, keamanan, promosi dan keputusan nasabah, dikarenakan penelitian ini bersifat konvensional maka saya melakukan perubahan variabel-variabel yang terkait dengan penelitian tersebut dan lebih bersifat syariah. Variabel suku bunga diubah menjadi bagi hasil dan keamanan menjadi kepercayaan nasabah. Dengan hasil menunjukkan kemiripan satu sama lain, dan setiap variabel yang ada menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Dengan dijadikannya karya tersebut sebagai acuan dalam pembuatan skripsi yang dilakukan maka peneliti tidak mengalami kesulitan. Sehingga dengan mudah menyelesaikan skripsi.

Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan sebelumnya yaitu kompleksitas variabel bebas yang digunakan. Variabel bebas dalam penelitian sebelumnya hanya mengacu pada suku bunga, fasilitas pelayanan, keamanan, promosi dan keputusan nasabah dan lebih bersifat

konvensional. Tetapi dalam penelitian ini variabel bebas yang diteliti lebih bersifat syariah seperti kepercayaan, bagi hasil, kualitas produk, kesejahteraan dan kaitannya juga dengan keputusan nasabah.

### C. Kerangka Konseptual

