

**PENGARUH EDUKASI, KOMITMEN KEISLAMAN, DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH DI PT BANK MUAMALAT
INDONESIA CABANG MEDAN**

Oleh:

Sulastri

NIM. 91214043381

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul:

**PENGARUH EDUKASI, KOMITMEN KEISLAMAN, DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH DI PT BANK MUAMALAT
INDONESIA CABANG MEDAN**

Oleh:

Sulastri

NIM 91214043381

Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar
Megister Ekonomi Islam (M.E) pada Program Studi Ekonomi Islam Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Medan

Medan, Maret 2017

PEMBIMBING I

Dr. Faisar Ananda, MA
NIP. 19640702 199203 1 003

PEMBIMBING II

Dr. Saparuddin, SE, Ak, MA
NIP. 19630718 200112 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis berjudul “PENGARUH EDUKASI, KOMITMEN KEISLAMAMAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG MEDAN” **an. Sulastri, NIM 91214043381** Pascasarjana UIN-SU Medan pada: Tanggal : 8 Maret 2017

Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Master Ekonomi (ME) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Medan, 8 Maret 2017
Panitia Ujian Tesis
Pascasarjana UIN-SU Medan

Ketua

Sekretaris

Dr. Sri Sudiarti, MA
NIP. 19591112 199003 2 002

Dr. Muslim Marpaung, M. Si
NIP. 19640726 199103 1 008

Anggota

1. Dr. Sri Sudiarti, MA
NIP. 19591112 199003 2 002

2. Dr. Muslim Marpaung, M. Si
NIP. 19640726 199103 1 008

3. Dr. Faisar Ananda, MA
NIP. 19640702 199203 1 003

4. Dr. Saparuddin, SE, Ak, MA
NIP. 19630718 200112 1 001

Mengetahui
Direktur Pascasarjana UIN-SU Medan

Prof. Dr. Syukur Kholil, MA
NIP. 19640209 198903 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Sulastri**
Nim : 91214043381
Tempat/tgl. Lahir : Medan, 23 Juni 1987
Pekerjaan : Mahasiswa Pascasarjana UIN-SU Medan
Alamat : Jln. Pasar XII Gg. Masjid Marendal II

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul “**PENGARUH
EDUKASI, KOMITMEN KEISLAMAN DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA CABANG MEDAN**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-
kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya
menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 13 Februari 2017

Yang membuat pernyataan

Sulastri

ABSTRAK

	PENGARUH EDUKASI, KOMITMEN KEISLAMAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG MEDAN Sulastri 91214043381
---	--

Program Studi	: Ekonomi Islam
Pembimbing I	: Dr. Faisar Ananda, MA
Pembimbing II	: Dr. Saparuddin Siregar, SE, AK, M. Ag
Tempat Tanggal Lahir	: Medan, 23 Juni 1987
Nama Orang tua	:
Nama Ayah	: Ngatimin
Nama Ibu	: Yatinah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh edukasi, komitmen keIslaman dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Medan. Penelitian ini adalah penelitian *kuantitatif* dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda di dukung dengan uji model dan uji statistik dengan menggunakan bantuan program Eviews 4. Dari hasil penelitian pada alpa 5% menunjukkan bahwa secara silmutan variabel Edukasi, Komitmen KeIslaman, dan Pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia cabang Medan sebesar 97,7%. Secara persial Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan dengan memiliki nilai t-hitung sebesar 3,165 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Variabel Komitmen KeIslaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,726 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 1,995 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,04. Dengan demikian Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan. Variasi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah secara bersama-sama dijelaskan oleh variabel Edukasi, Komitmen KeIslaman dan pelayanan dengan pengaruh sebesar 97,7% sedangkan sisa pengaruhnya sebesar 2,23% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Edukasi, Komitmen KeIslaman, Pelayanan, Keputusan Menjadi Nasabah

ABSTRACT

	THE INFLUENCE OF ISLAMIC EDUCATION, COMMITMENT AND CUSTOMER SERVICE OF THE DECISION BE IN PT BANK MUAMALAT INDONESIA MEDAN BRANCH <u>Sulastri</u> 91214043381
---	---

Study Programs : Islamic Economy
 Supervisor I : Dr. Ananda Faisar, MA
 Supervisor II : Dr. Saparuddin Siregar, SE, AK, M. Ag
 Spot date of birth : Medan, June 23, 1987
 Name of parents :
 Father's Name : Ngatimin
 Mother's Name : Yatinah

This research aims to find out how big the influence of Islamic education, commitment and service of the decision be the customer in Bank Muamalat Indonesia PT Medan branch. This research is quantitative research using multiple linear regression analysis technique in support with test models and statistical tests using Eviews program assistance 4. From the results of research on the alpha 5% indicates that the variable silmutan in Education, Islamic, and commitment to the service of the decision Be the customer In Bank Muamalat Indonesia Medan branch of 97,7%. In a positive and influence Education persial significantly to decisions become the customer of PT Bank Muamalat Indonesia Medan Branch with the t-value is the count of 3.165 bigger than t-table of 1.660 or prob. of 0.00. Islamic Commitment variable is positive and significant effect of being a customer of PT Bank Muamalat Indonesia Medan branch office because have t-count of 3.726 bigger than t-table of 1.660 or prob. of 0.00. The variable is positive and significant influence Ministry of being a customer of PT Bank Muamalat Indonesia Medan branch office because have t-1.995 of count greater than t-table of 1.660 or prob. of 0.04. Thus the influential Ministry significantly to decisions become the customer of PT Bank Muamalat Indonesia Medan Branch Office Variation factors that affect the decision into the customer simultaneously explained by Educational variables, Islamic and Service Commitment with the influence of 97.7% while the remaining influence of 2.23% explained by other variables not examined.

Keywords: Education, Islamic Commitment, Service, Decisions Become Customer

الملخص



هذه أطروحة بعنوان "أثر التعليم والالتزامات الإسلامية والخدمات على قرار العملاء في شركة محددة بيك معاملات اندونيسيا فرع ميدان"

إعداد:

الاسم : سولستيري

رقم تسجيل الطالب : 91214043381

شعبة : الاقتصاد الإسلامي

المشرف : الدكتور فيسار أناندي، الماجستير

المشرف الثاني : الدكتور سفر الدين سيرجار، س أي، أك، الماجستير

مكان وتاريخ الميلاد: ميدان، ٢٣ يونيو ١٩٨٧

اسم الآباء:

اسم الأب : Ngatimin

اسم الأم : Yatinah

هذه الدراسة تهدف إلى تحديد مدى تأثير التعليم والالتزامات الإسلامي والخدمات على قرار العملاء في شركة محدودة بنك معاملات اندونيسيا فرع ميدان. هذه الدراسة هي دراسة كمية باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المزدوج ويدعم نماذج الإختبار وإختيارات الإحصائية ويساعد برنامج ايفيوس -4. ونتائج البحوث حول ألفا 5٪ تدل على أن متغير التعليم، والالتزامات الإسلامي، والخدمات معا على قرار العملاء في شركة محددة بنك معاملات اندونيسيا ميدان يساوي 97.7٪. التعليم تأثر تأثير إيجابي وكبير على قرار العملاء في شركة محددة بيك معاملات اندونيسيا مع قيمة (ت- اختبار) من 3.165 أكبر من تي الجدول هو 1.660 أو احتمالية. 0.00 و متغير الالتزامات الاسلامي تأثر تأثير إيجابي وكبير على قرار العملاء من شركة محددة بنك معاملات اندونيسيا فرع ميدان لأنه يحتوي على تي عدد يساوي 3.726 أكبر من تي الجدول يساوي 1.660 أو احتمالية. 0.00. ومتغير خدمات الاسلامي تأثر تأثير إيجابي وكبير على قرار العملاء من شركة محددة في بنك معاملات اندونيسيا فرع ميدان لأنه يحتوي على تي عدد يساوي 1.995 أكبر من تي الجدول يساوي 1.660 أو احتمالية . 0.04. وبالتالي فإن الخدمات تأثر بشكل ملحوظ على قرار العملاء في بنك معاملات اندونيسيا فرع ميدان. تغير العوامل التي تؤثر على قرار العملاء معا وأوضح من قبل متغير التعليم، والالتزامات الإسلامي والخدمات مع التأثير 97.7٪، في حين تم شرح ما تبقى من أثر 2.23٪ وفقا لمتغيرات أخرى لم يبحث فيه.

كلمات البحث: التعليم، والالتزام الإسلامي، العناية، القرارات أصبح العملاء

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fatḥah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	ḍammah	u	u

—			
---	--	--	--

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ	fatḥah dan ya	ai	a dan i
وَيَ	fatḥah dan waw	au	a dan i

Contoh:

- kataba: كَتَبَ
- fa'ala: فَعَلَ
- kaifa: كَيْفَ

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وِ	ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَا

qīla : قِيلَ

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) *Ta marbūtah* hidup

ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan «*ammah*», transliterasinya (t).

2) *Ta marbūtah* mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *rauḍah al-atfāl* - *rauḍatul atfāl*: روضة الاطفال
- *al-Madīnah al-munawwarah*: المدينة المنورة
- *ṭalḥah*: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- *rabbānā*: ربنا
- *nazzala*: نزل
- *al-birr*: البر
- *al-hajj*: الحج
- *nu''ima*: نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata

sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

g. Hamzah

dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: تأخذون
- an-nau': النوء
- syai'un: شيء
- inna: إن
- umirtu: امرت
- akala: أكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mā muhammadūn illa rasūl
- Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓi bi bakkata mubārakan;
- Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihi al-Qur'ānu;
- Syahru Ramaḍānal-laẓi unzila fihil-Qur'ānu;
- Wa laqad ra'āhu bil ufuq al-mubīn;
- Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn;

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrun minallāhi wa faṭḥun qarīb;
- Lillāhi al-amru jami'an;
- Lillāhil-amru jami'an;
- Wallāhu bikulli syai'in 'alīm;

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT., Tuhan Yang Maha Rahman dan Maha Rahim, penulis ucapkan kepada Allah ‘*Azza wa Jalla* yang telah memberikan nikmat Iman, Islam, kemampuan dan kesempatan serta kesehatan sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul: **“Pengaruh Edukasi, Komitmen Keislaman dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”**. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW., keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan para pengikutnya yang setia memegang teguh ajaran agama Islam.

Dalam menyusun tesis ini penulis banyak menemui kesulitan, baik dalam mengumpulkan bahan bacaan yang berhubungan dengan pembahasan tesis ini, maupun karena keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis, penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini banyak pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan yang penulis terima dalam penyelesaiannya, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Ngatimin (Alm) dan Yatinah yang telah mengasuh, membesarkan, mendidik dan memberi kasih sayang dan cinta yang tiada ternilai, serta doa dan dukungan, dan untuk kedua mertua saya Nursokip dan Sri Anizar, yang telah memberi doa dan dukungan yang tiada henti-hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Suami tercinta Nurdiansyah, SE serta seorang putri penulis Zhaafirah Afifah yang tersayang yang tidak henti-hentinya memberika dukungan, semangat, motivasi dan doa, moral maupun materil kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan teisi ini.

3. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU)
4. Bapak Prof. Dr. Syukur Kholil, MA, selaku Direktur Pascasarjana universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU)
5. Ibu Dr. Sri Suriati, MA, selaku ketua jurusan Program Studi Ekonomi Islam Pascasarjana universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU)
6. Bapak Dr. Faisar Ananda, MA selaku Pembimbing I Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU) yang telah dengan tulus hati membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
7. Bapak Dr. Saparuddin Siregar, SE, AK, M. Ag, selaku Pembimbing II Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU) yang telah sabar dengan tulus hati membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini.
9. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman seperjuangan seluruh mahasiswa/i pascasarjana UIN-SU Reguler yang tak henti-hentinya membantu dan memberikan motivasi dalam penyelesaian tesis ini.
10. Terima kasih juga kepada keluarga besar Fak Agama Islam Univa Medan, yang telah memberikan dukungan dan motivasi, dan penulis ucapka terima kasih khususnya kepada Abangda dan kakanda M. Syukri Azwar Lubis, MA dan Dini Vientany, MA, yang telah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah penulis berserah diri dan berharap taufik dan hidayah-Nya agar tulisan ini diterima sebagai amal ibadah. Penulis juga menyadari bahwa tesis yang sangat sederhana ini, masih terdapat kekeliruan teknis maupun isi. Akhirnya kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sangat penulis harapkan demi kesempurnaan isi Tesis ini. Sekali lagi atas bantuan yang telah Bapak/Ibu, Saudara/i berikan dibalas oleh Allah SWT dengan

kebaikan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, baik untuk para pembaca pada umumnya maupun bagi penulis secara khususnya. Amin.

Medan, 10 Januari 2017

Penulis

Sulastri

NIM. 91214043381

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN	i
SURAT PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Batasan Istilah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Kajian Teoritis	11
1. Pengertian Bank Syariah	11
2. Edukasi	21
3. Ruang Lingkup Edukasi Nasabah Perbankan.....	22
4. Komitmen Keislaman.....	29
5. Pelayanan.....	48
6. Keputusan Menjadi Nasabah.....	59
a. Pengertian Keputusan	59
b. Hubungan pendidikan, Komitmen keislaman dan pelayanan terhadap Keputusan Memilih Bank.....	62
c. Pengambilan Keputusan.....	66
B. Kerangka Konseptual.....	67
C. Hipotesis Penelitian	27
D. Penelitian Terdahulu	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	71
A. Pendekatan Penelitian	71
B. Lokasi Penelitian.....	71
C. Metode Penentuan Populasi dan Sampel	72
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	73
E. Jenis dan Sumber Data.....	75
F. Teknik Pengumpulan Data.....	76
G. Model Analisis Data	77
1. Uji Kualitas data	77
2. Analisis Regresi Berganda.....	78
a. Uji Statistik (Uji Signifikan Koefisien Regresi)	79
b. Uji Kriteria Ekonometrika (Asumsi Klasik).....	80

3. Uji “ <i>a Priori</i> ” Ekonomi	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
A. Gambara Perusahaan.....	82
1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia	82
2. Tujuan dan Strategi Usaha PT. Bank Muamalat Indonesia	85
3. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan	88
4. Visi dan Misi Perusahaan	89
5. Struktur Organisasi	89
B. Hasil Penelitian	92
1. Analisis Deskriptif	92
a. Demografi Responden.....	92
b. Deskriptif Responden.....	93
1. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Edukasi	95
2. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Komitmen Keislaman	95
3. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Pelayanan	97
4. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Keputusan Menjadi Nasabah	99
2. Hasil Analisis Data	101
a. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	101
1. Uji Validitas	101
Variabel Edukasi	101
Variabel Komitmen	102
Variabel Pelayanan	103
Variabel Keputusan Menjadi Nasabah	103
2. Uji Reabilitas.....	104
Pengujian Hasil Estimasi Model Penelitian	105
Uji Kriteria Statistik	107
Uji Kriteria Ekonometrika.....	109
Uji kriteria “ <i>a priori</i> ” ekonomi.....	111
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Akad dan Produk Bank Syariah	25
2. Produk-Produk Jasa Perbankan.....	27
3. Rincian waktu Penelitian	72
4. Defenisi Operasional Variabel	74
5. Proporsi Berdasarkan Jenis Kelamin	92
6. Proporsi Berdasarkan Pendidikan	92
7. Proporsi Berdasarkan Usia	93
8. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Edukasi.....	94
9. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Komitmen KeIslaman	96
10. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Pelayanan	98
11. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Menjadi Nasabah	100
12. Uji Validitas Edukasi	102
13. Uji Validitas Komitmen KeIslaman.....	102
14. Uji Validitas Pelayanan.....	103
15. Uji Validitas Persepsi Mahasiswa non Muslim	104
16. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpa	105
17. Uji Reliabilitas Edukasi, Komitmen KeIslaman, Pelayanan dan Keputusan Menjadi Naasabah.....	105
18. Estimasi Fungsi Persamaan Keputusan Menjadi Nasabah	106
19. Uji Gejala Multikolinearitas Terhadap Hasil Estimasi Model	110
20. Uji Gejala Heterokedastisitas.....	111
21. Hasil Estimasi Persamaan Keputusan Menjadi Nasabah.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Kerangka Konseptual.....	67
2. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia	91
3. Uji Gejala Normalitas	110

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan industri keuangan syariah secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan Operasional Perbankan Syariah di Indonesia. Sebelum tahun 1992, telah didirikan beberapa badan usaha pembiayaan non-Bank yang telah menerapkan konsep bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya. Hal tersebut menunjukkan kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah.¹

Dalam periode 1992 sampai dengan 1998, terdapat hanya satu Bank umum syariah dan 78 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang telah beroperasi. Pada tahun 1998, dikeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 sebagai amandemen dari UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi keberadaan sistem Perbankan Syariah. Pada tahun 1999 dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang direvisi dengan UU No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah.

Adanya deregulasi UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah dimana undang-undang ini dikeluarkan guna menjamin kepastian hukum bagi *stakeholders* dan sekaligus memberikan keyakinan kepada masyarakat terhadap perbankan syari'ah. Sehubungan dengan hal tersebut, pengaturan tersendiri bagi Perbankan Syariah merupakan hal yang mendesak dilakukan, untuk menjamin terpenuhinya prinsip-prinsip syariah, prinsip kesehatan bank syariah, dan yang tidak kalah penting dapat diharapkan memobilisasi dana dari negara lain yang mensyaratkan pengaturan terhadap Bank syariah dalam undang-undang

¹Abdul Choir, *Arah Perkembangan Perbankan Syari'ah di Indonesia* (Bandung: PT Rosda Karya, 2011), h. 84.

tersendiri.²

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok Bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana baik skala kecil maupun skala besar untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Untuk itu perbankan syari'ah dalam menyalurkan pembiayaannya harus berlandaskan kepada dua prinsip pembiayaan syariah yang mendasar. *Pertama*, Prinsip Keadilan, pembiayaan saling menguntungkan baik pihak yang menggunakan dana maupun pihak yang menyediakan dana. *Kedua*, Prinsip Kepercayaan, merupakan landasan dalam menentukan persetujuan pembiayaan maupun dalam menghitung margin keuntungan maupun bagi hasil yang menyertai pembiayaan tersebut.

Untuk mendukung prinsip-prinsip tersebut agar dapat berjalan jauh dari prasangka, manipulasi, korupsi dan kolusi maka dibutuhkan informasi yang memadai. Informasi ini menjadi data pendukung yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang proposional. Jenis informasi yang dimaksud adalah: *Pertama*, informasi data nasabah. *Kedua*, informasi data penjualan/pembelian/penyewaan riil. *Ketiga*, proyeksi laporan keuangan. *Keempat*, akad pembiayaan.³

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syari'ah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpun dana (*funding*) dan produk jasa (*service*).⁴ Dari ketiga jenis produk ini, produk penyaluran dana (*financing*) yang berkaitan erat dengan pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syari'ah. Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syari'ah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yakni: *Pertama*, pembiayaan dengan prinsip jual beli. *Kedua*, pembiayaan dengan prinsip sewa. *Ketiga*, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. *Keempat*, pembiayaan dengan akad pelengkap.⁵ Dari berbagai jenis akad pembiayaan Bank syari'ah, di lain pihak

²Penjelasan atas UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah.

³Kartini Sapta, *Pengenalan Pola Pembiayaan Syari'ah*, Edisi Revisi cet V (Jakarta: PT Grafindo, 2012), h. 38.

⁴*Ibid*, h. 38.

⁵Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*(Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2003), h. 85.

sejak tahun 2003 komposisi pembiayaan Bank syariah didominasi dengan skim *murabahah*. Hal ini disebabkan masyarakat Indonesia lebih menyukai pembiayaan konsumtif, dibandingkan pembiayaan produktif.

Hal tersebut dapat dipahami mengingat tingkat pengembalian pada bank syariah tidak mengacu pada tingkat suku bunga dan pada akhirnya dapat menyediakan dana investasi dengan biaya modal yang relatif lebih rendah kepada masyarakat. Pengalaman historis tersebut telah memberikan harapan kepada masyarakat akan hadirnya sistem perbankan syariah sebagai alternatif sistem perbankan yang selain memenuhi harapan masyarakat dalam aspek syariah juga dapat memberikan manfaat yang luas dalam kegiatan perekonomian.⁶

Perkembangan bisnis Bank syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik sejauh ini. Salah satu faktornya disebabkan oleh dukungan permintaan “*Islamic product*” yang solid dari mayoritas penduduk muslim di Indonesia. Bank Syariah adalah bank umum sebagaimana dimaksud dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang saat ini telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Sedangkan yang dimaksud dengan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah menurut Pasal 1 angka 10 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang saat ini telah mencakup aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain;

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah dan musyarakah*)
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*)
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*)

⁶Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia* (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999), h. 64.

atau

5. Dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Kelahiran lembaga perbankan Islam didorong oleh adanya desakan kuat dari orang Islam yang tidak menyukai sistem transaksi Bank konvensional yang dipandang mengandung unsur riba, karena penerapan riba dalam peminjaman akan menanamkan kedengkian dan kebencian, bahkan dapat menimbulkan putusannya hubungan sosial. Terlebih penerapan riba ini dianggap telah menyatakan perang dengan Allah swt dan Rasul-Nya. Adanya pelarangan riba dalam Islam merupakan pegangan utama bagi bank Islam dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sehingga kontrak utang-piutang antara bank Islam dan nasabah berada dalam koridor *free interest* (bebas bunga).⁷

Perkembangan industri Perbankan Syariah memiliki total aset sebesar Rp. 296.262 Triliun dengan pangsa pasar 4,61%. terdiri dari 12 Bank umum syariah, 22 Unit Usaha Syariah yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional dan 163 BPRS, khususnya di daerah DKI Jakarta total aset gross, pembiayaan, dan Dana Pihak Ketiga (BUS dan UUS) masing masing sebesar Rp. 201.379 Triliun, Rp. 85.410 Triliun, Rp. 110.509 Triliun.⁸

Apabila kita melihat perkembangan dana Pihak ketiga (DPK) secara Nasional pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah pada Desember berjumlah 231.175 Triliun Rupiah.⁹ Ini memang jumlah yang kecil apabila dibandingkan dengan Bank konvensional, namun patut dibanggakan karena Bank syariah terus mengalami perkembangan baik dari sisi layanan, jenis produk, DPK dan hal lainnya.

Turunnya pertumbuhan ini pasti ada penyebabnya. Salah satunya yaitu kurangnya minatnya masyarakat menabung atau mendepositokan uang ke perbankan syariah mengakibatkan permodalan yang kecil, biaya dana yang mahal,

⁷Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Keuangan Terkait (BMUI) dan Takaful di Indonesia*(Jakarta: Rajawali Press, 2008), h. 8.

⁸OJK, Statistik BPS Desember 2015

⁹Statistik Perbankan Syariah Desember 2015

dan biaya operasional yang belum efisien, pelayanan yang belum memadai serta kualitas sumber daya manusia dan teknologi yang masih tertinggal jauh.

Rendahnya pangsa pasar Perbankan Syariah pada saat ini merupakan prospek dan merupakan tantangan yang harus dijawab dan diwujudkan dengan tindakan yang nyata sehingga harus dicari solusi permasalahan oleh pihak institusi Perbankan Syariah maupun lembaga yang menaunginya seperti OJK yang memiliki wewenang otoritas pengendalian dan pengawasan bagi lembaga perbankan di bawah menteri keuangan untuk meningkatkan pertumbuhan Perbankan Syariah secara Nasional.

Pada kenyataannya, dalam penyelenggaraan operasional perbankan masih terdapat banyak permasalahan yang terjadi antara perbankan dan masyarakat. Salah satu penyebab terjadinya permasalahan tersebut adalah belum memadainya tingkat pemahaman atau pengetahuan masyarakat mengenai sistem dan prinsip Perbankan Syariah maka diperlukan edukasi agar masyarakat paham betul dengan perbankan syariah.

Kurang memadainya pengetahuan masyarakat tentang fungsi dan peran Bank serta produk dan jasa perbankan dapat menghambat pemanfaatan Bank dalam rangka meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik di masa depan. Kondisi tersebut di atas antara lain disebabkan bahwa sampai saat ini industri perbankan Indonesia belum memiliki program pengetahuan yang memadai, komprehensif, terintegrasi dan terencana dengan baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di bidang perbankan. Kondisi tersebut di atas antara lain disebabkan bahwa sampai saat ini industri perbankan Indonesia belum memiliki program edukasi yang memadai, komprehensif, terintegrasi dan terencana dengan baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di bidang keuangan khususnya perbankan.

Di sisi lain kondisi geografis Indonesia, kesenjangan tingkat pengetahuan masyarakat, keragaman budaya dan aspek demografis di Indonesia menyebabkan edukasi nasabah menjadi suatu tantangan yang perlu ditindak lanjuti. Mengingat edukasi atau pengetahuan kepada masyarakat sudah mendesak untuk dilakukan, maka saat ini program edukasi kepada masyarakat akan difokuskan. Edukasi yang

dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank.

Edukasi dalam hal ini diharapkan dapat memfasilitasi pemberian informasi yang cukup kepada masyarakat. Pengetahuan masyarakat tentang perbankan Syariah sendiri masih relatif rendah karena hanya mengetahui hal-hal yang umum tentang perbankan Syariah. Konsumen tidak mengetahui secara spesifik tentang produk apa yang ditawarkan oleh Bank Syariah dan manfaat apa yang dapat diterimanya jika menggunakan jasa Bank Syariah.

Edukasi kepada masyarakat tentang perbankan Syariah dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih antara perbankan Konvensional dan perbankan Syariah. Perbankan Syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang Bank Syariah, disamping itu faktor penyebab lainnya yaitu komitmen keislaman, dan pelayanan itu sendiri tentang Bank Syariah. Mengingat pentingnya edukasi dan komitmen keislaman, dan pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Di sisi lain perkembangan perbankan syariah tidak luput dari umat islam itu sendiri termasuk ajaran islam yang memberikan pemahaman dan pengetahuan yang menyatakan bahwa menabung di bank konvensional adalah riba atau selayaknya harta umat islam tidak diperuntukkan berinvestasi di sector perusahaan yang bergerak di sector bisnis minuman keras, kasino, judi, sehingga bank konvensional tidak bisa menjamin untuk tidak menginvestasikan uangnya disektor usaha yang dilarang oleh agama terutama agam Islam. Komitmen keislaman atau tingkat religi ini sangat mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Perbankan Syariah, Karena keterbatasan tingkat religi seseorang, masih banyak kalangan umat Islam yang bertanya-tanya tentang kehalalan bunga bank sedangkan kehidupan perekonomian tidak mungkin lagi dilepaskan dari jasa perbankan. Bahkan untuk kepentingan rumah tangga. Padahal

umumnya bank konvensional menjalankan praktek ribawi dalam banyak transaksinya.

Salah satu faktor yang mendukung nasabah ingin menabungkan sebagian uangnya ke Bank Syariah yaitu kualitas pelayanan, Kualitas pelayanan merupakan *driver* kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Banyak studi yang mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi dari kualitas pelayanan, ada 5 dimensi, yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Dengan dijalankan 5 dimensi ini kualitas pelayanan akan meningkat dan pelayanan akan terselenggara dengan baik akan menghasilkan output yang baik pula, dalam hal ini keputusan menjadi nasabah akan meningkat. Hal ini didukung penelitian Junaidi Safitri dalam tesisnya bahwa semua dimensi kualitas pelayanan yaitu *Compliance, Assurance, Tangible, Empathy dan Responsiveness* memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah¹⁰

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik dengan permasalahan keputusan menjadi nasabah dikarenakan salah satu indikator pertumbuhan perbankan syariah dapat dilihat dari keputusan seseorang menjadi nasabah perbankan syariah dengan demikian penulis atau peneliti merasa tertarik untuk meneliti permasalahan ini dan menganalisis tentang **“Pengaruh Edukasi, Komitmen Keislaman, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah;

1. Bagaimana pengaruh Edukasi terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan?
2. Bagaimana pengaruh komitmen keIslaman terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan?

¹⁰ Junaidi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Yogyakarta*, (Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan kalijaga, yogyakarta, 2014), h. ix

3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan?

C. Batasan Istilah

Untuk mengantisipasi terjadinya kesimpangsiuran dalam memahami istilah yang digunakan dalam penelitian, maka berikut ini dijelaskan batasan istilah;

1. Edukasi di dalam kamus bahasa Indonesia berarti pendidikan dalam arti luas dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan dan pemahaman,¹¹ oleh karenanya istilah edukasi dalam penelitian ini dimaksud sebagai pengetahuan atau pemahaman tentang Bank syariah di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Medan;
2. Komitmen di dalam kamus bahasa Indonesia adalah perjanjian untuk melakukan sesuatu¹² sedangkan keislaman di dalam kamus bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang bertalian dengan agama Islam,¹³ oleh karenanya komitmen keislaman dalam penelitian ini adalah perjanjian untuk melaksanakan sesuatu dengan dasar agama Islam, di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan;
3. Pelayanan di dalam kamus bahasa Indonesia adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli.¹⁴ Sedangkan menurut kotlet pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Oleh karenanya pelayanan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan kepada Nasabahnya;

¹¹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi ke-III (Jakarta: Balai Pustaka, Cet. 3, 2010), h. 374.

¹²*Ibid*, h. 743.

¹³*Ibid*, h. 565.

¹⁴*Ibid*, h. 826.

4. Pengertian Keputusan menjadi nasabah yaitu sebuah proses keputusan menjadi nasabah pada suatu Bank,¹⁵ keputusan menjadi nasabah dalam penelitian ini adalah proses pengambil keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisa pengaruh edukasi atau pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan;
2. Untuk menganalisa pengaruh komitmen keislaman terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan;
3. Untuk menganalisa pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Medan.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai hasil yang diharapkan akan berguna untuk beberapa hal sebagai berikut:

1. Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam khususnya mengenai edukasi atau pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, komitmen keislaman dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan;
2. Secara Praktis penelitian ini dapat memberikan informasi yang menjadi acuan kepada perusahaan PT. Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Medan agar perusahaan mengetahui edukasi atau pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, komitmen keislaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan.

¹⁵Kotler, *Manajemen*, h. 207.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Bank Syariah

Istilah Perbankan sudah tidak asing lagi bagi masyarakat umumnya bagi yang sudah pernah menggunakan jasa Perbankan. Menurut pasal 1 ayat 7 UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Adapun Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang Syariah.¹⁶

Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.¹⁷ Bank adalah suatu badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediaries*), yang menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dana (*surplus*) ke pihak yang kekurangan dana (*deficit*) pada waktu yang ditentukan. Jadi Perbankan adalah lembaga yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang surplus dana dengan deficit dana.

Pada awalnya penerapan sistem Perbankan Syariah, pembentukan lembaga keuangan Syariah, serta penciptaan produk-produk Syariah dalam sistem keuangan dimaksudkan untuk menciptakan suatu kondisi bagi umat muslim agar melaksanakan semua aspek kehidupan termasuk aspek ekonominya dengan berlandaskan pada Alquran dan Asunah. Saat ini sistem perekonomian Islam mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadi objek kajian dan penelitian kalangan barat. Sistem Syariah dewasa ini telah terintegrasi dan berinteraksi dengan sistem perekonomian dunia.

¹⁶ Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

¹⁷ Undang-undang No. 21 tahun 2008 bab II Pasal 3 tentang Perbankan Syariah (asas, tujuan dan fungsinya).

Sistem Perbankan Syariah tidak lagi hanya dimonopoli dan diklaim sebagai sistem perbankan negara-negara Islam. Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia dimaksudkan antara lain untuk menyediakan alternatif pelayanan kepada masyarakat baik dalam bentuk penyimpanan dana atau jenis jasa lainnya, maupun berupa pembiayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip Syariah.

Adanya produk Syariah tersebut memberikan tempat bagi masyarakat yang belum bisa menerima sistem Bank konvensional disebabkan oleh karena hambatan keyakinan yang dianutnya. Dalam upaya pengembangan Bank Syariah dijumpai berbagai kendala antara lain dapat disebutkan sebagai berikut :

1. Masih minimnya pemahaman masyarakat terhadap jenis operasi dan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank- Bank Syariah.
2. Jumlah dan jaringan kantor Bank Syariah yang masih terbatas sehingga menyulitkan masyarakat mengakses pelayanan Bank Syariah.
3. Kurangnya sumber daya manusia yang memiliki pemahaman dan pengalaman teknik Perbankan Syariah.

Upaya pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia merupakan kegiatan yang mendasar dan memiliki dampak yang luas, bukan saja bagi perekonomian nasional tetapi juga kegiatan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, untuk mengembangkan Perbankan Syariah tersebut perlu diikutsertakan unsur-unsur yang dapat membantu perkembangan sistem Perbankan Syariah antara lain Bankir Syariah, para ahli ekonomi, hukum dan perbankan Islam, serta para ulama. Pelanggaran terhadap praktik riba dilarang oleh Islam. Terdapat berbagai sumber yang berkaitan dengan pelarangan terhadap praktik riba. Mengingat keawaman penulis dalam masalah fiqh dan hadis, pada bagian ini penulis tidak bermaksud membahas mengenai masalah bunga Bank sebagai praktik riba dilihat dari pandangan syariah, tapi sekedar mengambil dari berbagai sumber untuk kemudian dibuat kesimpulan sebagai latar belakang permasalahan yang terkait dengan masalah penerimaan tingkat bunga Bank sebagai riba.

Dalam rangka menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang berubah cepat tantangan yang dinamis, semakin kompleks, serta terintegrasi

dengan perekonomian internasional, diperlukan berbagai penyesuaian kebijakan di bidang perbankan. Kebijakan ini diharapkan dapat memperbaiki dan memperkuat ketahanan perbankan nasional. Kebijakan perbankan yang komprehensif, transparan dan mengandung kepastian hukum tersebut di antaranya berkaitan dengan pengaturan kepemilikan dan permodalan, kepengurusan, perluasan jaringan, serta perubahan kegiatan usaha Bank Syariah. Artinya, Bank Indonesia, antara lain tetap mempertimbangkan faktor-faktor kemampuan Bank Syariah, prinsip kehati-hatian operasional, tingkat persaingan yang sehat, tingkat kejenuhan jumlah Bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, pemerataan pembangunan ekonomi nasional, kelayakan rencana kerja, serta kemampuan dan atau kelayakan pemilik, pengurus, dan pejabat.

Dalam pendirian Bank Syariah diperlukan dukungan permodalan yang kuat dan pemilik Bank yang layak serta kondisi keuangan yang sehat sehingga Bank Syariah mampu bersaing dalam dunia perbankan Internasional. Hal ini sejalan dengan perkembangan globalisasi sistem keuangan dan pembukaan akses pasar serta perlakuan non-diskriminasi. Sehubungan dengan itu terhadap pihak asing diberikan juga kesempatan untuk berperan serta dalam kepemilikan dan kepengurusan Bank Syariah dengan tetap memperhatikan aspek kemitraan dengan pihak nasional. Selain permodalan yang kuat, Bank perlu didukung pula oleh pengurus, Dewan Pengawas Syariah, dan pejabat yang mampu dan kompeten untuk mengelola Bank secara sehat.

Sementara itu, penambahan jaringan Bank Syariah dimungkinkan untuk memperluas jangkauan layanan melalui pembukuan Unit Pelayanan Syariah dengan tetap memperhatikan rencana kerja Bank, dan kelayakan, serta kemampuan keuangan Bank. Selain itu, perluasan jaringan juga harus memperhatikan tingkat kejenuhan jumlah Bank yang akan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, tingkat persaingan pemerataan pembangunan ekonomi nasional. Dalam rangka mendukung kebijakan yang transparan dan mengandung kepastian hukum, diperlukan pengaturan secara jelas tentang kelembagaan Bank Syariah.

Dalam rangka kepastian hukum perlu dicantumkan sanksi yang tegas dan transparan kepada Bank Syariah dan atau pihak lain yang melanggar ketentuan. Hal ini dimaksudkan sebagai upaya Bank Indonesia untuk mendorong Bank lebih memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam menjalankan kegiatan usahanya dan untuk kelancaran pelaksanaan tugas pengawasan dan pembinaan Bank Syariah oleh Bank Indonesia.¹⁸

Pada dasarnya semua Bank mempunyai fungsi yang sama, hanya saja operasional dan prinsip-prinsipnya yang berbeda. Misalnya Bank Syariah memiliki karakteristik sendiri. Bank Syariah adalah Bank yang aktifitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip Syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Prinsip utama operasional Bank berlandaskan prinsip Syariah adalah hukum Islam yang bersumber dari Alquran dan Alhadis. Kegiatan operasional Bank harus memperhatikan perintah dan larangan dalam Alquran dan sunnah Rasul. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan Bank yang dapat diklasifikasikan sebagai riba.¹⁹

Bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dana mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait.²⁰ Bank Syariah menurut Karnaen Purwaatmadja adalah Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni Bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan Syariah Islam. Salah satu unsur yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan).²¹

¹⁸ Badriyah Harun, *Penyelesaian Sengketa Kredit Bermasalah, Solusi Hukum (Law Solution) dan Alternatif Penyelesaian Segala Jenis Kredit Bermasalah* (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010), h. 118-121.

¹⁹ Y. Susilo, *Bank dan Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Selemba Empat, 2000), h. 27

²⁰ Zainul Arifin, *Dasar-Dassar Manajemen Bank Syariah*, edisi Revisi Cet 7 (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), h. 3

²¹ Karnaen Purwaatmadja dalam buku Muhammad Firdaus NH, *et all, Konsep & Implentasi Bank Syariah*, Edisi Revisi Cet.III (Jakarta: Renaisan, 2005), h. 18

Menurut Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pasal 1 ayat 7, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²²

Dalam menjalankan fungsinya, Bank bermitra dengan nasabah. Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 dikatakan bahwa Nasabah penyimpan dana adalah nasabah yang menempatkan dananya diBank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian Bank dengan nasabah yang bersangkutan.²³ Sedangkan nasabah debitur nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian Bank dengan nasabah bersangkutan.²⁴

Adapun Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan Perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki.²⁵ Perbankan Syariah yang juga sering disebut sebagai Perbankan Islam dengan salah satu prinsip utamanya adalah bebas riba, dengan dibuktikan dengan layanan bebas bunga (*freeinterest*) kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba).

Pelarangan inilah yang membedakan sistem Perbankan Islam dengan sistem Perbankan konvensional. Tujuan utama Perbankan dan keuangan Islam ada tiga yaitu *pertama*, penghapusan bunga dengan prinsip-prinsip Islam. *Kedua*, pencapaian distribusi pendapatan dan kekayaan yang wajar. *Ketiga*, promosi pembangunan ekonomi.²⁶ Mengenai hal ini dapat kita lihat beberapa aturan yang termaktub dalam Alquran dan salah satu di antaranya adalah surat yang melarang atau mengharamkan riba, dijelaskan di dalam Alquran surat al Baqarah ayat 275 berikut:

²² Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang per Bankan syariah.

²³ Undang-undang No.10 tahun 1998 tentang per Bankan pasal 1 angka 17

²⁴ Undang-undang No.10 tahun 1998 tentang per Bankan pasal 1 angka 18

²⁵ Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang Per Bankan Syariah

²⁶ Algaoud, L.M. and M.K. Lewis, *Corporate governance in Islamic Banking: the case of Bahrain*, International Journal of Business Studies, 7(1), h. 56–86.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ
 عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧﴾

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan 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 baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.²⁷

Berdasarkan ayat di atas, Bank Syariah adalah Bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yaitu mengacu pada ketentuan Alquran dan Alhadis. Sedangkan muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya, baik hubungan pribadi maupun antara perorangan dengan masyarakat. Bank Syariah sebagai Bank berdasarkan prinsip Syariah wajib memposisikan diri sebagai *uswatun hasanah* dalam implementasi moral dan etika bisnis yang benar atau melaksanakan etika dan moral agama dalam aktivitas ekonomi. Secara filosofis Bank Syariah adalah Bank yang aktivitasnya meninggalkan riba. Suatu yang sangat menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk mengganti sistem bunga dalam transaksi Perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam.²⁸

Sebagaimana fungsi Bank Syariah sebagai intermediasi antara pihak yang berkepentingan maka yang paling penting di dalamnya adalah dana yang

²⁷Q.S. Albaqarah/1:275

²⁸Zainul Arifin, *Dasar-dasar*, h. 16.

dikumpulkan. Dana yang telah dikumpulkan oleh Bank Syariah dari titipan dana pihak ketiga atau titipan lainnya, perlu dikelola dengan penuh amanah dan *istiqomah*. Dengan harapan dana tersebut mendatangkan keuntungan yang besar, baik untuk nasabah maupun Bank Syariah.

Prinsip utama yang harus dikembangkan Bank Syariah dalam kaitan dengan manajemen dana adalah bahwa Bank Syariah harus mampu memberikan bagi hasil kepada penyimpan dana minimal sama dengan atau lebih besar dari suku bunga yang berlaku di Bank konvensional, dan mampu menarik bagi hasil dari debitur lebih rendah dari pada bunga yang diberlakukan di Bank konvensional. Menurut Syaikh Mahmud Syalthut dalam Karim, berpendapat bahwa secara terminologi definisi Syariah adalah “peraturan-peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah swt. Atau telah digariskan pokok-pokoknya dan dibebankan kepada kaum muslimin supaya mematuhi, supaya Syariah ini diambil oleh orang Islam sebagai penghubung di antaranya dengan Allah swt. Dan di antaranya dengan manusia”.²⁹

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Syariah merupakan perintah dan larangan yang berbentuk peraturan-peraturan dan hukum yang menjadi pedoman dalam menjalani hidup dan sebagai penghubung antara diri sendiri dengan Allah swt, Serta antara sesama manusia. Perbankan Syariah menjalankan sistem operasionalnya dengan memberlakukan sistem bagi hasil (*profit and lost sharing*) dan berbagi resiko (*risk sharing*) dengan nasabahnya yang memberikan penjelasan atas setiap perhitungan keuangan atas transaksi yang dilakukan sehingga akan meminimalisir kegiatan spekulatif dan tidak produktif.

Dalam ajaran Islam, sebuah transaksi yang melibatkan dua orang antara pembeli dan penjual tidak boleh ada yang merasa dirugikan. Keduanya harus dapat saling bekerja sama dan melakukan transaksi sesuai dengan kesepakatan yang menandakan bahwa tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan karena kesepakatan tersebut merupakan sebuah akad (perjanjian) yang telah disetujui bersama. Dalam hal produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah, produk-

²⁹Mahmud Syalthut, *Manhaj Assyra' I fi al-Islam*, Jalan Syariah dalam Islam, Terj. Karim (Surabaya; Cita Insani Press, 2010), h. 7.

produk tersebut sebagian besar memiliki kesamaan dengan yang ditawarkan oleh Bank konvensional. Namun, dalam hal penerapannya tentunya berbeda. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan prinsip di antara keduanya.

Beberapa produk dengan berbagai sistem akad ditawarkan oleh Bank Syariah, diantaranya produk tabungan dengan akad *Wadiah* (titipan), jual-beli dengan akad (*Murabahah*), sewa dengan akad (*Ijarah*), bagi hasil dengan akad (*Mudharabah*), penyertaan dengan akad (*Musyarakah*), investasi dengan akad (*Mudharabah*), serta produk jasa lainnya

Dalam layanan Perbankan Syariah yang berhubungan dengan penyaluran dana seperti pemberian pembiayaan kepada nasabah, dapat dilakukan dengan berbagai bentuk akad sesuai dengan kebutuhan dari nasabah sendiri. Salah satu bentuk pembiayaan yang paling sering diberikan kepada nasabah adalah pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dari nasabah. Pembiayaan konsumtif terbagi dalam beberapa macam produk yang dapat dibiayai, mulai dari barang, mobil, barang-barang mewah, sampai kepada kepemilikan rumah. Khusus pada pembiayaan atas kepemilikan rumah atau umumnya dikenal dengan nama KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) untuk lingkungan Bank konvensional merupakan salah satu produk yang cukup diminati oleh nasabah Bank Syariah.

Hal ini disebabkan setiap masyarakat tentunya ingin memiliki rumah mereka masing-masing sehingga, produk ini dapat dikatakan sebagai salah satu produk unggulan oleh Bank Syariah. Pada penerapan pembiayaan kepemilikan rumah di Bank Syariah dapat dilakukan dengan berbagai akad, seperti akad jual-beli (*Murabahah*), jual-beli dengan pesanan khusus (*Istishna'*), sewa-beli (*Ijarah Muntahiyah Bittamlik*), dan penyertaan-sewa (*Musyarakah Muntanaqisah*). Pada setiap akad memiliki karakteristik masing-masing yang menggambarkan kelebihan dan kekurangannya.

Pada akad *Murabahah* (jual-beli) dan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT/sewa-beli) khususnya, tentu memiliki tata cara dan keunikan masing-masing dalam pemberian pembiayaan kepemilikan rumah. Pemberian pembiayaan kepemilikan rumah umumnya menggunakan akad *Murabahah* (jual-beli). Akad

Murabahah (jual-beli) yaitu akad jual beli barang, dalam hal ini adalah rumah, dimana si penjual menyatakan harga perolehannya dan margin yang diinginkan pada saat penjualan kepada si pembeli atas kesepakatan bersama. Transaksi dengan akad *Murabahah* (jual-beli) ini dapat dilaksanakan dengan berbagai cara yaitu, dapat berbentuk tunai setelah menerima barang, ditangguhkan dengan cicilan setelah penerimaan barang, ataupun ditangguhkan dengan membayar sekaligus dikemudian hari. Sedangkan, pemberian pembiayaan kepemilikan rumah dengan akad *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT) yang pada prakteknya masih jarang digunakan, merupakan pembiayaan yang menggunakan akad sewa-beli dimana nasabah menyewa barang atau dalam hal ini rumah yang pada akhir masa sewanya akan terjadi pengalihan hak kepemilikan rumah. Perpindahan kepemilikan atas rumah dengan akad ini dapat dilaksanakan dengan beberapa cara yaitu dengan hibah atau jual-beli. Keunikan dalam perjanjian transaksi yang dimiliki oleh kedua akad ini mempengaruhi perlakuan akuntansinya masing-masing.

Mulai dari pengakuan, pengukuran, pencatatan, dan pelaporannya. Standar akuntansi 102 tentang akuntansi *Murabahah* (jual-beli) menjadi acuan dari penerapan perlakuan akuntansi menggunakan akad *Murabahah* (jual-beli). Sedangkan, standar akuntansi 107 tentang akuntansi *Ijarah dan Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT) menjadi acuan dari penerapan perlakuan akuntansi menggunakan akad *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT). Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan Syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

1. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.
2. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa.
3. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.³⁰

³⁰Azmi Omar, dengan judul *Management and Finance of Islamic Bank (Syariah) in Indonesia* (Malaysia; Internation Journal, with Number ISSN; 9830-384st), h. 41.

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan Bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual-beli seperti *murabahah*, *salam*, dan *istishna* serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu *ijarah*. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan Bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi-hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka. Produk perbankan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah *musyarakah* dan *mudharabah*.

Secara spesifik terdapat bentuk *musyarakah* yang populer dalam produk perbankan Syariah yaitu *mudharabah*. *Mudharabah* adalah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahibul maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi 100% modal dari *shahibul maal* dan keahlian dari *mudharib*. Transaksi jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahibul maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi akibat kelalaian. Sedangkan sebagai wakil *shahibul maal* dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal.

Perbedaan yang esensial dari *musyarakah* dan *mudharabah* terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu diantara itu. dalam *mudharabah* modal hanya berasal dari satu pihak, sedangkan dalam *musyarakah* modal berasal dari dua pihak atau lebih. *musyarakah* dan *mudharabah* dalam literatur fiqih berbentuk perjanjian kepercayaan (*uqud al amanah*) yang menuntut tingkat kejujuran yang tinggi dan menjunjung keadilan. Karenanya masing-masing pihak harus menjaga kejujuran untuk kepentingan bersama dan setiap usaha dari masing-masing pihak untuk melakukan kecurangan dan ketidakadilan pembagian pendapatan betul-betul akan merusak ajaran Islam.³¹

³¹Muljadi (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tangerang). Hikmah Endraswati (Dosen STAIN Salatiga). Salamah Wahyuni (Dosen FEB Universitas Sebelas Maret). Dengan judul '*The Connection in Operational of Bank Shariah Marketing mix in People Skill at*

Oleh karena itu, upaya manajemen dana Bank Syariah perlu dilakukan secara baik. Baiknya manajemen dana yang diberlakukan oleh Bank Syariah akan menunjukkan kredibilitas di depan kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dananya. Sehingga, arah untuk mencapai *likuiditas*, *rentabilitas*, dan *solvabilitas* Bank Syariah tercapai.³²

2. Edukasi

Edukasi berasal dari kata *educate* (mendidik) artinya memberi peningkatan (*to elicit, to give rise to*), dan mengembangkan (*to evolve, to develop*). Menurut McLeod dalam arti yang sempit edukasi atau pendidikan berarti perbuatan atau proses perbuatan untuk memperoleh pengetahuan.³³ Edukasi di dalam kamus bahasa Indonesia adalah pendidikan dalam arti luas dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan dan pemahaman, dan cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembanagkan potensi diri pada peserta didik dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik, edukasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan, dan mendidik peserta untuk memiliki akhlak mulia, mampu mengendalikan diri dan memiliki keterampilan.³⁴

Menurut Bambang Waluyo Dalam cetak biru BI Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang Perbankan³⁵ adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah.

the Province of Banten, Indonesia. Jurnal Internasional (International Journal of Society of Interdisciplinary Business Research) dengan ISSN;2304-1013 Volume 4, Number 01 Tahun 2014. CDROM; 2304-1269), h. 74..

³²Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*, Edisi Revisi, Cet.II (Yogyakarta, UII Press, 2013), h. 73-74.

³³McLeod dalam buku Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 10.

³⁴Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Balai Pustaka:2012), h. 232

³⁵Bambang Wuluyo, *at., al, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia*, dalam *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, vol. I, 43.

Edukasi nasabah Perbankan merujuk pada pemberian informasi dan pemahaman kepada nasabah tentang fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah. Edukasi tersebut sangat diperlukan untuk mendukung kesetaraan hak dan kewajiban antara nasabah sebagai konsumen produk dan jasa Perbankan dengan Bank sebagai pelaku usaha yang menyediakan produk dan jasa kepada nasabah. Pemberian edukasi yang memadai dapat mencegah terjadinya sengketa hukum antara Bank dan nasabah di kemudian hari.

3. Ruang Lingkup Edukasi Nasabah Perbankan

Masalah edukasi Perbankan di Indonesia telah mendapat perhatian tersendiri karena terkait dengan 6 pilar Arsitektur Perbankan Indonesia (API), yaitu tentang peningkatan dan perlindungan dan pemberdayaan nasabah. Kemudian 6 pilar ini diterjemahkan ke 4 (empat) program prioritas yaitu:³⁶

- a. Penyusunan mekanisme pengaduan nasabah;
- b. Pembentukan Lembaga Mediasi Independen;
- c. Menyusun standar transparansi dan informasi produk Perbankan;
- d. Edukasi nasabah

Dalam program pertama dan kedua ditujukan untuk penyelesaian permasalahan yang telah terjadi antara Bank dengan nasabah, sedangkan program yang ketiga dan keempat ditujukan untuk mencegah timbulnya permasalahan antara Bank dengan nasabah. Untuk mendukung program kerja edukasi nasabah telah diterbitkan dokumen “*cetak biru edukasi masyarakat di bidang perkembangan*” oleh kelompok kerja edukasi masyarakat di bidang perBank pada tahun 2007 yang berisikan pola strategi jangka pendek dan jangka panjang, pola strategi jangka pendek yaitu:

- a. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan, untuk produk dan jasa Perbankan, hak dan kewajiban nasabah, aspek kehati-hatian dalam melakukan transaksi keuangan (*risk awareness*), serta sarana dan mekanismen pengaduan atau penyelesaian permasalahan dengan Perbankan;

³⁶*Ibid*, h. 12.

- b. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan, untuk produk dan jasa Perbankan Syariah dalam rangka meningkatkan pangsa pasar Perbankan Syariah;
- c. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan meningkatkan citra BPRS di masyarakat;
- d. Mencegah kemungkinan timbulnya kerugian pada masyarakat;
- e. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan pemahaman penggunaan instrumen sistem pembayaran non tunai secara aman;
- f. Sementara itu pola strategi jangka panjang antara lain mencangkup;
- g. Memperluas cangkupan wilayah edukasi melalui kerjasama dengan media masa untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kelembagaan prodak dan jasa Perbankan;
- h. Memperluas dan mengintensifkan program edukasi melalui integrasi program edukasi dengan kurikulum sekolah maupun penyempurnaan dan pengkinian materi mengenai uang dan Bank yang sudah terdapat dalam kurikulum sekolah saat ini dengan cara memanfaatkan jalur pendidikan formal mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai sekolah lanjutan tingkat atas(SLTA);
- i. Meningkatkan cangkupan program, sasaran dan wilayah edukasi melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait baik formal ataupun non formal;
- j. Meningkatkan kepercayaan pada masyarakat terhadap fungsi, peran dalam kelembagaan Bank umum dan BPR baik konvensional maupun Syariah dalam mendukung perekonomian nasional;
- k. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kinerja Bank sehingga masyarakat dapat lebih bijaksana dalam menentukan aktivitas Perbankan.³⁷

Edukasi publik merupakan salah satu arah dari strategi fokus Bank Syariah. Hal itu sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyarti F. Laela bahwa dalam *outlook* Perbankan Syariah 2011, strategi difokuskan pada peningkatan kualitas *human capital* Bank Syariah. Lima strategi yang direkomendasikan meliputi: (1)

³⁷*Ibid*, h. 12.

peningkatan kualitas *human capital*; (2) peningkatan kualitas sistem pengawasan yang sesuai dengan standar Internasional; (3) penguatan modal dan struktur industri seperti kebijakan dividen yang pro pertumbuhan dan peningkatan layanan; (4) kerja sama lintas sektor untuk menjangkau usaha mikro, kecil, dan menengah; serta (5) edukasi publik. Dari berbagai rekomendasi di atas, terlihat jelas bahwa edukasi publik akan eksistensi sistem, produk, dan layanan Bank Syariah secara terus menerus masih diperlukan seiring dengan strategi lainnya seperti inovasi, pelayanan, dan profesionalisme sumber daya manusianya.³⁸

Nasabah memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan. Menurut eko Juliawan membagi pengetahuan menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu:³⁹

- a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa.
- b. pengetahuan tentang manfaat produk/jasa.
- c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perbankan maka bank-bank syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya.

Pada dasarnya nasabah perlu memahami secara baik produk dan jasa Per Bankan yang akan digunakan sehingga keputusannya menjadi nasabah tidak salah. Termasuk tingkat risiko yang akan dihadapi (*risk awareness*). Sebaliknya, Perbankan juga dituntut untuk transparan dalam menjelaskan setiap produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat luas. Dengan cara demikian nasabah akan terlindungi dan Bank akan memiliki kepastian berusaha yang lebih jelas.

³⁸ Sugiyarti F. Laela, *Dynamic Strategic-Fit dan Kinerja: Studi Pada Perbankan Syariah dalam Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Juni 2014, Vol. 11, No. 1, h. 25

³⁹ Eko Wuliawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah cabang Bandung*. Jurnal Wira Ekonomi Microskil, STIE Microskil, Volume 1, Nomor 01, April 2011. h. 22

Menurut Baraba Ahmad Produk-produk bank syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Dalam menjalankan operasinya, bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut ⁴⁰:

- a. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank;
- b. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana/*shahibul maal* sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana;
- c. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah; dan
- d. Sebagai pengelola fungsi sosial.

Dari keempat uraian diatas, dapat dijabarkan jasa dan prodak bank syariah dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 1.
Akad dan Prodak Bank Syariah

Pendanaan	Pembiayaan	Jasa Perbankan	Sosial
Pola Titipan <i>Wadiah yad Dhamanah</i> (Giro, Tabungan)	Pola Bagi Hasil <i>Mudharabah</i> <i>Musyarakah</i> (Investment Financing)	Pola Lainnya <i>Wakalah</i> , <i>Kafalah</i> , <i>Hawalah</i> , <i>Rahn</i> , <i>Ujr</i> , <i>Sharf</i> (Jasa Keuangan)	Pola Pinjaman <i>Qardhul Hasan</i> (Pinjaman Kebajikan)
Pola Pinjaman <i>Qardh</i> (Giro, Tabungan)	Pola Jual Beli <i>Musyarakah</i> , <i>Salam</i> , <i>Istishna</i> (Trade Financing)	Pola Titipan <i>Wadiah yad</i> <i>Amanah</i> (Jasa Nonkeuangan)	
Pola Bagi Hasil <i>Mudharabah Mutlaqah</i> , <i>Mudharabah Muqayadah</i> (<i>executing</i>), (Tabungan, Deposito, Investasi, Obligasi)	Pola Sewa <i>Ijarah</i> , <i>Ijarah wa</i> <i>Iqtina</i> (Trade Financing)	Pola Bagi Hasil <i>Mudharabah</i> <i>Muqayyadah</i> (channeling) (Jasa Keagenan)	
Pola Sewa <i>Ijarah</i> (Obligasi)	Pola Pinjaman <i>Qardh</i> (Talangan)		

⁴⁰ Ascarya, *Akad dan Prodak bank Syariah: Konsep Dan Prakteknya di Beberapa Negara*, (Jakarta:Bank Indonesia, 2006), h. 112.

--	--	--	--

Gambar 1: Akad dan Prodak Bank Syariah

Menurut Al Harran dalam buku Ascarya pembiayaan dalam perbankan syariah dibagi menjadi tiga yaitu:⁴¹

- d. ***Return bearing financing***, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.
- e. ***Return free financing***, yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan (*poor*), sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- f. ***Charity financing***, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditur) menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*) dan pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*).

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori, yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

- a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli
- b. Pembiayaan dengan prinsip sewa
- c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
- d. Pembiayaan dengan prinsip pinjaman

⁴¹ *Ibid*, h. 122

Produk-produk jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad-akad *tabarru'* yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh karena, itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Jasa perbankan golongan ini yang bukan termasuk akad *tabarru'* adalah akad *sharf* yang merupakan akad pertukaran uang dengan uang dan *ujr* yang merupakan bagian dari *ijarah* (sewa) yang dimaksudkan untuk mendapatkan upah (*ujroh*) atau *fee*.

Tabel 2. Prodak-prodak Jasa Perbankan

No	Produk	Prinsip
Jasa Keuangan		
1	Dana Talangan	<i>Qardh</i>
2	Anjak Piutang	<i>Hiwalah</i>
3	L/C, Transfer, Inkaso, Kliring, RTGS, dsb	<i>Wakalah</i>
4	Jual beli valuta asing	<i>Sharf</i>
5	Gadai	<i>Rahn</i>
6	<i>Payroll</i>	<i>Ujr / Wakalah</i>
7	Bank Garansi	<i>Kafalah</i>
Jasa NonKeuangan		
8	<i>Safe Deposit Box</i>	<i>Wadi'ah yad amanah / Ujr</i>
Jasa Keagenan		
9	Investasi Terikat (<i>channeling</i>)	<i>Mudharabah muqayyadah</i>
Kegiatan Sosial		
10	Pinjaman Sosial	<i>Qardhul Hasan</i>

Edukasi nasabah Perbankan Syariah penting dilakukan karena tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang fungsi dan peran Bank serta produk dan jasa Perbankan dewasa ini masih belum memadai. Di beberapa daerah yang belum terjamah oleh kemajuan pembangunan, masyarakat mungkin masih enggan untuk berhubungan dengan Bank, dan walaupun berhubungan, produk dan jasa yang digunakan masih sangat terbatas. Bahkan di Negara maju pun seperti yang dikemukakan oleh Rose dan Hudgins, masih ada segelintir orang yang merasa takut dan tertekan untuk berhubungan dengan Bank. Oleh karena itu peningkatan

ketertarikan masyarakat terhadap Perbankan (*Bank minded and awareness*) melalui edukasi sangat perlu diprioritaskan.⁴²

Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan berbagai kemajuan di bidang keuangan lainnya telah mendorong berkembangnya inovasi keuangan (*financial innovation*). Sebagai industri terpenting dalam bidang keuangan, inovasi keuangan berdampak langsung pada Perbankan, yang antara lain ditandai oleh munculnya berbagai produk dan jasa atau instrumen keuangan yang baru tanpa diiringi oleh pemberian edukasi yang memadai, nasabah akan mengalami kesulitan dalam memahami produk dan jasa Bank Syariah yang baru muncul tersebut. Pemberian edukasi juga diperlukan karena perkembangan pesat di bidang teknologi informasi juga dapat mendorong peningkatan kejahatan Perbankan.

Usaha Perbankan sangat rentan terhadap perkembangan lingkungan eksternalnya. Selain itu, dengan semakin terintegrasinya perekonomian Indonesia dengan perekonomian Internasional, maka semakin cepat pula usaha Perbankan di dalam negeri terpengaruh oleh gejolak yang terjadi di dunia internasional. Dalam perekonomian yang semakin terbuka tersebut, krisis atau permasalahan yang dihadapi oleh suatu Negara dapat menjalar ke Negara lain (*contagion effect*). Misalnya adalah krisis *sub-prime mortgage investment* yang melanda Amerika dan Negara lainnya termasuk Indonesia meskipun tidak signifikan.⁴³ Kenyataan ini menisyratkan perlunya nasabah diberi edukasi Perbankan yang memadai agar terhindar dari risiko kerugian karena gejolak ekonomi Internasional yang berdampak terhadap Perbankan domestik.

Mengingat sengketa hukum antara Bank dan nasabah selalu ada, maka edukasi nasabah Bank Syariah perlu dilengkapi dengan penjelasan tentang ketersediaan sarana pengaduan dan mekanisme penyelesaian sengketa dengan Bank. Berlarut-larutnya penyelesaian kesalahfahaman antara Bank dan nasabah akan merugikan kedua belah pihak dan meningkatkan risiko reputasi Bank.

⁴²Rose dan Hudgins, *Bank Management and Financial Services* (New York: McGraw Hill, 2005), h. 57.

⁴³Hal ini dapat dilihat pada kajian stabilitas keuangan (KSK) No. 9 September 2007 (www.bi.go.id/NR/rdonlyres/98eb2b5d-604d/KSKN) No. 9 September 2007

Dalam jangka panjang edukasi nasabah yang memadai akan meningkatkan kesetiaan nasabah (*customer royalty*) terhadap Bank, sekaligus akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistemnya. Tingginya kepercayaan nasabah terhadap sistem Perbankan akan memberi peluang yang besar kepada Bank untuk terus menghimpun dana nasabah guna disalurkan dalam bentuk kredit untuk mendukung kegiatan perekonomian.⁴⁴ Hal ini didukung dengan penelitian Bambang Waluyo bertujuan untuk untuk mengembangkan alternatif dalam sosialisasi dan edukasi publik perbankan syariah untuk meningkatkan market share. Tahapan langkah yang dapat dilakukan dalam sosialisasi dan edukasi publik tentang perbankan syariah adalah dengan memperluas wilayah edukasi publik, membangun aliansi strategis, menyatukan tema edukasi public, menyediakan anggaran yang memadai, menggunakan alat komunikasi, dan memperkenalkan contoh nyata dari pemerintah.⁴⁵

4. Komitmen Keislaman (Religi)

Religi adalah kata kerja yang berasal dari kata benda *religion*. Religi itu sendiri berasal dari kata *re* dan *ligare* artinya menghubungkan kembali yang telah putus, yaitu menghubungkan kembali tali hubungan antara Tuhan dan manusia yang telah terputus oleh dosa-dosanya. Religi berasal dari bahasa latin *religio* yang berasal dari akar kata religi yang berarti mengikat. Religi adalah kecenderungan rohani manusia untuk berhubungan dengan alam semesta, nilai yang meliputi segalanya, makna yang terakhir, dan hakikat dari semuanya. Maka religi sebagai suatu kepercayaan terhadap kekuasaan suatu zat yang mengatur alam semesta ini.

Wasid Mansyur menyebutkan bahwa komitmen agama ialah menciptakan sebuah tatanan kehidupan yang di dalamnya tidak ada unsur-unsur yang menindas (*al-dhâlim*) satu pihak pada pihak lain, sekalipun berbeda agama suku maupun

⁴⁴Muliaman D Hadad, *Pentingnya Edukasi Nasabah Perbankan untuk Pembangunan Ekonomi yang Berkelanjutan*, Jurnal: vol. 5 No. 2 Mei 2008. h. 10

⁴⁵Bambang Waluyo., *at al*, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan , Volume I, No 1 Desember 2013

jenis kelamin.⁴⁶ Sedangkan Rahman El-Janusi menyebutkan komitmen agama adalah suatu bentuk kepatuhan pada ajaran agama”. Komitmen keIslaman yang dibangun atas dasar hubungan nasabah dengan Bank Syariah harus berdasarkan prinsip-prinsip yang telah dipegang bersama, yaitu prinsip Syariah yang masing-masing harus patuh dan taat menjalankannya. Bank tidak boleh sewenang-wenang terhadap nasabah dan nasabah juga tidak boleh memaksakan kehendaknya demi profit yang tidak wajar.⁴⁷

Terdapat dua istilah yang dikenal dalam agama yaitu kesadaran beragama (religious conciousness) dan pengalaman beragama (religious experience). Kesadaran beragama adalah segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi atau dapat dikatakan sebagai aspek mental dari aktifitas agama, sedangkan pengalaman beragama adalah unsur perasaan dalam kesadaran beragama yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa religi adalah internalisasi dan penghayatan seorang individu terhadap nilai-nilai agama yang diyakini dalam bentuk ketaatan dan pemahaman terhadap nilai-nilai tersebut untuk kemudian dapat diimplentasikan dalam perilaku sehari-hari. Sehingga tingkat religi seseorang dapat dilihat dari tingkah laku, sikap, dan perkataan, serta kesesuaian hidup yang dijalani dengan ajaran agama yang dianutnya.

Religi (religiosity) meliputi lima dimensi yaitu keyakinan beragama (beliefs), praktik keagamaan (practice), rasa keberagamaan (feelings), pengetahuan agama (knowledge), dan konsekuensi (effect) dari keempat dimensi tersebut;⁴⁸

⁴⁶ Wasid Mansyur, *Biografi Kiai Ahmad Dahlan: Aktivis Pergerakan dan Pembela Ajaran Aswaja* (Surabaya: Pustaka Idea, 2015), h. 50

⁴⁷ Rahman El Janusi. *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah; Pada Bank Muamalat Kota Semarang* (Jurnal, Annual Conference on Islamic Studies (ACIS), 2-5 November 2009, Surakarta).

⁴⁸ Titian Hakiki & Rudi cahyono, *Komitmen Beragama Pada Muallaf (Studi Kasus pada Muallaf Usia Dewasa)*, Jurnal Psikologi Klinik dan Kesehatan Mental, V. 4 1 April 2015, h. 22.

1. Keyakinan beragama (*beliefs*) adalah kepercayaan atas doktrin teologis, seperti percaya terhadap adanya Tuhan, malaikat, hari akhirat, surga, neraka, takdir, dan lain-lain. Ancok dan Surosa menyatakan bahwa orang religi berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Indikator dari dimensi keyakinan adalah:
 - a. Keyakinan tentang Allah
 - b. Keyakinan tentang malaikat Allah
 - c. Keyakinan tentang kitab-kitab Allah
 - d. Keyakinan tentang Nabi/Rasul Allah
 - e. Keyakinan tentang hari akhir
 - f. Keyakinan tentang qadha dan qadar Allah
 - g. Keyakinan tentang syurga dan neraka

2. Praktik agama (*practice*) merupakan dimensi yang berkaitan dengan seperangkat perilaku yang dapat menunjukkan seberapa besar komitmen seseorang terhadap agama yang diyakininya. Indikator dari dimensi ini adalah:
 - a. Melaksanakan salat wajib dan shalat sunnah
 - b. Melaksanakan puasa wajib maupun sunnah
 - c. Menunaikan zakat, infak, dan shodaqoh
 - d. Melaksanakan haji dan umrah
 - e. Membaca Alquran
 - f. Membaca doa dan dzikir
 - g. Melakukan I'tikaf di bulan ramadhan

3. Rasa/pengalaman keberagamaan (*feelings*) adalah dimensi yang berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami oleh seseorang perasaan yang dialami oleh orang beragama, seperti rasa tenang, tenteram, bahagia, syukur, patuh, taat, takut, menyesal, bertobat, dan lain-lain. Dalam kacamata Islam dimensi ini berkaitan dengan pengalaman-pengalaman yang unik dan yang

merupakan keajaiban. Contohnya, doa yang dikabulkan, diselamatkan dari suatu bahaya, dan lain-lain. Indikator dari dimensi ini adalah :

- a. Perasaan dekat dengan Allah
 - b. Perasaan doa-doanya terkabul
 - c. Perasaan tentram bahagia karena menuhankan Allah
 - d. Perasaan bertawakal kepada Allah
 - e. Perasaan khusyuk ketika melaksanakan shalat dan berdoa
 - f. Perasaan bergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Alquran
 - g. Perasaan bersyukur kepada Allah
 - h. Perasaan mendapatkan peringatan atau pertolongan dari Allah.
4. Pengetahuan agama (knowledge) merupakan dimensi yang mencakup informasi yang dimiliki seseorang mengenai keyakinannya. Ancok dan Suroso mengatakan bahwa dimensi pengetahuan berkaitan erat dengan keyakinan, karena pengetahuan mengenai suatu keyakinan adalah syarat bagi penerimaannya. Indikator dari dimensi ini adalah :
- a. Pengetahuan tentang isi Alquran
 - b. Pokok-pokok ajaran Islam yang harus di Imani dan dilaksanakan
 - c. Pengetahuan tentang hukum-hukum Islam
 - d. Pengetahuan tentang sejarah Islam
 - e. Mengikuti aktivitas untuk menambah pengetahuan agama.
5. Konsekuensi keberagamaan (effect) merupakan sesuatu dimensi yang mengacu pada indentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi konsekuensi ini mestinya merupakan puncak dari dimensi lain. Dalam Islam dimensi ini memiliki arti sejauh mana perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari didorong oleh ajaran agama. Kenyataannya dimensi itu tidak selalu lengkap ada pada seseorang, sedangkan sikap, ucapan dan tindakan seseorang tidak selalu atas dorongan ajaran agama. Indikator dari dimensi ini adalah :
- a. Suka menolong
 - b. Suka bekerjasama

- c. Suka menyumbangkan sebagian harta
- d. Memiliki rasa empati dan solidaritas kepada orang lain
- e. Berperilaku adil
- f. Berperilaku jujur
- g. Suka memaafkan
- h. Menjaga lingkungan hidup
- i. Menjaga amanah
- j. Tidak berjudi, menipu, dan korupsi
- k. Mematuhi norma-norma Islam dalam berperilaku

Berdasarkan paparan diatas, dapat dikatakan bahwa dimensi religi terdiri dari 5 yaitu: kepercayaan seseorang terhadap ajaran agama (*beliefs*), pelaksanaan ajaran agama dalam bentuk praktek ibadah-ibadah ritual (*practice*), kepahaman seseorang terhadap nilai-nilai dan ajaran agama yang dianutnya (*knowledge*), pengalaman-pengalaman agama yang dirasakan oleh seseorang (*experience*), dan pengaruh dari kepercayaan, pelaksanaan, kepahaman, dan pengalaman tentang agama terhadap sikap, ucapan, dan perilaku seseorang yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari (*effect*).

Secara umum religi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang berkaitan dengan pembawaan, sedangkan faktor eksternal faktor-faktor yang berasal dari lingkungan di luar diri individu seperti keluarga, sekolah, dan masyarakat.

1. Faktor Internal

Faktor internal yang dapat mempengaruhi sikap keagamaan seseorang yaitu faktor pengalaman dan kebutuhan. Faktor pengalaman berkaitan dengan pengalaman pengalaman mengenai keindahan, konflik moral, dan pengalaman emosional keagamaan. Sedangkan faktor kebutuhan berkaitan dengan kebutuhan rasa aman dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena adanya kematian.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi religi seseorang meliputi

a) Lingkungan keluarga

Fase sosialisasi awal bagi pembentukan konsep religi seseorang adalah keluarga. Selain itu, melalui konsep father image menjelaskan bagaimana citra seorang ayah akan mempengaruhi perkembangan religi anaknya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa keluarga sangat memegang peranan penting dalam menentukan bagaimana religi seseorang.

b) Lingkungan sekolah

Sekolah mempunyai peranan penting dalam upaya pengembangan religi siswanya. Upaya pengembangan tersebut berkaitan dengan wawasan pemahaman siswa terhadap agama, pembiasaan mengamalkan ibadah, dan mendidik siswa agar berakhlak yang baik dan dapat mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat tiga hal penting dalam pendidikan formal yang mempengaruhi religi yaitu kurikulum, hubungan guru dan siswa, serta hubungan antar siswa.

c) Lingkungan masyarakat

Masyarakat merupakan lingkungan interaksi sosial dan sosiokultural yang potensial mempengaruhi religi seseorang. Seseorang akan cenderung menampilkan prilakunya sesuai dengan lingkungan pergaulannya. Tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai dan tekanan lingkungan untuk menyesuaikan diri dengan berbagai sikap yang disepakati oleh lingkungan dapat mempengaruhi religi seseorang. Berdasarkan hal diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas religi seseorang dapat dilihat dari bagaimana orang-orang disekitarnya

Agama adalah fenomena universal dalam kehidupan manusia secara menyeluruh dari yang primitif hingga yang ultra modern, mulai dari manusia yang pertama Nabi Adam as; dalam keyakinan pemeluk agama-agama Abraham

(Yahudi, Kristen, dan Islam), hingga kita yang hidup hari ini, juga menjadi ciri umum bagi manusia yang hidup di segala penjuru dunia, orang Barat dan orang Timur, sama-sama memiliki keyakinan atas adanya sesuatu yang sacral dan bahwa pemikiran dan tingkah laku manusia dipengaruhi oleh keyakinan tersebut. Tidaklah mengherankan jika manusia sering didefinisikan sebagai makhluk yang beragama (*homo religius*). Manusia yang mengenal dan menerima agama yang bersumber dari Tuhan melalui lapisan perantara (Nabi dan Rasul), kemudian menerima, menyerap dan mengaktualisasikannya dalam kehidupan. Manusia mencari atau memperoleh norma atau nilai ajaran yang dipercaya dan dipedomannya tetapi tetap berpedoman atau relevansi dan legalitasnya dari Tuhan.

Secara mendasar dan umum, dapat didefinisikan agama adalah seperangkat aturan dan peraturan yang mengatur hubungan manusia dengan dunia ghaib, khususnya dengan tuhan, mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya, dengan mengatur hubungan manusia dengan lingkungannya.⁴⁹ Berdasarkan definisi ini agama lebih dilihat sebagai teks dan doktrin, sehingga keterlibatan manusia sebagai pendukung atau penganut agama tersebut tidak tampak tercakup didalamnya, itulah sebabnya masalah-masalah yang berkenaan dengan kehidupan keagamaan baik itu individu maupun kelompok atau masyarakat, pengetahuan dan keyakinan lainnya, peranan keyakinan keagamaan terhadap kehidupan duniawi dan sebaliknya, dan kelestarian serta perubahan-perubahan keyakinan keagamaan, tidak tercakup dalam definisi. Oleh karena itu, sekilas lebih khusus, agama dapat didefinisikan sebagai suatu sistem keyakinan yang dianut dan tindakan-tindakan yang diwujudkan oleh suatu kelompok atau masyarakat dalam menginterpretasikan dan memberi respon terhadap apa yang dirasakan dan diyakini sebagai yang gaib dan suci.⁵⁰

Manusia pada dasarnya memerlukan suatu bentuk kepercayaan kepada kekuatan ghaib. Kepercayaan itu akan melahirkan tata nilai guna menopang hidup

⁴⁹Parsudi Suparlan, dalam kata pengantar *Sociology of Religion* oleh Roland Robertson, edisi Indonesia, *Agama dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. V.

⁵⁰*Ibid.*, h.5-6

budayanya. Nilai-nilai itu kemudian melembaga dalam tradisi-tradisi yang diwariskan turun temurun dan mengikat anggota masyarakat yang mendukungnya. Karena itu tradisi sangat sulit untuk dirubah dan walaupun berubah sangat lambat.⁵¹

Dalam sejarah kepercayaan umat manusia yang sudah ribuan tahun, tercatat beberapa perkembangan (evolusi) sistem kepercayaan kepada yang ghaib, yaitu dinamisme dan animisme, politeisme, henoteisme, dan monoteisme. Kepercayaan dinamisme dan animisme, kendati dianggap sebagai awal dari kepercayaan umat manusia, sampai sekarang kepercayaan itu tidak seperti masyarakat primitif, fenomenanya masih ada kemiripan, seperti meminta pertolongan kepada dukun dan memakai cincin agar terhindar dari berbagai macam bencana.

Adanya fenomena ini, menunjukkan bahwa manusia sebagai mahluk yang berbudaya terkadang dalam satu sisi minus terhadap rasa percaya diri yang timbul secara alami dan inheren bersemayam dalam dirinya. Ketika timbul rasa itu, mengendap kesadaran tentang hadirnya suatu kekuatan maha dahsyat yang menjadi referensi bagi mengalirnya kebahagiaan, rasa takut dan gembira. Kekuatan maha dahsyat itu menjadi referensi bagi mengalirnya kebahagiaan, rasa takut dan gembira. Kekuatan maha dahsyat itu secara simbolik disebut Tuhan.

Simbolik Tuhan itu diwujudkan dalam suatu konsep sebagai kebaikan dan keselamatan. Akan tetapi wujudnya yang bersifat abstrak itu menimbulkan persepsi *antromorfisme* yang konkrit. Karena ia datang dari persepsi manusia, akibatnya manusia berbeda pendapat dalam mewujudkan kemahakuasaan seiring dengan perbedaan itu menimbulkan perkembangan-perkembangan konsep ketuhanan atau yang lebih pantas lagi dikatakan bahwa konsep ketuhanan – agama itu berevolusi

Agama bila dimaknai sebagai suatu bentuk ajaran atau norma maupun nilai yang benar dan baik untuk manusia, berarti bersumber dari yang lebih atau maha baik dan benar dan serta merta ia mempunyai sifat maha mengetahui dan maha bijaksana dan seterusnya. Ini berarti tertuju kepada sumber agama.

⁵¹Sumanto Al Qurtuby, *Dialog Agama Dan Peradaban*, (Bandung: eLSA, 2014) h. 23.

Pembicaraan tentang sumber agama, dapat dilihat dari tiga sisi:

Pertama, berasal dari suatu sumber yang telah menyediakan dan mempersiapkan perangkat agama itu, dan secara aktif menyampaikan kepada manusia dengan berbagai cara dan proses untuk itu.

Kedua, agama itu sebagai hasil renungan, pencarian dan penemuan manusia melalui cara dan proses yang mungkin dilakukan untuk itu.

Ketiga, gabungan antara yang pertama dan yang kedua atau antara yang kedua dengan yang pertama.

Manusia yang mengenal dan menerima agama yang bersumber dari Tuhan melalui lapisan perantara (Nabi dan Rasul), kemudian menerima, menyerap dan mengaktualisasikannya dalam kehidupan, berarti masuk bagian yang pertama. Tapi jika ada orang yang mencari atau memperoleh norma atau nilai ajaran yang dipercaya dan dipedomannya tetapi tetap berpedoman atau relevansi dan legalitasnya dari Tuhan, ini berarti masuk bentuk yang kedua.

Agama adalah fenomena universal dalam kehidupan manusia secara menyeluruh dari yang primitif hingga yang ultra modern, mulai dari manusia yang pertama Nabi Adam as; dalam keyakinan pemeluk agama-agama Abraham (Yahudi, Kristen, dan Islam), hingga kita yang hidup hari ini, juga menjadi ciri umum bagi manusia yang hidup di segala penjuru dunia, orang Barat dan orang Timur, sama-sama memiliki keyakinan atas adanya sesuatu yang sakral dan bahwa pemikiran dan tingkah laku manusia dipengaruhi oleh keyakinan tersebut. Tidaklah mengherankan jika manusia sering didefinisikan sebagai makhluk yang beragama (*homo religius*).

Agama secara mendasar dan umum, dapat didefinisikan seperangkat aturan dan peraturan yang mengatur hubungan manusia dengan dunia ghaib, khususnya dengan tuhan, mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya, dengan mengatur hubungan manusia dengan lingkungannya.⁵² Berdasarkan definisi ini agama lebih dilihat sebagai teks dan doktrin, sehingga keterlibatan manusia sebagai pendukung atau penganut agama tersebut tidak tampak tercakup didalamnya, itulah sebabnya masalah- masalah yang berkenaan

⁵²*Ibid*, h. 5.

dengan kehidupan keagamaan baik itu individu maupun kelompok atau masyarakat, pengetahuan dan keyakinan lainnya, peranan keyakinan keagamaan terhadap kehidupan duniawi dan sebaliknya, dan kelestarian serta perubahan-perubahan keyakinan keagamaan, tidak tercakup dalam definisi.

Oleh karena itu, sekilas lebih khusus, agama dapat didefinisikan sebagai suatu sistem keyakinan yang dianut dan tindakan-tindakan yang diwujudkan oleh suatu kelompok atau masyarakat dalam menginterpretasikan dan memberi respon terhadap apa yang dirasakan dan diyakini sebagai yang gaib dan suci.⁵³

Agama dalam kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun masyarakat adalah sebagai sistem keyakinan yang menjadi bagian dari sistem-sistem nilai yang ada dalam kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan, dan menjadi pendorong atau penggerak serta pengontrol bagi tindakan-tindakan para anggota masyarakat tersebut untuk tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai kebudayaan dan ajaran-ajarannya. Dalam keadaan dimana pengaruh ajaran-ajaran itu sangat kuat terhadap nilai-nilai yang ada dalam kebudayaan masyarakat yang bersangkutan, maka sistem-sistem nilai dari kebudayaan tersebut terwujud sebagai simbol-simbol suci yang maknanya bersumber pada ajaran-ajaran agama yang menjadi kerangka acuannya. Dalam keadaan demikian, maka secara langsung ataupun tidak langsung, etos yang menjadi pedoman dari eksistensi dan kegiatan dari berbagai pranata yang ada dalam masyarakat dipengaruhi, digerakkan, dan diarahkan oleh berbagai sistem nilai yang sumbernya adalah agama yang dianutnya, dan terwujud dalam kegiatan-kegiatan para warga masyarakatnya sebagai tindakan-tindakan dan karya-karya.

Dengan demikian, karena agama sebagai sumber nilai bagi tingkah laku atau tindakan-tindakan manusia baik individu maupun masyarakat, sedangkan masyarakat sifatnya dinamis; dapat berubah sesuai dengan kondisi, maka agama juga akan mengalami perubahan. Tetapi yang berubah dalam agama adalah tradisi-tradisi keagamaan atau sistem-sistem keyakinan keagamaan, sedangkan teks suci tidak berubah.⁵⁴ Perubahan ini adalah hasil dari keanekaragaman

⁵³ *Ibid.*, h.5-6

⁵⁴ *Ibid*, h, 12

interpretasi dan keyakinan agama pada tingkat individual maupun tingkat sosial dan kelompok dan bahkan juga pada tingkat masyarakat.⁵⁵

Sebagaimana telah dikemukakan, bahwa agama dan kehidupan beragama telah ada dan tumbuh berkembang sejak awal manusia berbudaya di muka bumi. Agama dan kehidupan beragama tersebut merupakan unsur yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial budaya tahap awal manusia. Dapat dikatakan bahwa agama dan kehidupan beragama merupakan pembawaan atau fitrah bagi manusia. Maknanya bahwa dalam diri manusia, baik secara sendiri-sendiri maupun secara kelompok terdapat kecenderungan itu tumbuh dan berkembang bersama dengan kecenderungan dan dorongan lainnya, yang dalam kehidupan bersama suatu kelompok atau masyarakat yang hidup dalam suatu lingkungan tertentu membentuk suatu sistem budaya tertentu.

Sistem budaya tersebut terbentuk secara bersama-sama sebagai hasil dari upaya atau budi daya manusia untuk merealisasikan kecenderungan dan dorongan-dorongan, serta memenuhi kebutuhan-kebutuhan kehidupannya secara bersama-sama sesuai dan serasi dengan lingkungan alam sekitarnya.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kecenderungan dan dorongan bawaan manusia untuk beragama itu tumbuh dan berkembang secara alami bersama dengan sistem dan lingkungan budaya masyarakatnya. Agama yang demikian biasa dikenal dengan sebutan *agama alami* atau *agama budaya*, karena tumbuh dan berkembang bersama dalam sistem budaya manusia.⁵⁶ Agama alami atau agama budaya tersebut juga dikenal sebagai agama akal, karena tumbuh dan berkembangnya berdasarkan atau sebagai produk dari penggunaan akal dan budi daya manusia semata-mata. Karena merupakan produk budi daya manusia dalam kehidupannya di muka bumi, maka agama ini juga disebut sebagai agama *bumi* (*ardhi*), yakni agama yang tumbuh berkembang di muka bumi bukan turun dari langit.

⁵⁵ *Ibid*, h. 12-14

⁵⁶ Muhaimin, *et.al*, *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 44.

Kemudian ada agama yang dipercayai sebagai turun dari langit, berasal dari Tuhan yang disampaikan melalui wahyu kepada Rasul untuk disampaikan kepada umat manusia, agama jenis ini biasa dikenal dengan sebutan agama *samawi* atau agama wahyu, karena berasal dari Tuhan Yang Maha Tinggi dan disampaikan melalui wahyu.⁵⁷ Para Rasul selanjutnya mendakwahkan dan mengaplikasikan agama wahyu itu kedalam sistem kehidupan sosial-budaya umatnya, dengan demikian agama wahyu itupun akhirnya berkembang dalam dan bersama dengan sistem kehidupan sosial-budaya dan lingkungan umatnya.

Sikap beragama merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang, yang mendorong seseorang untuk bertindak laku yang berkaitan dengan agama. Sikap keagamaan terbentuk karena adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai komponen kognitif, persamaan terhadap agama sebagai komponen aktif dan perilaku terhadap agama sebagai komponen konatif. Dalam sikap keagamaan antara komponen kognitif, afektif, dan konatif saling berintegrasi sesamanya secara kompleks.

Zakiah Darajat mengatakan bahwa sikap keagamaan merupakan perolehan dan bukan bawaan. Ia terbentuk melalui pengalaman langsung yang terjadi dalam hubungannya dengan unsur-unsur lingkungan materi, dan sosial, misalnya rumah yang tentram, orang tertentu, teman, orang tua, jema'ah, dan sebagainya.⁵⁸

Pembentukan sikap keagamaan ini sangat erat kaitannya dengan pembangunan. Sikap fanatik, sikap toleran, sikap pesimis, sikap optimis, sikap tradisional, sikap modern, sikap fatalism dan *free will* dalam Beragama banyak menimbulkan dampak negatif dan dampak positif dalam meningkatkan kehidupan individu dan masyarakat.

1. Fungsi agama dan perilaku beragama dalam masyarakat

a. Agama sebagai pengendali masyarakat

Fungsi dan peranan agama ibarat tali kekang dari pengumbaran akal pikiran yang liar. Agama menuntun perjalanan hidup manusia agar tetap berada diatas jalan lurus. Putusnya tali kekang itu dalam diri seseorang tidak hanya akan

⁵⁷ *Ibid.* h. 44 – 45.

⁵⁸ Zakiah Darajat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2007), h. 46 – 47.

merugikan dirinya sendiri saja tetapi juga orang lain, keluarga dan masyarakat. Oleh karena itu semua pihak sama – sama berkepentingan akan hal tersebut untuk dipelihara agar menjadi kuat sebab lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi dan pergaulan modern merupakan tantangan yang tidak ringan.

b. Agama sebagai pembangun masyarakat

Menurut kesimpulan A.H. Hasanuddin dalam bukunya *Cakrawala Kuliah Agama* bahwa diantara sekian hal yang kita temukan tentang fungsi dan peranan agama atas diri manusia adalah:

- a) Agama mendidik manusia menjadi tentram dan damai, dan ulet serta percaya pada diri sendiri.
- b) Agama dapat membentuk dan mencetak manusia berjuang menegakkan kebenaran dan keadilan dengan kesiapan mengabdikan dan berkorban, serta sadar dan takut untuk melakukan pelanggaran.
- c) Agama member sugesti kepada manusia untuk menumbuhkan sikap toleransi dan manusiawi.⁵⁹

Sebagai umat beragama sudah selayaknya menyadari bahwa melaksanakan pembangunan juga merupakan bukti ibadah kepada Tuhan.⁶⁰

c. Agama sebagai kekuatan sosial

Agama juga dapat menjadi kekuatan yang bisa memberikan arahan dan tuntunan kepada pemeluknya dalam melaksanakan pembangunan agar memperoleh hasil yang tepat, penuh dengan ketenangan dan ketentraman.⁶¹ Agama juga berfungsi sebagai kekuatan yang sering memainkan peranan penting dalam realitas dan dinamika sosial.⁶²

d. Agama sebagai dasar moral masyarakat

W.M Dixon dalam bukunya *The Human Situation* sebagaimana yang dikutip oleh Taufik Abdullah antara lain mengatakan bahwa agama betul atau

⁵⁹Hasanuddin, *Cakrawala Kuliah Agama* (Surabaya, t.p., t.th.), h. 34 – 36.

⁶⁰Muhammad, *Problematisasi Agama Dalam Kehidupan Manusia*, Edisi Revisi III (Jakarta: Kalam Mulia, 2009), h. 24

⁶¹*Ibid*, h. 27

⁶²Taufik Abdullah dkk, *Metodologi Penelitian Agama*, Edisi Revisi V, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2009), h. 29

salah dalam ajarannya percaya kepada tuhan dan kehidupan akhirat yang akan datang merupakan dasar yang kuat bagi moral. Agama juga berfungsi mengawasi dan mengendalikan sikap dan tingkah laku pemeluknya dalam melaksanakan pembangunan sehingga mereka tetap waspada dan mempunyai rasa amanah dan tidak berani melakukan penyelewengan.⁶³

1. Perilaku beragama dalam masyarakat

a) Perilaku beragama masyarakat kelas menengah rendah

Max Webber melihat hubungan kelompok ini dengan alam jauh lebih renggang dengan petani dan jauh lebih terlihat dalam kehidupan yang bertolak dari pertimbangan ekonomi yang rasional. Karena itu cara mereka menangani situasi kehidupan memberi kemungkinan berupa kemampuan masyarakat memperhitungkan dan manipulasi secara sengaja. Disamping itu Webber juga menemukan bahwa kejujuran merupakan cara berperilaku yang diandalkan kelompok ini, dan mereka cenderung percaya bahwa kewajiban bekerja sama akan menghasilkan suatu imbalan yang seimbang.⁶⁴

Sebaliknya para petani terlibat langsung dalam proses organik dari berbagai peristiwa alam yang tidak dapat mereka perhitungkan. Dalam masyarakat tradisional, mereka tidak erat berinteraksi ke dalam ekonomi pasar yang rasional. Karena itu mereka cenderung kepada *magic* untuk mempengaruhi kekuatan *kosmos* yang tidak rasional dan tidak bisa diramalkan. Mereka tidak begitu mudah cenderung kepada ide-ide pembalasan yang adil, kecuali bila kekuatan magis telah dilumpuhkan, suatu proses dimana para pengerajin mungkin sekali memainkan peranan penting bukannya para petani itu sendiri.⁶⁵

Menurut Webber, petani sebagai kelas sosial tidak begitu sulit menjadi penyebar agama kecuali kalau tidak diancam perbudakan atau dirampas harta miliknya, sementara kaum pengerajin bergaya hidup yang berkembang kearah yang rasional. Hal ini yang tidak dijumpai di kalangan petani.⁶⁶

b) Perilaku beragama golongan menengah ke atas

⁶³*Ibid*, h. 32

⁶⁴Max Webber, *The Sociology of Religion*, (Boston: Beacon Press, 2003), h. 95 – 96.

⁶⁵Thomas F. O’dea, *The Sociology of Religion*, terj. Yasogama (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 109.

⁶⁶*Ibid*. h. 80, 97.

Webber menyadari bahwa kelas pedagang kaya sangat tidak mempercayai etika pembalasan, tidak seperti kelas menengah rendah, dan tetap teguh pada orientasi keduniawian yang sangat berguna menghindari kecenderungan yang ada terhadap risalah agama dan etis. Sesungguhnya mereka tidak pernah menjadi penyandang panji-panji agama etis atau agama penyelamat. Menurut Webber semakin tinggi posisi kelas tersebut semakin kurang keinginan untuk mengembangkan agama keduniawian.⁶⁷

Disamping itu para kesatria berada pada kehidupan yang tidak menunjukkan atifitas dengan tuntutan etika yang sistematis terhadap hubungan transenden dengan Tuhan, atau dengan ide-ide seperti dosa, keselamatan dan kerendahan hati. Para kesatria ini menghadapi kematian dalam eksistensi manusia sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari saja. Ia hanya tertarik pada penghargaan dan kebutuhannya pada agama yang hanya sebagai pelindung dari roh jahat, berdo'a demi kemenangan atau keyakinan bahwa ada surge bagi kaum kesatria.

c) Perilaku beragama golongan buruh

Weber menemukan kelas buruh industri modern di Eropa memperlihatkan disposisi bagi doktrin keselamatan, tetapi lebih sering bersifat semu agama ketimbang bersifat agama. Dalam lingkungan rasionalisme proletar,⁶⁸ agama pada umumnya digantikan oleh ideologi lainnya.

d) Perilaku beragama golongan petani

Petani golongan ini lebih religius dibandingkan dengan golongan masyarakat lainnya. Cara penyampain ajarannya sesuai dengan lingkungannya.

e) Perilaku beragama golongan karyawan

Menurut Webber golongan karyawan cenderung kepada mencari untung dan enak, beranjak sesuai dengan tingkat dan kedudukannya. Semakin tinggi kedudukannya, semakin ke arah formalitas pengalaman agamanya.

f) Perilaku elit dan hartawan

⁶⁷*Ibid*, h. 91

⁶⁸Karl Marx menyebut kelas buruh eropa sebagai kaum proletarian yang tidak memperoleh bagian bagi sistem yang ada, bekerja dan hidup di masyarakat dimana ia tidak merasa bagian dari masyarakat itu.

Perilakunya cenderung pada sifat santai. Mereka haus akan penghormatan, sehingga cenderung menunda pengabdian pada ajaran agama di saat usia menua.⁶⁹ Berdasarkan teori yang ada, dalam agama terdapat dua sisi yang tidak dapat dipisahkan. Memang sepintas terlihat perbedaan antara keduanya. Tetapi dengan keluasan pemahaman dan kedalaman penghayatan maka akan terlihat struktur-struktur antara sisinya, yaitu sisi *eksoteris* (pengetahuan yang boleh dimengerti siapa saja) dan sisi *esoteris* (yang bersifat khusus, memperlihatkan penampakan luar dari suatu agama).

Manusia untuk sampai langsung kepada Tuhan membutuhkan simbol-simbol. Simbol-simbol ini merupakan upaya menyelesaikan keterbatasan manusia dalam memahami yang mutlak. Dengan kata lain *eksoteris* adalah aspek simbol atau aspek institusional dari agama. Sedangkan *esoteris* memperlihatkan aspek kedalaman dari penghayatan terhadap agama. Dimensi inilah yang berusaha mencari rahasia di balik simbol. Dengan ketekunan luar biasa, aspek *eksoteris* ini akan membawa kepada pengalaman spiritual (*ultimate reality*) sehingga seorang pemeluk agama merasa menemukan Tuhannya. Kalau *eksoteris* merupakan tubuh, maka *esoteris* dikatakan sebagai ruh dari agama.

Dalam setiap agama terhadap apa yang lazim disebut *religious imagery*, yakni suatu gambaran masa depan tentang kehidupan masyarakat yang di dalamnya kelak tercipta sebuah kesejahteraan. Agama juga menawarkan simbol-simbol yang dapat menopang lahirnya sebuah konseptualisasi struktur sosial dan sistem di masa depan, di samping memberi arahan tentang kiat yang harus dilakukan untuk mewujudkannya. Struktur sosial dan sistem sosial masa depan tersebut seringkali digambarkan oleh agama sangat berbeda dengan yang sudah ada, terutama karena di sana kelak terdapat hubungan transendental antara manusia dengan Penciptanya.⁷⁰ Islam mengajarkan bahwa formalitas ritual belaka tidaklah cukup sebagai wujud keagamaan yang benar. Karenanya, tidak pula segi-segi lahiriah itu akan mengantarkan masyarakat kepada kebahagiaan, sebelum mereka mengisinya dengan hal-hal yang lebih esensial. Justru sikap-sikap yang

⁶⁹ Jalaluddin, Ramayulis, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Kalam Mulia, 2006), h. 130 – 131.

⁷⁰ Sunyoto Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 184.

membatasi diri hanya kepada hal-hal ritualistik dan formal akan sama dengan peniadaan tujuan agama yang hakiki.⁷¹

Kualitas ibadah pada dasarnya adalah mutu hubungan manusia dengan Tuhan. Inti dari hubungan ini adalah dorongan yang terdapat dalam diri manusia untuk mengejar kebahagiaan dan ketenangan jiwa di dunia dan akhirat, termasuk di dalamnya iman dan ketakwaan kepada Tuhan dan moralitas yang mendasari tindakan setiap individu. Namun demikian, menurut McGuire, apapun yang menjadi tekanan dalam membicarakan seputar masalah agama dalam kehidupan masyarakat tidak terlepas dari aspek-aspek keyakinan (*the religious belief*), upacara (*the religious ritual*), pengalaman hidup beragama (*the religious empiris*), serta aspek yang berkaitan dengan komunitas atau kehidupan para pemeluk agama itu sendiri (*the religious community*).⁷²

Aspek keyakinan memberi bingkai *pengetahuan kosmis* tentang hakikat hidup dan kehidupan. Keyakinan tersebut selanjutnya menjadi acuan tentang apa saja yang boleh dilakukan dan apa pula yang seyogyanya ditinggalkan. Aspek ritual berisi tindakan-tindakan simbolik yang merupakan pengejawatahan makna doktrin ajaran agama. Kalau keyakinan adalah representasi dari aspek kognitif agama, maka ritual adalah pernyataan (*enactment*) makna doktrin agama. Aspek pengalaman merujuk pada keterlibatan subjektif para pemeluk agama pada aktivitas suci yang dituntut oleh agama. Pengalaman semacam ini memang bersifat pribadi, para pemeluk agama lazimnya mengkomunikasikan pengalaman pribadinya melalui keyakinan dan ritual. Sedangkan aspek komunitas adalah bentuk ikatan pemeluk agama dalam satu kepentingan.

Manusia dalam memperoleh pengetahuan agama diperoleh melalui periwayatan berkesinambungan dari orang-orang terperaya dan tidak mungkin berdusta (*al-tawatur*). Pengetahuan yang diperoleh melalui *al-tawatur* ini adalah wahyu. Kebenaran pengetahuan agama dapat pula diperoleh melalui bukti-bukti historis, argumen-argumen rasional dan pengalaman pribadi. Pengetahuan agama

⁷¹Budhy Munawar Rachman (ed), *Kontekstualisasi Doktrin Islam dalam Sejarah* (Jakarta: Paramadina, 2005), h. 454.

⁷²Meredith B. McGuire, *Religion : The Social Context* (California: Wadsworth Publishing Company, 2011), h. 11 – 15.

tersebut kemudian disusun bahkan ditulis secara sistematis serta berdasarkan bidang atau cabang tertentu, yang kemudian membentuk ranting-ranting tertentu pula.⁷³ Sistematisasi pengetahuan agama yang dibangun atas landasan argumen rasional dan pengalaman keagamaan yang bersumber dari wahyu tersebut membentuk batang tubuh pengetahuan. Batang tubuh pengetahuan agama inilah yang disebut sebagai ilmu agama.

Pemikiran keagamaan masyarakat merupakan dinamika gerak melingkar dari suatu pemahaman terhadap titik sentrum kebenaran. Logika dan pemahaman terhadap kebenaran agama memerlukan sebuah *continous process* berupa pemahaman-pemahaman yang berbeda. Karena itu perjuangan dalam mencari kebenaran yang ada dalam agama selalu berada pada titik orbit yang tertinggi (transendental), dan manusia sebagai penganut agama yang mengaku beragama secara baik dan benar, pasti akan menyadari akan adanya keterbatasan alamiah dan relatifnya pemikiran dalam memahami kebenaran agama. Karena itu, memahami ajaran agama melalui pelahiran tafsiran-tafsiran yang lebih baru merupakan salah satu jalan untuk mencapai sasaran tersebut. Kenyataan itu merupakan kerja penganut ajaran yang tidak pernah usai dalam kehidupan manusia.⁷⁴

Oleh karenanya Islam sebagai sumber (wahyu) perlulah kiranya dituangkan dalam teori-teori atau sistem yang berdaya kontekstual, aktual dan operasional. Untuk itu, manusia harus melakukan apresiasi intelektual atas “doktrin ideal” tersebut yang ditopang dengan kerangka metodologi yang tepat. Berdasarkan penjelasan ini segeralah diketahui bahwa ketika Islam dipraktikkan, baik dalam bentuk keyakinan maupun perbuatan, baik secara individual maupun komunal, maka sudah merupakan fenomena dan fakta. Jadi ada bagian dari Islam yang mutlak harus diterima, tetapi ada bagian lain yang mesti dipelajari, dikaji, dibahas dan digali. Paradigma dalam memahami kebenaran agama melalui eksplorasi berbagai simbol yang disampaikan dalam wahyu dan dikonkritkan

⁷³Juhaya S. Praja, *Filsafat dan Metodologi Ilmu dalam Islam dan Penerapannya di Indonesia* (Bandung: Teraju, 2002), h. 9.

⁷⁴Irwandar, *Dekonstruksi Pemikiran Islam, Idealitas Nilai dan Realitas Empiris* (Yogyakarta: Ar – Ruzz Media, 2003), h. 63.

dalam realitas kehidupan, baik yang bersifat makrokosmos maupun mikrokosmos, merupakan anjuran Alquran. Pada abad ini peranan akal sangatlah sentral sehingga mampu dielaborasi secara optimal. Hakikat pencarian kebenaran melalui paradigma semacam ini pada dasarnya merupakan pola atau metode universal dari ilmu pengetahuan yang ada dan masih digunakan oleh para ilmuwan sampai dewasa ini. Para ilmuwan yang menolak dengan sikap takut kemungkinan akan membuat kesalahan dalam memahami realitas, akan mudah tertutup kesempatannya dalam memahami esensi dan substansi yang dimaksud dalam kontemplasi wahyu, sehingga manusia mudah terjebak dalam *taklid* (fanatisme buta). Berdasarkan hubungan ini, manusia dituntut untuk mampu mengoptimalkan intelektual yang telah dianugerahkan Tuhan kepadanya. Interaksi antara logika akal, agama dan fenomena yang meliputi berbagai realitas kehidupan manusia dan khususnya muslim, dituntut untuk diaplikasikan agar mampu membuat suatu pranata dan sistem kehidupan yang lebih baik. Dengan demikian yang menjadi persoalan untuk mewujudkan kualitas ibadah yang baik adalah bagaimana agama dapat dihayati secara utuh sehingga mampu melepaskan kepentingan yang tidak sejalan dengan jiwa maupun ajaran agama yakni dengan mewujudkan ide - ide keagamaan dalam setiap gerak, sikap dan tingkah laku para pemeluknya. Hal ini didukung oleh penelitian Tumpal Butarbutar yang menyatakan bahwa faktor pendapatan, bagi hasil, keyakinan (Agama), pelayanan dan lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menabung di Bank syariah.⁷⁵

5. Pelayanan

Secara harfiah, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain, seperti tamu atau pembeli. Di bidang manajemen, beberapa pakar menguraikannya secara beragam yang diolah dari kata service, diantaranya adalah sebagai berikut:

⁷⁵Tumpal Butarbutar, *Analisis Faktor-faktor yang Mendorong Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Al Washliyah Medan, 2014)

- a. *Self Awareness & Self Esteem* : Menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah tugasnya dan melaksanakannya dengan menjaga martabat diri dan pihak lain yang dilayani.
- b. *Empathy & Enthusiasm* : Mengetengahkan empati dan melayani pelanggan dengan penuh kegairahan.
- c. *Reform* : Berusaha untuk memperbaiki pelayanan.
- d. *Vision & Victory* : berpandangan ke masa depan dan memberikan layanan yang baik untuk memenangkan semua pihak.
- e. *Initiative & Impressive* : Memberikan layanan dengan penuh inisiatif dan mengesankan pihak yang dilayani.
- f. *Care & Cooperative* : Menunjukkan perhatian kepada pelanggan dan membina kerja sama yang baik.
- g. *Empowerment & Evaluation* : Memberdayakan diri secara terarah dan selalu mengevaluasi setiap tindakan yang telah dilakukan.⁷⁶

Dari uraian masing-masing kata di atas, maka dalam pelayanan (*service*) ada beberapa dimensi/persyaratan yang harus dipenuhi, antara lain adalah: kesadaran untuk melayani, empati kepada pelanggan, selalu memperbaiki pelayanan, berpandangan ke masa depan, penuh inisiatif, menunjukkan perhatian dan selalu melakukan evaluasi. Sehingga makna dari pelayanan itu adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Menurut kotler pelayawan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi

⁷⁶ Muhammad Iqbal, *Pelayanan Yang Memuaskan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), h. 53

keebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.⁷⁷

Hasil pelayanan berupa jasa tidak dapat diinventarisasi, ditumpuk atau digudangkan, melainkan diserahkan secara langsung kepada pelanggan ataupun konsumen. Dalam hal pelayanan diberikan dengan tidak optimal maka tidak dapat diulangi, karena pelayanan diberikan secara langsung kepada pelanggan. Menurut Ruslan dalam konsep *service of excellent* ada empat unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, sehingga apabila salah satu tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan dinilai tidak baik. Agar ketika menabung nasabah mendapat pelayanan dengan baik, maka Perbankan Syariah harus memenuhi beberapa faktor, yaitu tingkah laku yang sopan, santun, ramah, dan waktu menyampaikan informasi pada nasabah haruslah secara jelas dan tepat.⁷⁸ Dalam bermuamalah pelayanan merupakan faktor yang sangat penting, setiap mu'min berkewajiban menunaikan apa yang telah dia janjikan dan akadkan baik berupa perkataan maupun perbuatan. Dan pelayanan merupakan salah satu wujud tindakan Perbankan Syariah dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya.⁷⁹

1. Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa

⁷⁷ Philip Kotler, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 57

⁷⁸ Rosadi Ruslan, *Management Public Relation* (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2005, h.

⁷⁹ M. Arifin Bin Badri, *Sifat Perniagaan Nabi* (Bogor: Darul Ilmi, 2008), h. 27.

tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan *driver* kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Banyak studi yang mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi dari kualitas pelayanan. Pada intinya, setiap studi ingin memberikan jawaban atas dua pertanyaan, yaitu apakah dimensi dari kualitas pelayanan dan dimensi manakah yang terpenting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Salah satu studi mengenai dimensi dari kualitas pelayanan yang saat ini masih populer adalah konsep ServQual yang dikembangkan oleh Velarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry sejak 15 tahun yang lalu. Ketika pertama konsep dari dimensi pelayanan ini diformulasikan, terdapat 10 dimensi. Setelah itu, disederhanakan menjadi 5 dimensi, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*.⁸⁰ Kelebihan dari konsep ini adalah karena didasarkan atas suatu riset yang sangat komprehensif, mudah dipahami dan mempunyai instrument yang jelas untuk melakukan pengukuran.

Adapun 5 dimensi dari kualitas pelayanan menurut konsep ServQual adalah sebagai berikut:

- a. Dimensi *Tangible*, yakni karena suatu service tidak bias dilihat, tidak bias dicium dan tidak bias diraba, maka aspek *tangible* sangat penting sebagai ukuran terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai kualitas suatu pelayanan.
- b. Dimensi *Reliability*, yaitu dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Ada dua aspek dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan

⁸⁰ Handi Irawan, *10 Prinsip kepuasan Pelanggan* (Jakarta: PT. Gramedia, 2005), h. 57-

perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat.

- c. Dimensi *Responsiveness*, yakni dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Dimana terdapat hubungan yang berbeda antara mutu, pelayanan pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Perbedaan tersebut semakin nyata apabila perusahaan mempertimbangkan bahwa mutu dan pelayanan ditentukan oleh persepsi pelanggan, bukan pandangan perusahaan. Sedangkan kepuasan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi.
- d. Dimensi *Assurance*, yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Berdasarkan banyak riset yang dilakukan, ada empat aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.
- e. Dimensi *Emphaty*, yaitu pelanggan mau egonya seperti gengsinya dijaga dan mereka mau statusnya di mata banyak orang dipertahankan dan apabila perlu ditingkatkan terus-menerus oleh perusahaan. Dimensi ini memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat “*surprise*”. Sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan, ternyata diberikan oleh perusahaan.⁸¹

Oleh karena itu, tidak ada perbedaan antara layanan atau produk karena pelanggan memiliki harapan yang jelas akan pengalaman yang luar biasa dari produk, layanan atau keduanya sebagaimana yang digambarkan oleh Berry dan Prasuratman tentang lima faktor penentu kualitas di atas bahwa:

- a. Kepercayaan, yakni layanan dilaksanakan secara akurat dan konsisten.

⁸¹ *Ibid.*, 58- 73

- b. Responsif, yaitu layanan diberikan dengan tepat disertai dengan kemauan.
- c. Jaminan, yakni kepercayaan dan keyakinan pelanggan diperoleh lewat layanan yang luar biasa dari staf
- d. Empati, yaitu perhatian secara individu pada pelanggan dan pemenuhan harapan spesifik mereka.
- e. Nyata, yaitu staf, perangkat, tempat, tampilan materi yang superior.⁸²

Amal saleh dalam pandangan islam dapat juga diartikan dengan pengertian kualitas jasa atau pelayanan. Namun pengertian amal saleh mencakup makna yang sangat luas sekali. Lebih dari sekedar kualitas jasa/pelayanan. Karena pengertian amal saleh erat kaitannya dengan kewajiban makhluk terhadap sang penciptanya, yaitu Allah swt.

Meskipun istilah amal saleh berasal dari bahasa arab, akan tetapi ia sudah menjadi bahasa yang sangat populer dalam bahasa Indonesia. Amal saleh artinya: perbuatan baik, karya yang berguna, aktivitas yang berkualitas, atau amal yang bermanfaat. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, amal saleh diartikan sebagai : perbuatan yang sungguh-sungguh dalam menjalankan ibadah atau menunaikan kewajiban agama seperti perbuatan baik sesama manusia. Dalam hal ini Allah swt berfirman dalam surah Al-Mulk ayat 2 :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ



⁸² Charlie In. *Crafting Marketing Strategy to Improve Your Business and Profit*. Terj. Septia Yuda, Mengukir Strategy Pemasaran untuk Meningkatkan Bisnis dan Profit Anda(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2013), h. 139- 140

*“Dialah Allah yang menciptakan kematian dan kehidupan. Untuk menguji kamu, siapakah diantaramu paling baik amalnya. Dan Allah maha perkasa lagi maha pengampun”.*⁸³

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari’atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara’ dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Di dalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syari’ah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah swt sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.

Oleh karena itu, variable-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan Syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

- 1) *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu respon/kesiapan karyawan dalam memberi bantuan kepada nasabah/konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap sehingga nasabah/konsumen benar-benar mendapatkan pelayanan dari perusahaan tersebut. Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah swt telah berfirman dalam surah Al-Maidah ayat 1 :

⁸³ Q.S. Al-Mulk/67:2

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَحَكُّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿٦٨﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.*⁸⁴

- 2) *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan harus handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah swt telah berfirman dalam surah Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

*“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.*⁸⁵

Didalam sebuah hadis, Rasulullah saw telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang

⁸⁴ Q.S. Al Ma'idah/5:1

⁸⁵ Q.S. Al-Ahzab/33:21

lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

- 3) *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, berkualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah/konsumen, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi yang baik, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah swt telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam Q.S. Asy-Syu'araa': 181-182:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ ﴿١٨٢﴾ الْمُسْتَقِيمِ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; dan timbanglah dengan timbangan yang benar”.⁸⁶

- 4) *Empathy* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada konsumennya.

Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah swt untuk selalu berbuat baik kepada

⁸⁶ Q.S. Asy-Syura/42:181-182

orang lain. Allah swt telah berfirman dalam surah An-Nahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberikan kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.*⁸⁷

- 5) *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan, personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar’i. Hal ini sebagaimana yang telah Allah Swt Firmankan dalam Q.S Al-A’raf ayat 26 :

﴿ يَبْنَیٰٓءَآدَمَ ۚ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَیْكُمْ لِبَاسًا یُّوَارِی سَوْءَٔتَکُمْ وَرِیْشًا ط وَلِبَاسٌ
الَّتَقْوٰی ذَٰلِکَ خَیْرٌ ۗ ذَٰلِکَ مِّنْ ءَایٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّہُمْ یَذَّکَّرُوْنَ ﴾

*“Hai anak Adam ,sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”.*⁸⁸

⁸⁷ Ibid

⁸⁸ Ibid

2. Mengelolah Kualitas Jasa

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut kemulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, lalu dibandingkan.

Model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model di bawah ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa⁸⁹, yaitu :

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
- b. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para personil mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
- c. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan ikatan perusahaan.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Hal ini terjadi, bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

⁸⁹ Zethaml Parasuraman dan Berry, *A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future*, *Research Journal of Marketing* (Toronto: Harper Business, 2005), h. 240

Terdapat lima determinan jasa sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b. Ketanggapan (Keresponsifan) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
- c. Keyakinan (*confidence*) adalah pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan (*assueance*).
- d. Empati (*empaty*) adalah syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.⁹⁰

Berbagi hasil studi menunjukkan bahwa perusahaan jasa yang dikelola dengan sangat baik memiliki sejumlah persamaan, di antaranya adalah:

- a. Konsep strategi, dimana perusahaan jasa ternama memiliki pengertian yang jelas mengenai pelanggan, sasaran dan kebutuhan pelanggan yang akan mereka puaskan. Untuk itu dikembangkan strategi khusus untuk memuaskan kebutuhan yang menghasilkan kesetiaan pelanggan.
- b. Sejarah komitmen kualitas manajemen puncak, tidak hanya melihat pada prestasi keuangan bulanan, melainkan juga pada kinerja jasa.
- c. Penetapan standar tinggi, dimana penyedia jasa terbaik menetapkan standar kualitas jasa yang tinggi, antaran lain berupa kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan.
- d. Sistem untuk memoritas kinerja jasa dengan rutin memeriksa kinerja perusahaan maupun pesaingnya.

⁹⁰ J Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk meningkatkan Pangsa Pasar*, Edisi Revisi. Cet. II (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 301.

- e. Sistem untuk memuaskan keluhan pelanggan dengan menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan ramah.
- f. Memuaskan karyawan sama seperti pelanggan yakin dan percaya bahwa hubungan karyawan akan mencerminkan hubungan pelanggan. Manajemen menjalankan pemasaran internal dan menciptakan lingkungan yang mendukung dan menghargai prestasi pelayanan karyawan yang baik. Secara teratur manajemen memberikan kepuasan karyawan akan pekerjaan. Hal ini didukung oleh penelitian Junaidi Safitri menyatakan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah⁹¹.

6. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Menurut pemahaman yang umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.⁹² Menurut Irham Fahmi keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau sesuatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan⁹³ yaitu keputusan menjadi nasabah.

Keputusan juga adalah pilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada.⁹⁴ Di dalam hal pengambilan keputusan, nasabah harus melakukan pemecahan masalah.

⁹¹ Junaidi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, (Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014), h. ix

⁹² Leon Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Indeks, 2004), h. 38.

⁹³ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2

⁹⁴ Prasetyo, *et al*, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 226

Pemecahan masalah ini menurut beberapa penulis memiliki tiga tingkatan yaitu:

1. Pemecahan masalah yang mensyaratkan respons yang rutin. Keputusan yang diambil tidak disertai dengan usaha yang cukup untuk mencari informasi dan menentukan alternatif;
2. Pemecahan masalah dengan proses yang tidak berbelit-belit (*terbatas*). Karena sudah ada tahap pemecahan masalah yang telah dikuasai. Keputusan untuk memecahkan masalah dalam hal ini sangat sederhana. Jalan pintas *kognitif* yang menjadi ciri khas pemecahan masalah ini menyebabkan seseorang tidak peduli dengan ada atau tidaknya informasi;
3. Pemecahan masalah yang dilakukan dengan upaya yang lebih berhati-hati penuh pertimbangan (pemecahan masalah yang *intensif*). Dalam tingkatan ini nasabah memerlukan informasi yang relatif lengkap untuk membentuk kriteria evaluasi, karena dia belum mempunyai informasi yang baku. Proses pemecahan masalah menjadi lebih rumit dan panjang.

Pemilihan keputusan di antara alternatif-alternatif yang tiga pengertian, yaitu 1).Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; 2).Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik; 3).Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut.lebih lanjut keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang sesuatu masalah untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.⁹⁵

Menurut Suprapti menjelaskan keputusan adalah suatu studi tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk jasa, pengalaman, atau gagasan untuk memenuhi kebutuhan dan dampak dari proses itu pada konsumen dan masyarakat⁹⁶.

⁹⁵Ghozali Masky, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung” Journal of Indonesian applied economics, vol. 4 No. 1 Mei 2010, h. 43.

⁹⁶ Sri Suprapti, *Perilaku Konsumen*. (Denpasar: Udayana University Press, 2010), h. 3

Sejalan dengan perilaku nasabah selaku konsumen, maka pengambilan keputusan nasabah (*consumer making decision*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana nasabah melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain, yaitu *pertama*, pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun kelompok, baik secara Institusional maupun organisasional. *Kedua*, sesuatu yang bersifat *futuristic*, bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang dimana efeknya berlangsung cukup lama. Sedangkan tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua yaitu *pertama*, tujuan yang bersifat tunggal, *kedua*, tujuan yang bersifat ganda. Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut, yaitu *pertama*, tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu. *kedua*, identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut. *ketiga*, perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya. *keempat*, sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil hasil dari pengambilan keputusan itu.⁹⁷

Pembagian proses pengambilan keputusan kedalam tiga jenis menurut Hawkins dan Angel dalam Tjiptono yaitu:⁹⁸

1. Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis pengambilan keputusan yang paling lengkap, bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk.

⁹⁷ *Ibid*, h. 45.

⁹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Edisi IV, (Yogyakarta: Andi, 2015), h 35.

2. Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha (atau hanya melakukan sedikit usaha) mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut. Ini biasanya berlaku untuk pembelian produk-produk yang kurang penting atau pembelian yang bersifat rutin.
3. Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan merupakan proses yang paling sederhana, yaitu konsumen mengenal masalahnya kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek kegemarannya (tanpa evaluasi alternatif)

b. Hubungan Edukasi, Komitmen keislaman dan pelayanan terhadap Keputusan Memilih Bank

Bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Sekarang ini persaingan antar Bank sangat ketat, sehingga perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini harus memilih nasabah ataupun calon nasabahnya dengan baik. Oleh karena itu pihak manajemen Bank harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu Bank dari calon nasabahnya. Untuk itu, keputusan pemilihan Bank didasarkan pada Edukasi nasabah dalam hal ini adalah pengetahuan, pemahaman masyarakat tentang fungsi dan peran serta produk dan jasa yang diberikan pihak perbankan, Maka dari itu edukasi sangat menentukan keputusan seseorang dalam menentukan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah, semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman agama seseorang maka dia akan patuh atas perintah Allah dan meninggalkan larangannya. Dalam hal ini perbankan konvensional merupakan perbankan yang bertentangan dengan prinsip Syariah maka harus ditinggalkan, maka banyak masyarakat muslim yang berpendidikan tinggi beralih ke perbankan Syariah dalam hal ini selaras dengan komitmen keIslaman itu sendiri atau tingkat religi seseorang.

Religi merupakan perilaku terhadap agama yang berupa penghayatan terhadap nilai-nilai agama yang dapat ditandai tidak hanya melalui ketaatan dalam menjalankan ibadah ritual tetapi juga dengan adanya keyakinan, pengamalan, dan pengetahuan mengenai agama yang dianutnya. Religi merupakan sebuah komitmen beragama, yang dijadikan sebagai kebenaran beragama, apa yang dilakukan seseorang sebagai bagian dari kepercayaan, bagaimana emosi atau pengamalan yang disadari seseorang tercakup dalam agamanya, dan bagaimana seseorang hidup dan terpengaruh berdasarkan agama yang dianutnya. Dalam hal ini kaitannya dengan perintah Allah, Allah membolehkan jual beli dan mengharamkan riba, perbankan konvensional selalu mengacu pada perbuatan riba maka karena ini adalah larangan Allah maka setiap umat Islam harus meninggalkannya, dengan meninggalkan hal-hal yang bertentangan dengan prinsip Syariah maka banyak masyarakat Muslim beralih dari perbankan Syariah untuk membuka rekening mereka ke perbankan syariah. Dalam hal ini dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung di perbankan syariah.

Pelayanan berupa jasa tidak dapat diinventarisasi, ditumpuk atau digudangkan, melainkan diserahkan secara langsung kepada pelanggan ataupun konsumen. Dalam hal pelayanan diberikan dengan tidak optimal maka tidak dapat diulangi, karena pelayanan diberikan secara langsung kepada pelanggan. Ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi: (1) Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat; (2) Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat; (3) Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan; (4) Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan; (5) Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personal dan materi komunikasi. Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendidikan, komitmen ke-Islaman nasabah dan pelayanan terhadap nasabah sangat diperlukan oleh calon nasabah,

baik berasal dari nasabah dan Bank itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain sebelum memutuskan untuk menabung pada suatu Bank.⁹⁹

Namun dari semua poin di atas salah satu yang terpenting apabila kita melihat dari sudut Bank Syariah adalah penerapan prinsip-prinsip Syariah yang dapat diwujudkan melalui karakteristik tersebut di atas. Bank Syariah tentu akan menjadi sebuah Bank alternatif dan pilihan bagi nasabah yang religius dan mengutamakan halalnya sebuah produk.

c. Pengambilan Keputusan

Ada empat sudut pandang dalam menganalisis pengambilan keputusan di antaranya adalah sebagai berikut:¹⁰⁰

1. Sudut pandang ekonomis. Pandangan ini melihat nasabah sebagai orang yang membuat keputusan secara rasional. Ini berarti bahwa nasabah harus mengetahui semua alternatif produk yang tersedia dan harus mampu membuat peringkat dari setiap alternatif yang ditentukan;
2. Sudut pandang kognitif. Dalam pandangan ini, nasabah merupakan pengolah informasi yang senantiasa mencari dan mengevaluasi informasi tentang produk dan gerai. Pengolahan informasi selalu berujung pada pembentukan pilihan, selanjutnya terjadi inisiatif untuk membeli produk atau menolaknya. Jadi, *cognitiveman* diibaratkan berdiri di antara *economicman* dan *passive man*;
3. Sudut pandang emosional. Pandangan ini menekankan emosi sebagai pendorong utama sehingga nasabah menggunakan suatu produk Bank. Favoritisme merupakan salah satu bukti bahwa seseorang berusaha mendapatkan produk favoritnya apapun yang terjadi;
4. Sudut pandang pasif. Sudut pandang ini bertentangan dengan sudut pandang ekonomis. Pandangan ini mengatakan bahwa nasabah pada dasarnya pasrah pada kepentingannya sendiri dan menerima secara pasif apa yang diberikan dari Bank atas andilnya. Kelemahan pandangan ini

⁹⁹*Ibid*, h 57

¹⁰⁰*Ibid*, h.228

adalah tidak mempertimbangkan kenyataan bahwa nasabah mempunyai peranan penting dalam setiap usaha yang mereka lakukan.

Apa yang dijelaskan di atas merupakan berbagai jenis sudut pandang secara umum mengenai pengambilan keputusan. Bila kita kaitkan dengan Bank Syariah yang prinsipnya berbeda dengan Bank konvensional, maka salah satu yang penting adalah bagaimana nasabah memilih menabung atau berinvestasi di Bank Syariah. Menurut Sadono, jumlah tabungan masyarakat sebagai nasabah dipengaruhi oleh dua faktor yaitu tingkat bunga dan pendapatan nasional. Bila tingkat bunga semakin tinggi maka semakin besar jumlah tabungan yang akan dilakukan oleh masyarakat. Sedangkan pada tingkat pendapatan nasional yang rendah, konsumsi masyarakat akan lebih tinggi sehingga masyarakat tidak menabung.

Pada sisi Perbankan Syariah kecenderungan menabung secara ekonomis akan terkait dengan prinsip bagi hasil. Dana yang disimpan oleh nasabah pada Bank disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dengan perjanjian bahwa keuntungan yang diperoleh akan dibagi sesuai kesepakatan.¹⁰¹ Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu; (2) Identifikasi alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut; (3) Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya; (4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.¹⁰²

¹⁰¹ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 37.

¹⁰² Masky, *Analisis*, h.57

Menurut Firman Yulianto, yang menjadi alasan masyarakat untuk mau berhubungan dan menjadi nasabah Bank Syariah adalah alasan keagamaan.¹⁰³ Faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk mau menjadi nasabah Bank Syariah adalah strategi pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga promosi, tempat dan saluran distribusi, pelayanan pegawai, proses pelayanan, dan bentuk fisik kantor Bank Syariah itu sendiri. Dengan adanya strategi pemasaran maka nasabah dapat terpengaruh untuk mau berhubungan dengan Bank Syariah dengan menjadi nasabah Bank syariah. Hal ini didukung oleh penelitian Wiwiek Rabiatal Adawiyah menyatakan bahwa ada tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Bank Syariah antara lain: persepsi, proses, kondisi fisik, harga, sumber daya manusia, sosial dan faktor lokasi. Persepsi konsumen merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Bank Syariah.¹⁰⁴ Dan penelitian Eka Wundi dan Lilis Kustiningsih (2014), menyatakan bahwa variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3), Promosi (X_4), Karyawan (X_5), Proses (X_6) dan Wujud fisik (X_7), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.¹⁰⁵

B. Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori di atas penelitian ini memiliki 3 variabel bebas, yaitu variabel edukasi atau pengetahuan masyarakat, komitmen keIslaman dan pelayanan. Variabel edukasi atau pengetahuan masyarakat memiliki hubungan positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Artinya jika edukasi atau pengetahuan masyarakat yang tinggi maka keputusan menjadi nasabah baik pula dan sebaliknya jika edukasi atau pengetahuan masyarakat rendah maka keputusan menjadi nasabah tidak baik. Variabel komitmen keIslaman memiliki hubungan

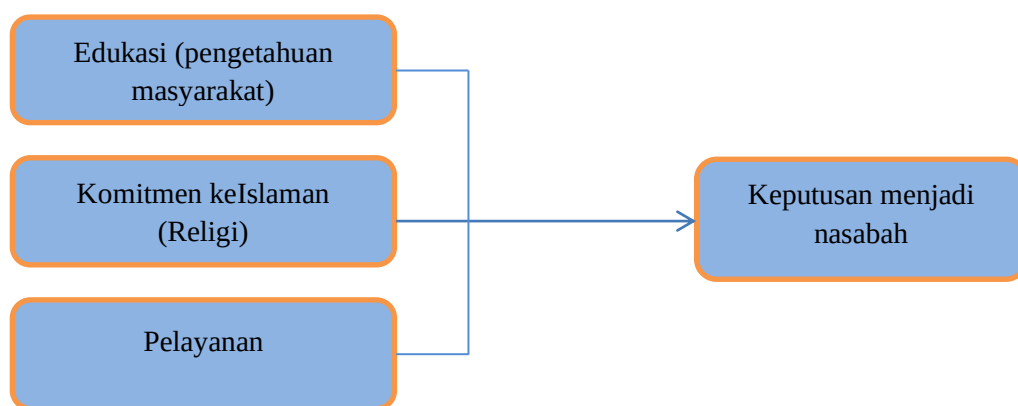
¹⁰³FirmanYulianto, *Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank SyariahDi Kota Medan*”, Jurnal Wacana ISSN: 1411-0199, Vol. 13, No. 4 Oktober: 2010, h. 537-551.

¹⁰⁴ Wiwiek Rabiatal Adawiyah, *Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah*, (Jurnal Ekonomi dan pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, 2010)

¹⁰⁵ Junaidi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, (Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014), h. ix

positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Artinya jika komitmen keIslaman masyarakat tinggi maka keputusan menjadi nasabah baik, sebaliknya jika komitmen keIslaman masyarakat rendah maka keputusan menjadi nasabah tidak baik. Variabel pelayanan memiliki hubungan positif terhadap keputusan menjadi nasabah, artinya jika pelayanan yang diberikan Bank Syariah itu baik maka keputusan menjadi nasabah baik.

Kerangka teoretis tersebut di atas dapat digambarkan secara sistematis sebagaimana gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Hubungan Variabel X dengan variabel Y

Berdasarkan kerangka teori di atas maka terdapat dua variabel x dan satu variabel y. Dimana edukasi atau pengetahuan masyarakat sebagai variabel (x_1), komitmen keIslaman masyarakat sebagai variabel (x_2), pelayanan (x_3), dan keputusan menjadi nasabah sebagai variabel (y).

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu permasalahan yang masih harus dibuktikan kebenarannya secara empiris. Sesuai dengan permasalahannya, maka dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara edukasi, komitmen keIslaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara edukasi, komitmen keIslaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat.

D. Penelitian terdahulu

Kajian penelitian tentang edukasi, komitmen keIslaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Muamalat Cabang Medan belum banyak dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang tentang hal tersebut di antaranya adalah:

1. Bambang Waluyo dan Sujarwo (2013) bertujuan untuk mengembangkan alternatif dalam sosialisasi dan edukasi publik perbankan syariah untuk meningkatkan market share. Tahapan langkah yang dapat dilakukan dalam sosialisasi dan edukasi publik tentang perbankan syariah adalah dengan memperluas wilayah edukasi publik, membangun aliansi strategis, menyatukan tema edukasi public, menyediakan anggaran yang memadai, menggunakan alat komunikasi, dan memperkenalkan contoh nyata dari pemerintah.¹⁰⁶
2. Eko Yuliawan, (2012) menyatakan pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44.8%, sedangkan sisinya sebesar 55.2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.¹⁰⁷
3. Tumpal Butarbutar (2014) menyatakan bahwa faktor pendapatan, bagi hasil, keyakinan (Agama), pelayanan dan lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menabung di Bank syariah¹⁰⁸
4. Junaidi Safitri (2014) menyatakan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah dengan angka statistik *Comliance* (Koefisien path = 0,188, C.R=2,370, dan p = 0,018); *Assurance* (Koefisien path = 0,159, C.R = 1,966, dan p = 0,049); *Tangibles* (Koefisien path = 0,205, C.R = 2,309, dan p = 0,021); *Empathy* (Koefisien path = 0,176, C.R = 2,131, dan p =

¹⁰⁶ Bambang Waluyo., *at all* , Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan , Volume I, No 1 Desember 2013

¹⁰⁷ Eko Wuliawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariaah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pasa PT. Bank Syaraiah cabang Bandung*. Jurnal Wira Ekonomi Microskil, STIE Microskil, Volume 1, Nomor 01, April 2011.

¹⁰⁸Tumpal Butarbutar, *Analisis Faktor-faktor yang Mendorong Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Al Washliyah Medan, 2014)

0,033); dan *Responsiveness* (Koefisien path = 0,236, C.R = 2,317, dan p = 0,021);¹⁰⁹

5. Mhd. Nasrullah (2004) menyatakan bauran promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, secara persial menunjukan bahwa pengiklan dan pemasaran langsung mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan menjadi nasabah untuk menabung di Bank BRI Cabang Medan Putri Hijau, sedangkan promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan kepada masyarakat kurang berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung.¹¹⁰
6. Arifatun nisak *et.al.* Dengan judul “*Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari’ah Semarang*”, yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan.¹¹¹
7. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Suku Bunga Terhadap Simpanan Mudharabah (Studi Kasus BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta) Periode Tahun 2002 – Tahun 2005 oleh Erik Rio indrawan di Universitas Islam Indonesia.
8. Wiwiek Rabiatul Adawiyah (2010) menyatakan bahwa ada tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Bank Syariah antara lain: persepsi, proses, kondisi fisik, harga, sumber daya manusia, sosial dan faktor lokasi. Persepsi konsumen merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Bank Syariah. Sebagian responden memiliki keterbatasan pengetahuan tentang produk perbankan Syariah. Agama bukanlah alasan utama konsumen individu

¹⁰⁹ Junaidi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, (Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014), h. ix

¹¹⁰ Mhd. Nasrullah, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank BRI Cabang Medan Putri Hijau*. (Tesis, Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan, 2004), h. 5.

¹¹¹ Arifatun, *et al*, Dengan Judul, *Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Per Bankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari’ah Semarang*, t.p, t.th

dalam memilih Bank Syariah. Konsumen lebih mempertimbangkan laba atau bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah dibanding faktor lainnya.¹¹²

9. Eka Wundi dan Lilis Kustiningsih (2014), menyatakan bahwa variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3), Promosi (X_4), Karyawan (X_5), Proses (X_6) dan Wujud fisik (X_7), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan faedah (Y). Dari perhitungan uji F diperoleh F hitung $51,341 > F$ Tabel 2,70 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Uji t diketahui bahwa secara parsial variabel harga, produk, dan promosi yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat sedangkan tempat, karyawan, proses dan wujud fisik tidak berpengaruh signifikan dengan perhitungan t hitung, variabel produk (X_1) sebesar $4,217 > 1,985$, Harga (X_2) $6,535 > 1,985$, Tempat (X_3) $0,342 < 1,985$, Promosi (X_4) $2,603 > 1,985$, Karyawan (X_5) $0,757 < 1,985$, Proses (X_6) $0,361 < 1,985$, dan Wujud Fisik (X_7) $0,080 < 1,985$. Nilai R (Koefisien Korelasi) yang diperoleh sebesar 0,788 atau 78% dan nilai R Adjusted Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,592 atau 59,2%.¹¹³

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dipaparkan, belum ada yang membahas tentang variabel edukasi atau pengetahuan masyarakat. Maka, peneliti akan meneliti yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan masyarakat dan komitmen keIslaman masyarakat terhadap minat menjadi nasabah. Yang tujuannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengetahuan masyarakat dan komitmen keIslaman dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Medan.

¹¹² Wiwiek Rabiatul Adawiyah, *Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah*, (Jurnal Ekonomi dan pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, 2010)

¹¹³ Eka Wundi, *at al*, *Variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan faedah bank BRI Syariah Cab.Samarinda*. (eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 2, 2014: 201-214), h. i

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, kumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹¹⁴ Fokus penelitian ini adalah mengetahui pengaruh edukasi, komitmen keIslaman, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Medan.

Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan menggunakan regresi linier berganda, selain itu akan diuji pengaruh masing-masing variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (terikat), baik secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama). Variabel bebas terdiri edukasi dengan konsep Islam, komitmen terhadap keIslaman, pelayanan jasa yang ditawarkan, Sedangkan variabel terikat berupa keputusan menabung. Nasabah yang dimaksud adalah nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan berlokasi di Jalan Balai Kota 10 D-E Kesawan, Medan Barat. Penelitian ini mulai bulan Agustus 2015 dan direncanakan sampai dengan april 2016. Untuk lebih jelasnya mengenai rincian waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut

¹¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung:Alfabeta, 2006), h. 162

Tabel 3.
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																																			
		Agustus				September				Oktober				Nopember				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Prariset																																				
2	Pengumpulan Data																																				
3	Pengelolaan & Analisis Data																																				
4	Penulisan Laporan (Tesis)																																				

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan sumber data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Penentuan sumber data dalam suatu penelitian sangat penting dan menentukan keakuratan hasil penelitian.¹¹⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan yang berlokasi di Jl. Balai Kota No. 10 D-E, Medan.

b. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian dari unit populasi yang mewakili suatu populasi sumber data. Sampel yang dikehendaki untuk menjawab masalah penelitian merupakan bagian dari populasi yang terjangkau.¹¹⁶ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *aksidental sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan. Penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Kriteria nasabah yang diambil sebagai sampel adalah seluruh nasabah yang menabung di PT. Bank Muamalat Cabang Medan.

Teknik sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin¹¹⁷, yaitu teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel dari populasi dengan rumus sebagai berikut :

¹¹⁵Saryono Mekar Dwi dan Anggaraeni, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dalam Bidang Kesehatan* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2013), h. 165.

¹¹⁶*Ibid*, h. 167

¹¹⁷Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 146.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel (responden dari penelitian)

N = Jumlah populasi

e = Standar eror 10%

Dengan rumus tersebut dapat diketahui bahwa ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{969}{(1 + 969 \times 0.10^2)}$$

$n = 99.89 \Rightarrow 100$ nasabah

maka dapat ditentukan jumlah sampelnya adalah sebesar 100 nasabah.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional merupakan defenisi yang didasarkan kepada sifat-sifat, hal-hal yang dapat diamati dan diukur. Untuk menghindari dan memudahkan penulisan dalam penelitian terutama dalam penentuan variabel serta memberi batasan yang jelas mengenai dua variabel utama tersebut, maka diperlukan defenisi yang spesifik sebagai berikut, variabel terikat (dependen) adalah kriteria atau standar dari eksperimen yang akan dinilai.¹¹⁸

Untuk memberikan batasan penelitian dalam memudahkan penafsiran mengenai variabel-variabel yang digunakan, maka diperlukan penjabaran defenisi operasional variabel, sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent*) merupakan variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lain.

Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas, yaitu:

- a. Edukasi atau pengetahuan (X1): pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank.

¹¹⁸Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Bogor, Ghalia Indonesia, 2005), h. 116.

- b. Komitmen KeIslaman (X2): Masyarakat akan memilih Bank Syariah berdasarkan ikatan emosional satu iman dan berdasarkan pada ketaqwaan.
 - c. Pelayanan (X3): suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tingkat pemuasnya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.
2. Variabel Terikat (*dependen*) merupakan variabel yang sebagai akibat dari pengaruh variabel yang mendahuluinya.

Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah:

Keputusan Menjadi Nasabah (Y): upaya atau tindakan nasabah yang secara langsung untuk menyimpan uangnya dalam hal ini peneliti membatasi hanya nasabah yang memiliki Tabungan di Bank Muamalat.

Tabel 4

Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
Edukasi (X1)	Informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai jenis dan produk yang ditawarkan oleh Bank	a. Jenis dan ragam produk b. Manfaat dari produk c. Prosedur pembukaan rekening tabungan d. Cara menggunakan ATM dan tarik/simpan tunai melalui teller e. Biaya yang dikeluarkan	Skala Likert
Komitmen KeIslaman (X2)	Masyarakat akan memilih Bank syariah berdasarkan ikatan emosional satu iman dan berdasarkan pada ketaqwaan.	a. Salat 5 waktu menjadikan keimanan bertambah b. Dengan menjauhi riba menjadikan hidup anda lebih tenang c. Baik menerima riba maupun memberi riba mendapat dosa yang sama d. Memberi sedekah kepada fakir miskin dana anak yatim akan menambah rezeki	

		anda e. Dengan puasa menjadikan anda mengerti dengan keadaan orang miskin di sekeliling anda	
Pelayanan (X3)	Memenuhi kebutuhan konsumen yang tingkat kepuasan hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani	a. Kecepatan dalam memberikan pelayanan b. Ketepatan dalam memberikan pelayanan c. Keamanan dalam memberikan pelayanan d. Keramahan dalam memberikan pelayanan e. Kenyamanan dalam memberikan pelayanan	
Keputusan Menjadi Nasabah	Upaya atau tindakan nasabah yang secara langsung untuk menyimpan uangnya.	a. Kesadaran akan kebutuhan menabung b. Aktif mencari informasi tabungan c. Teliti dengan tawaran menabung d. Kepuasan memiliki tabungan e. Menabung keputusan yang tepat	Skala Likert

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penyusunan penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data skunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.¹¹⁹

Jenis data primer didapat langsung dari penyebaran kuesioner yang berisi daftar pertanyaan berkenaan dengan Edukasi atau pengetahuan, komitmen keIslaman dan pelayanan terhadap keputusan menabung di PT. Bank

¹¹⁹Sanusi Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta:Selemba Empat, 2011), h. 104

Muamalat Indonesia. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Medan.

Data skunder penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini dan literatur penelitian ini di dapat dari website. Data skunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan dan landasan teori yang dibutuhkan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

1. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subyek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.¹²⁰

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung aktivitas keseharian pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan seperti: total rekening dana pihak ketiga yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia per Mei 2016.

2. Kuisisioner

Kuisisioner adalah alat untuk mengumpulkan data dalam bentuk daftar pertanyaan, dan pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner tersebut cukup rinci dan lengkap.¹²¹ Jenis kuisisioner yang akan digunakan adalah kuisisioner tertutup dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tipe skala *Likert*.

Kuesisioner yang digunakan dari tesis Asmida Sari, Muhammad Nasrullah.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

¹²⁰ *Ibid*, h. 111.

¹²¹ Nazir Moch, *Metode Penelitian*(Jakarta: Salemba Empat, 2003), h. 203.

Tiap-tiap variabel diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena.¹²² Ada 5 alternatif yang digunakan dalam pemberian skor dengan nilai sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju (KS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

G. Model Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Suatu analisis yang digunakan untuk menerima/menolak data yang diperlukan, dimana data tersebut diperoleh dari daftar pertanyaan yang sudah diolah dalam bentuk angka-angka dan perhitungan melalui perhitungan statistik menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliditan /kesahihan instrumen. Angket yang akan diberikan kepada responden terlebih dahulu dicari validitasnya dengan analisis secara logis yaitu mencocokkan butir soal dengan indikator edukasi, Komitmen keIslaman dan Pelayanan. Setiap butir soal dianalisis dengan menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:¹²³

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

b. Reliabilitas Instrumen

¹²²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*(Bandung: Alfabeta, 2006), h. 72.

¹²³Saifuddin Azwar. *Validitas dan Reliabilitas*. Edisi 4.Yogyakarta (Pustaka Pelajar. 2012) h. 43

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument penelitian cukup dipercaya untuk dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan: r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

σ_b^2 = jumlah varians total¹²⁴

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara parsial/tunggal dan simultan/bersama-sama terhadap variabel terikat adapun rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3 + e^{125}$$

Keterangan :

a = Konstanta

n = Jumlah Data

X_1 = Edukasi

X_2 = Komitmen KeIslaman

X_3 = Pelayanan

Y = Keputusan menabung

b_1 = Koefisien Regresi X_1 terhadap Y

b_2 = Koefisien Regresi X_2 terhadap Y

b_3 = Koefisien Regresi X_3 terhadap Y

¹²⁴*Ibid* h. 45

¹²⁵J. Supranto. *Statistik Teori dan Praktik*, edisi, 6, (Jakarta : Erlangga, 2000), h. 174

e = Standar Error

Dalam *regresi berganda* variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dengan konstanta atau nilai ketetapan. Adapun parameter estimasi adalah sebagai alat ukur yang dinilai. Untuk melihat apakah Hasil estimasi model penelitian tersebut di atas bermakna secara teoritis (*theoretically meaningful*) dan nyata secara statistik (*statistically significant*), dipakai tiga kriteria pengujian, yaitu uji kriteria statistik (*first order test*), uji kriteria ekonomi dan uji kriteria ekonometrika (*second order test*), sebagai berikut:

1. Uji Statistik (uji signifikan Koefisien Regresi)

a. Uji Regresi Secara Parsial (uji t)

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variable bebas dan menganggap variable lainnya konstan. Dalam kaitan dengan uji t test, maka untuk melihat hubungan positif antara variable independen dengan variable dependen. Kriteria pengujiaanya adalah bila t hitung lebih besar dari t tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan. Dan ini berarti bahwa variable bebas yang di uji secara nyata berpengaruh terhadap variable tidak bebas.¹²⁶

b. Uji Regresi Secara Serentak atau Uji f (Simultan)

Uji Simultan dilakukan untuk melihat pengaruh variable bebas secara keseluruhan terhadap variable tak bebas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai f hitung dan f tabel, dimana bila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan ini berarti bahwa variabel-variabel bebas itu secara nyata mempengaruhi variabel terikat dan sebaliknya.

c. Uji Ketetapan Letak Taksiran Garis Regresi (Uji R^2)

Uji ini mengukur proporsi variasi variable tidak bebas yang dijelaskan oleh variable bebas. Nilai R^2 ini mempunyai jangkauan antara 0 dan 1, semakin dekat ke 1 maka semakin baik kecocokannya.

¹²⁶Doddy Ariefianto, *Ekonometrika esensi dan aplikasi menggunakan EViews*. (Jakarta : Erlangga. 2012).h. 56

2. Uji Kriteria Ekonometrika (Asumsi Klasik)

Ada beberapa permasalahan yang bias diambil dalam model regresi linier, yang secara statistik permasalahan tersebut dapat mengganggu model yang telah ditentukan, bahkan dapat menyesatkan kesimpulan yang diambil dari persamaan yang terbentuk. Untuk itu perlu dilakukan asumsi klasik yang terdiri dari:¹²⁷

a. Uji Normalitas

Asumsi model regresi linier adalah bahwa factor pengganggu atau *residual* mempunyai nilai rata-rata yang sama dengan nol, tidak berkorelasi dan mempunyai varian yang konstan. Untuk mengetahui normal atau tidaknya factor pengganggu dilakukan dengan J-B tes (Jarque-Bera test). Jika nilai Prob. JB > dari 0,05, maka data berdistribusi normal akan diterima.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini berguna untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang sempurna atau hampir sempurna di antara beberapa atau semua variabel bebas. Analisis regresi yang baik bilamana tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menggunakan *corelation matrix* jika Koefisien korelasi parsial (r^2) relative lebih rendah (lebih kecil dari R^2), maka tidak terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Model yang digunakan adalah dengan menggunakan uji White. Model regresi linier berganda dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas jika tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat. Nilai dari probabilitas R-Square pada signifikansinya yang berada di atas tingkat kepercayaan 5% atau nilai *probability-value* > 0,05.

¹²⁷*Ibid*, h. 92

3. Uji kriteria "*apriori*" ekonomi

Kriteria ini ditentukan oleh prinsip-prinsip teori ekonomi. Jika nilai maupun tanda taksiran parameter tidak sesuai dengan kriteria "*apriori*" maka taksiran-taksiran itu harus ditolak, kecuali kalau ada alasan kuat untuk menyatakan bahwa dalam suatu kasus khusus prinsip-prinsip ekonomi tidak berlaku. Sehingga alasan-alasan untuk membenarkan taksiran yang berbeda dengan yang telah di gariskan oleh teori ekonomi, harus dinyatakan dengan jelas.

Uji kriteria "*apriori*" ekonomi dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian tanda antara koefisien parameter regresi dengan teori yang bersangkutan dan dengan mengemukakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan. Jika tanda koefisien parameter regresi sesuai dengan prinsip-prinsip teori ekonomi, maka parameter tersebut telah lolos dari pengujian.¹²⁸

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Perkembangan bank-bank syariah di negara-negara Islam pada abad 19 memberikan pengaruh terhadap Indonesia. Pada awal 1980-an, diskusi mengenai Bank Syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah terwujudnya seperti *Baitul Tamwil-Salam* Bandung dan koperasi Ridho Gusti Jakarta. Akan tetapi prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990 berdasarkan keputusan Lokakarya Musyawarah Nasional (MUNAS) ke IV MUI pada bulan Agustus 1990 di Jakarta. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia¹²⁹

MUI membentuk suatu TIM Steering Committe yang diketuai oleh Dr. Ir. M. Amin Azis. Tim ini bertugas untuk mempersiapkan segala sesuatu yang

¹²⁸*Ibid*,h. 154

¹²⁹*Ibid*, h. 25

berkaitan dengan berdirinya Bank Islam di Indonesia. Untuk membantu kelancaran tugas-tugas Tim MUI ini dibentuklah tim Hukum Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dibawah ketua Drs. Karnaen Perwatmadja, MPA. Tim ini bertugas untuk mempersiapkan segala sesuatu yang menyangkut aspek hukum dari Bank Islam, karena baik pada proses berdirinya maupun pada saat beroperasinya, Bank Islam selalu berhubungan dengan aspek hukum.

Tim MUI selain mempersiapkan proses berdirinya Bank Islam baik segi administrasi maupun pendekatan-pendekatan dan konsolidasi dengan pihak-pihak terkait juga mempersiapkan aspek sumber daya manusianya, yaitu menyelenggarakan training calon staf PT. Bank Muamalat Indonesia melalui Management Development Program (MODP) di Lembaga Pendidikan Perbankan Indonesia (LPPI) yang dibuka pada tanggal 29 maret 1991 oleh Menteri Muda Keuangan Sumirutapura.

Tahap awal berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia sebagai lembaga keuangan tentu membutuhkan dana. Oleh karena itu tugas Tim MUI melobi pengusaha-pengusaha muslim untuk menjadi pemegang saham pendiri. Tim MUI ternyata dapat melaksanakan tugasnya dengan baik, terbukti dalam waktu satu tahun sejak ide berdirinya Bank Islam tersebut, dukungan umat Islam dari berbagai pihak sangat kuat. Setelah semua persyaratan terpenuhi pada tanggal 1 November 1991 (Izin Menteri Kehakiman No. C2.2413.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI tanggal 28 April 1992 No.34).

Dengan adanya izin prinsip surat Menteri Keuangan Republik Indonesia No.1223/MK 013/1992, PT. Bank Muamalat Indonesia bisa memulai operasi untuk melayani kebutuhan masyarakat melalui jasa-jasanya.

PT. Bank Muamalat Indonesia selain berdiri dengan berdasarkan pada ketentuan Syariat Islam, juga didasarkan pada kenyataan-kenyataan sebagai berikut:

- a. Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam sebagian besar masih meragukan hukumnya bunga pada Bank konvensional. Keraguan

ini berimbas pada sikap mereka yang tidak maksimal memanfaatkan jasa-jasa perbankan konvensional yang ada. Hal ini tentu saja tidak menunjang bagi sasaran pembangunan.

- b. Meningkatnya pembangunan di sektor agama akan meningkatkan kesadaran bagi umat Islam untuk melaksanakan nilai-nilai dan ajaran agamanya. Peningkatan kesadaran beragama ini akan menimbulkan tuntutan umat yang semakin besar terhadap adanya Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip Syariah. Selain itu, peningkatan kesadaran beragama juga akan meningkatkan pembangunan sarana-sarana keagamaan seperti madrasah-madrasah, masjid-masjid, musholla, *Baitul Maal*, dan sebagainya yang pada umumnya belum berani menyimpan dananya di Bank konvensional yang sudah ada.
- c. Bank konvensional yang telah beroperasi di Indonesia dirasakan kurang berperan secara optimal dalam membantu mengurangi kemiskinan dan dalam meratakan pendapatan, karena operasi Bank dengan perangkat bunga kurang memberi peluang kepada orang-orang miskin untuk mengembangkan usahanya lebih produktif. Selain itu pranata pembayaran bunga akan semakin memberatkan nasabah khususnya yang berekonomi lemah dan memberi peluang mengalirnya arus sumber pendapatan dari debitur yang pada umumnya miskin ke kreditur yang pada umumnya lebih mampu secara ekonomis dari pada debitur.
- d. Policy pemerintah di bidang ekonomi khususnya perbankan sangat mendukung bagi beroperasinya bank tanpa bunga di Indonesia. Policy-policy tersebut misalnya Deregulasi Perbankan 1 Juni 1983 membebaskan untuk menetapkan sendiri tingkat bunganya bahkan sampai tingkat 0%. Pakto 22 Oktober 1988 membuka peluang bagi berdirinya Bank-Bank swasta baru. Penjelasan lisan pemerintah dalam Rapat Kerja dengan komisi VII DPR RI tanggal 5 Juli 1990, menegaskan bahwa tidak ada halangan untuk mengoperasikan Bank-Bank yang sesuai dengan prinsip Syariah, asalkan operasionalnya dapat memenuhi kriteria kesehatan Bank di Indonesia.

- e. Undang-undang No. 7 tahun 1992 pasal 1 butir 12 memberi peluang beroperasinya bank dengan system bagi hasil keuntungan. Peluang tersebut lebih mendapatkan pijakan hukum yang pasti dengan keluarnya Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil.
- f. Konsep yang melekat (Build in Concept) pada Bank Muamalat Indonesia sebagai salah satu wujud Bank Islam sejalan dengan kebutuhan dan orientasi pembangunan di Indonesia. Orientasi tersebut adalah :
 - a. Kebersamaan antara bank dengan nasabah.
 - b. Mendorong kegiatan investasi dan menghambat simpanan yang tidak produktif melalui sistem operasi *profit dan lost sharing* sebagai pengganti bunga.
 - c. Mengurangi kemiskinan dengan membina ekonomi lemah dan tertindas.
 - d. Mengembangkan produksi, menggalakkan perdagangan dan memperluas kesempatan kerja melalui kredit pemilikan barang modal.

2. Tujuan dan Strategi Usaha PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Tujuan Bank Muamalat Indonesia harus disesuaikan dengan bermuamalat menurut ketentuan Syariat Islam serta situasi dan kondisi di Indonesia, baik di bidang ekonomi sosial budaya, hukum maupun politik. Tujuan PT. Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, sebagai akibat dari praktik-praktik kegiatan ekonomi yang tidak Islami.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan. Partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan lembaga perbankan selama ini dirasakan masih kurang sebagai akibat dari sikap keraguan terhadap hukum bank.

- c. Mengembangkan lembaga bank dan sistem Perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, sehingga mampu meningkatkan partisipasi masyarakat untuk menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga Perbankan ke daerah-daerah pedesaan yang terpencil.
- d. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Selain mempunyai tujuan umum, Bank Muamalat Indonesia juga mempunyai tujuan khusus sebagai berikut:

- a) Memberikan kesempatan kepada umat Islam khususnya dan tidak menutup peluang bagi selain yang beragama Islam, untuk berhubungan dengan perbankan yang lebih menjamin adanya kebersamaan, keadilan dan pemerataan pendapatan. Kesempatan tersebut tidak hanya diberikan kepada kelompok ekonomi menengah ke atas, tetapi justru mengutamakan kelompok ekonomi menengah ke bawah.
- b) Memberikan lapangan kerja yang sekaligus mendidik kepada orang-orang yang kurang mampu atau pengusaha kecil untuk mengembangkan usahanya sehingga mampu berwirausaha dan memiliki prospek bisnis yang cerah.
- c) Memberikan pembinaan kepada pengusaha produsen baik kecil maupun besar, petani maupun pengrajin berupa kredit pemilikan barang-barang modal dan bahan baku.
- d) Memberikan pembinaan kepada pedagang perantara guna membantu pemecahan masalah pemasaran bagi produsen dalam memberikan kredit berupa barang dagangan kepada para perantara yang berminat menjualkan barang hasil produksi pengusaha yang dibina Bank Islam.
- e) Mengembangkan usaha bersama dengan jalan memberikan pembiayaan investasi berupa barang modal dan bahan baku dengan sistem bagi hasil

Al-Murabahah. Untuk pembiayaan pengembangan usaha ini tidak dikenakan biaya apapun, hanya berupa pembagian keuntungan.

PT. Bank Muamalat Indonesia dalam upaya mencapai tujuan operasionalnya akan didasarkan kepada strategi usaha sebagai berikut:

1. Sasaran pembinaan

Sasaran pembinaan PT. bank Muamalat Indonesia meliputi pengrajin industri kecil, nelayan, peternak, pekebun, petani tanaman pangan dan holkultura, pedagang kecil, pengusaha transportasi dan pengusaha lainnya. Untuk sasaran tersebut dilakukan kegiatan untuk membina dan mempercepat berkembangnya masyarakat kelompok ekonomi menengah ke bawah untuk mengantisipasi dampak negatif dari pembangunan, sehingga terbentuk landasan yang kokoh bagi pembangunan manusia seutuhnya.

2. Strategi pengembangan

Strategi pengembangan PT. Bank Muamalat Indonesia dilakukan dengan kegiatan-kegiatan:

- a. Bekerjasama dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang telah ada dengan cara:
 - 1) Mengintrodusir dan membina pengembangan produk-produk dan sistem perbankan berdasarkan syariat Islam.
 - 2) Mengintrodusir system pengembangan usaha berdasarkan kebersamaan dan peran serta dalam permodalan dan resiko.
 - 3) Merintis dan mengembangkan kerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam mendukung peningkatan kemampuan manajerial dan teknologi, peningkatan nilai dan pengembangan usaha kecil dan menengah.
- b. Mendorong pengembangan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) baru di daerah-daerah potensial, pengembangan usaha kecil dan menengah dengan cara:
 - 1) Penyediaan modal perangsang

- 2) Penyediaan staf BPR dan pelatihan
- 3) Penyediaan modal kerja dan pembinaan teknis
- 4) Pembinaan lanjutan
- 5) Merintis dan mengembangkan kerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam mendukung peningkatan kemampuan manajerial dan teknologi, peningkatan nilai tambah dan pengembangan usaha kecil dan menengah.
- c. Bekerjasama dengan Badan Amil Zakat, Infaq dan Sedekah (BAZIS) menginvestasikan pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah untuk proyek-proyek pengembangan usaha kecil dan menengah.
- d. Merangsang tumbuh dan berkembang lebih baik lembaga-lembaga penyedia bantuan teknik manajemen untuk pengusaha kecil dan menengah.
- e. Merangsang tumbuh dan berkembang lebih baik lembaga-lembaga penyedia teknologi peningkatan produktifitas.
- f. Merangsang tumbuh dan berkembang lebih baik lembaga-lembaga penyedia bantuan pembinaan keterampilan akuntansi.
- g. Mengembangkan peranan lembaga dan melancarkan jaringan penyediaan bahan baku.
- h. Mengembangkan peranan kelembagaan pemasaran hasil produksi

B. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan

Sebelum didirikannya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan terlebih dahulu dibentuk sebuah Tim yang diberi nama *Muamalat Service Centre* pada tanggal 4 November 1999. Tim yang bekerjasama selama 6 (enam) bulan ini memiliki beberapa tugas, antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan layanan info secara rasional.

- b. Mengadakan sosialisasi tentang Bank Muamalat Indonesia kepada masyarakat kota Medan, Pemerintah Daerah, pengusaha maupun Alim Ulama.
- c. Mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan rencana berdirinya Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan baik operasional maupun izin-izinya.
- d. Melakukan kajian-kajian mengenai potensi pasar baik dari segi funding (menghimpun dana) maupun lending (penyaluran dana).

Setelah melakukan kajian-kajian, akhirnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan resmi beroperasi pada tanggal 17 April 2000 dengan modal awal Rp. 500.000.000.- dan 16 orang karyawan.

C. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi Bank Syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi dipasar rasional.

b. Misi

Menjadi *ROLE MODEL* Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai *stakeholder*.

D. Struktur organisasi

Pada dasarnya kegiatan cabang Bank dapat dikelompokkan menurut jenis kegiatan utamanya menjadi dua kelompok yaitu kegiatan pembiayaan dan kegiatan dibidang dana. Kedua bidang ini pada umumnya dipimpin oleh seorang Wakil Kepala Cabang.

Dalam struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia terdapat tiga dewan yaitu:

1. Dewan Komisaris
2. Dewan Pengawas Syariah

3. Dewan Direksi

Dalam operasional sehari-hari Bank Muamalat Indonesia dilaksanakan oleh Dewan Direksi yang diketahui oleh seorang Dewan direktur Utama, sedangkan Dewan Pengawas Syariah berperan dalam mengawasi dan menguji apakah pengelolaan dan produk yang ditawarkan kemasyarakat sesuai dengan syariah Islam, Dewan Pengawas Syariah melakukan konsultasi dengan Majelis Ulama Indonesia dan Dewan Pengawas Syariah itu sendiri terdiri dari anggota-anggota MUI.

Dewan komisaris adalah wakil dari pemegang saham yang mempunyai peran sebagai pengawas, dan bersama dewan direksi merumuskan strategi-strategi untuk tujuan jangka waktu perusahaan.

Dilihat dari hirarki kekuasaan maka seorang direktur bertanggung jawab terhadap Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah.

Adapun pemilik Bank Muamalat adalah:

1. Islamic Development Bank : 28,01%
2. Boubyan Bank Kuwait : 21,28%
3. Atwill Holdings Lomited : 15,32%
4. Abdul Rohim : 6,71%
5. Rizal Ismael : 5,49%
6. KOPKAPINDO : 3,25%
7. IDF Fondation : 2,98%
8. BMF Holdings Limited : 2,98%
9. BPDONHI : 2,44%
10. Masyarakat Lain : 11,54%

Pengurus Bank Muamalat adalah

1. Dewan Pengawas Syariah

- | | |
|---------|------------------------------|
| Ketua | : K.H. M.A. Sahal Mahfudh |
| Anggota | : K.H. Ma'ruf Amin |
| Anggota | : Prof. Dr. H. Umar Shihab |
| Anggota | : Prof. Dr. H. Muardi Chatib |

2. Dewan Komisaris

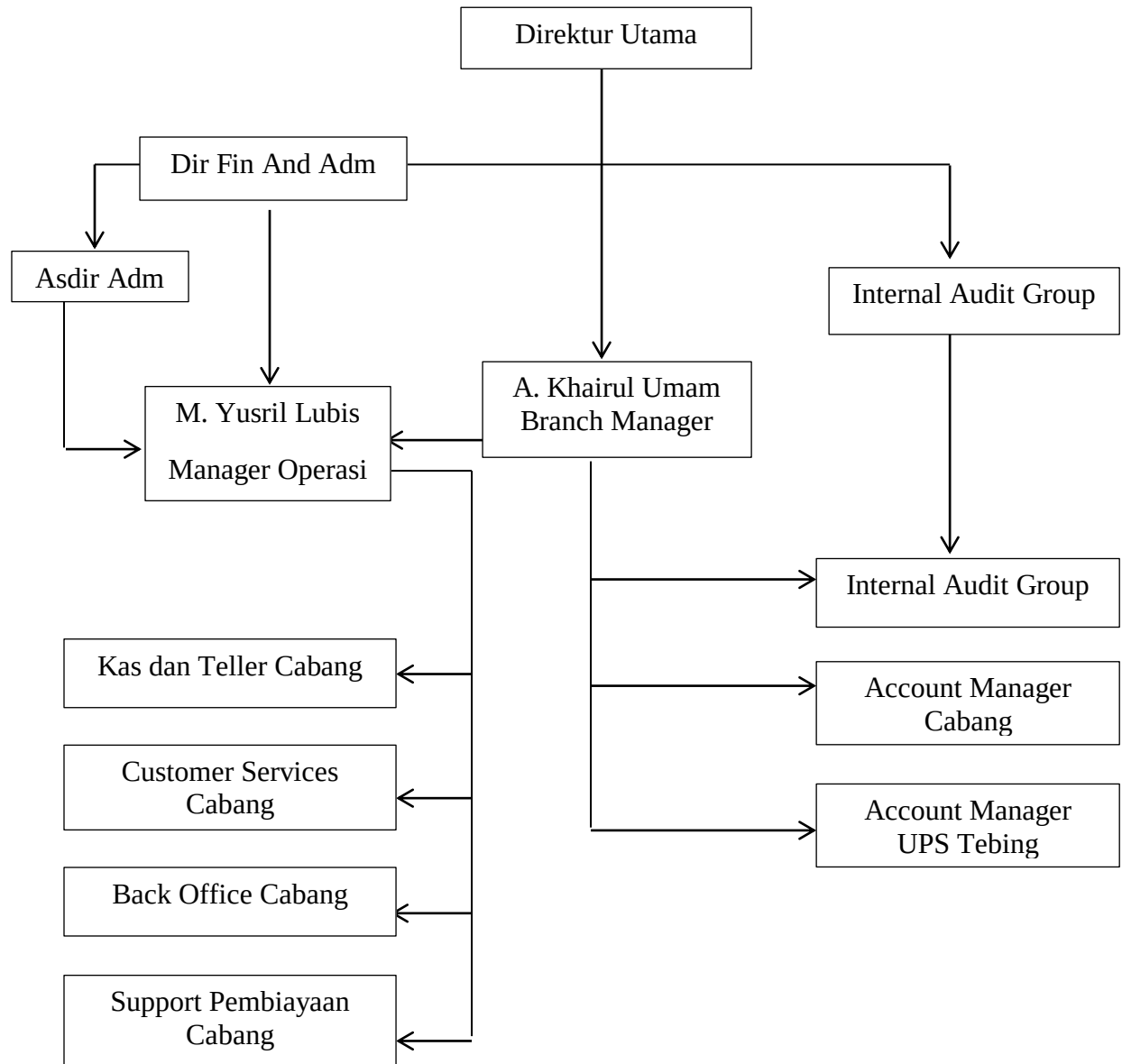
Komisaris Utama	: Drs, H, Abbas Adhar
Komisaris	: Prof. Korkut Ozal
Komisaris	: Dr. Ahmed Abisourour
Komisaris	: Drs. Aulia Pohan, M.A
Komisaris	: H. Iskandar Zulkarnain, S.E, M.Si

3. Direksi

Direktur Utama	: H.A. Riawan Amin, M.Sc
Direktur	: Ir. H. Arvian Arifin
Direktur	: H. M. Hidayat, S.E, Ak
Direktur	: Ir. H. Andi Buchari, MM
Direktur	: Drs. U. Saefudin Noer, M.Si

Struktur organisasi ini dapat dilihat pada gambar yang tercantum dibawah ini yang disesuaikan dengan bidang usahanya sebagai suatu lembaga keuangan. Pembentukan struktur organisasi perusahaan yang dimaksudkan agar terlihat jelas tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Untuk memperjelas uraian diatas, maka dapat digambarkan struktur oraganisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan

Gambar 2
Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan



Sumber: Personalia PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan (2016) diolah.

E. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Demografi Responden

Dalam penelitian ini ada beberapa pertanyaan yang disebarkan kepada nasabah yang menabung di Bank Muamalat. Untuk memberikan pemahaman

terhadap *demografis* responden yang diteliti dalam penelitian ini maka dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 5: Gambaran Responden Mengenai Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	45	45
Perempuan	55	55
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat ditemukan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45 responden (45%), sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 55 responden (55%), terlihat bahwasannya responden berjenis kelamin Perempuan yang mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 6 : Gambaran Responden Mengenai Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
D III	25	25
S-1	70	70
S-2	5	5
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat dikemukakan bahwa jumlah responden yang berpendidikan Diploma berjumlah 25 (25%), yang berpendidikan S-1 berjumlah 70 responden (70%), yang berpendidikan S-2 berjumlah 5 responden (5%) Dengan demikian responden yang berpendidikan S-1 yang mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 7 : Gambaran Responden Mengenai Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21 – 30 Tahun	75	75%
31 – 40 Tahun	10	10%

>41 Tahun	15	15%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dikemukakan bahwa jumlah responden yang berusia 21 – 30 tahun berjumlah 75 responden (75%), yang berusia 31 – 40 tahun berjumlah 10 responden (10%), dan yang berusia > 41 tahun berjumlah 15 responden (15%). Dengan demikian responden yang berusia 21 – 30 tahun yang mendominasi dalam penelitian ini.

b. Deskriptif Responden

1. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Edukasi

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, berikut ini akan ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan gambaran dari hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai Edukasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Edukasi

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F
Q1	22	22	34	34	42	42	2	2	0	0	100
Q2	25	25	31	31	41	41	3	3	0	0	100
Q3	22	22	29	29	47	47	2	2	0	0	100
Q4	17	17	40	40	40	40	3	3	0	0	100
Q5	24	24	39	39	36	36	1	1	0	0	100

Sumber : Pengolahan Angket Penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa :

a. pertanyaan 1

Pada pertanyaan 1 ini, untuk variabel Edukasi pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 22%, nasabah yang menjawab setuju 34%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 42%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

b. Pernyataan 2

Pada pernyataan 2 ini, untuk variabel Edukasi pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 25%, nasabah yang menjawab setuju 31%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 41%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 3%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

c. Pernyataan 3

Pada pernyataan 3 ini, untuk variabel Edukasi pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 22%, nasabah yang menjawab setuju 29%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 47%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

d. Pernyataan 4

Pada pernyataan 4 ini, untuk variabel Edukasi pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 17%, nasabah yang menjawab setuju 40%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 40%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 3%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

e. Pernyataan 5

Pada pernyataan ini, untuk variabel Edukasi pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 24%, nasabah yang menjawab setuju 39%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah

36%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 1%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

Berdasarkan jawaban kuesioner per item di atas dapat dinyatakan bahwa edukasi yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan telah maksimal, yaitu selalu memberikan sosialisasi dan informasi tentang produk-produk perbankan syariah dan menjelaskan secara rinci pada kepada calon nasabah sehingga banyak nasabah mengetahui dan memutuskan untuk bertransaksi atau menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan.

2. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Komitmen KeIslaman

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, berikut ini akan ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan gambaran dari hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai Komitmen KeIslaman PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 9
Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Komitmen KeIslaman

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F
Q1	26	26	45	45	27	27	2	2	0	0	100
Q2	27	27	39	39	34	34	0	0	0	0	100
Q3	18	18	37	37	43	43	2	2	0	0	100
Q4	10	10	46	46	44	44	0	0	0	0	100
Q5	14	14	50	50	36	36	0	0	0	0	100

Sumber : Pengolahan Angket Penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa :

- a. Pernyataan 1

Pada Pernyataan 1 ini, untuk variabel Komitmen KeIslaman pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 26%, nasabah yang menjawab setuju 45%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 27%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

b. Pernyataan 2

Pada Pernyataan 2 ini, untuk variabel Komitmen KeIslaman pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 27%, nasabah yang menjawab setuju 39%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 34%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju tidak ada dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

c. Pernyataan 3

Pada Pernyataan 3 ini, untuk variabel Komitmen KeIslaman pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 18%, nasabah yang menjawab setuju 37%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 43%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

d. Pernyataan 4

Pada Pernyataan 4 ini, untuk variabel Komitmen KeIslaman pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 10%, nasabah yang menjawab setuju 46%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 44%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju tidak ada dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

e. Pernyataan 5

Pada Pernyataan 5 ini, untuk variabel Komitmen KeIslaman pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 14%, nasabah yang menjawab setuju 50%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 36%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju tidak ada dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

Berdasarkan jawaban kuesioner per item di atas dapat dinyatakan bahwa Komitmen KeIslaman pada nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan telah maksimal. Calon nasabah sudah mengetahui tentang hukum syari'at Islam dan tahu tentang haramnya riba dan mengetahui bahwa bunga termasuk bagian dari riba sehingga banyak nasabah bertransaksi dan memutuskan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan.

3. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Pelayanan

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, berikut ini akan ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan gambaran dari hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai Pelayanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 10
Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Pelayanan

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F
Q1	20	20	52	52	26	26	2	2	0	0	100
Q2	25	25	36	36	38	38	1	1	0	0	100
Q3	26	26	32	32	42	42	0	0	0	0	100
Q4	22	22	31	31	45	45	2	2	0	0	100
Q5	23	23	42	42	33	33	2	2	0	0	100

Sumber : Pengolahan Angket Penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa :

a. Pernyataan 1

Pada Pernyataan 1 ini, untuk variabel Pelayanan pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 20%, nasabah yang menjawab setuju 52%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 26%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

b. Pernyataan 2

Pada Pernyataan 2 ini, untuk variabel Pelayanan pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 25%, nasabah yang menjawab setuju 36%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 38%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 1% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

c. Pernyataan 3

Pada Pernyataan 3 ini, untuk variabel Pelayanan pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 26%, nasabah yang menjawab setuju 32%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 42%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju tidak ada dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

d. Pernyataan 4

Pada Pernyataan 4 ini, untuk variabel Pelayanan pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 26%, nasabah yang menjawab setuju 31%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 45%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

e. Pernyataan 5

Pada Pernyataan 5 ini, untuk variabel Pelayanan pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 23%, nasabah yang menjawab setuju 42%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 33%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

Berdasarkan jawaban kuesioner per item di atas dapat dinyatakan bahwa Pelayanan pada nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan telah maksimal. Hal ini dikarenakan pelayanan yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah seperti: respon pelayanan cepat, ramah, berusaha memberikan pemahaman kepada

nasabah, sehingga banyak nasabah bertransaksi dan memutuskan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan.

4. Deskriptif Penilaian Terhadap Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, berikut ini akan ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan gambaran dari hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 11

Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F
Q1	20	20	52	52	26	26	2	2	0	0	100
Q2	25	25	36	36	38	38	2	2	0	0	101
Q3	26	26	32	32	42	42	0	0	0	0	100
Q4	22	22	31	31	45	45	2	2	0	0	100
Q5	23	23	42	42	33	33	2	2	0	0	100

Sumber : Pengolahan Angket Penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa :

a. Pernyataan 1

Pada Pernyataan 1 ini, untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 20%, nasabah yang menjawab setuju 52%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 26%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

b. Pernyataan 2

Pada Pernyataan 2 ini, untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 25%, nasabah yang menjawab setuju 36%, dan nasabah yang menjawab kurang

setuju berjumlah 38%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 1% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

c. Pernyataan 3

Pada Pernyataan 3 ini, untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 26%, nasabah yang menjawab setuju 32%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 42%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju tidak ada dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

d. Pernyataan 4

Pada Pernyataan 4 ini, untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 26%, nasabah yang menjawab setuju 31%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 45%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2%, dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

e. Pernyataan 5

Pada Pernyataan 5 ini, untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah pada 100 responden terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 23%, nasabah yang menjawab setuju 42%, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 33%, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju 2% dan untuk jawaban tidak setuju, tidak ada nasabah yang menjawab.

Berdasarkan jawaban kuesioner per item di atas dapat dinyatakan bahwa kesadaran nasabah untuk menabung yang menyebabkan Keputusan Menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan telah maksimal.

5. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu tingkatan dimana skala atau seperangkat ukuran mempresentasikan konsep secara akurat. Jadi, penelitian ini ditujukan untuk melihat apakah instrumen penelitian (kuesioner) dalam penelitian ini sudah valid

dan reliabel untuk mengukur Pengaruh edukasi, komitmen keIslaman dan Pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

a). Variabel Edukasi

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 100$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - k$ ($100 - 4 = 96$). Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Dari hasil out put di atas bahwa 5 pertanyaan dengan $r_{\text{hitung}} > 0.205$ dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 12 Uji Validitas Edukasi

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
1	Pertanyaan 1	.832	0.205	Valid
2	Pertanyaan 2	.606	0.205	Valid
3	Pertanyaan 3	.995	0.205	Valid
4	Pertanyaan 4	.861	0.205	Valid
5	Pertanyaan 5	.849	0.205	Valid

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat diartikan bahwa pertanyaan 1 memiliki r hitung sebesar $0,832 > r \text{ tabel } 0,205$ yang bermakna valid, pertanyaan 2 memiliki r hitung sebesar $0,606 > r \text{ tabel } 0,205$ yang bermakna valid, pertanyaan 3 memiliki r hitung sebesar $0,995 > r \text{ tabel } 0,205$ yang bermakna valid, pertanyaan 4 memiliki r hitung sebesar $0,861 > r \text{ tabel } 0,205$ yang bermakna valid dan pertanyaan 5 memiliki r hitung sebesar $0,849 > r \text{ tabel } 0,205$ yang bermakna valid.

b). Variabel Komitmen Keislaman

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 100$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - k$ ($100 - 4 = 96$). Butir pertanyaan

dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil out put di atas bahwa 5 pertanyaan dengan $r_{hitung} > 0.205$ dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 13 Uji Validitas Komitmen Keislaman

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
1	Pertanyaan 1	.929	0.205	Valid
2	Pertanyaan 2	.506	0.205	Valid
3	Pertanyaan 3	.895	0.205	Valid
4	Pertanyaan 4	.661	0.205	Valid
5	Pertanyaan 5	.813	0.205	Valid

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat diartikan bahwa pertanyaan 1 memiliki r hitung sebesar $0,929 > r$ tabel $0,205$ yang bermakna valid, pertanyaan 2 memiliki r hitung sebesar $0,506 > r$ tabel $0,205$ yang bermakna valid, pertanyaan 3 memiliki r hitung sebesar $0,895 > r$ tabel $0,205$ yang bermakna valid, pertanyaan 4 memiliki r hitung sebesar $0,661 > r$ tabel $0,205$ yang bermakna valid dan pertanyaan 5 memiliki r hitung sebesar $0,813 > r$ tabel $0,205$ yang bermakna valid.

c). Variabel Pelayanan

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 100$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - k$ ($100-4= 96$). Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil out put di atas bahwa 5 pertanyaan dengan $r_{hitung} > 0.205$ dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 14 Uji Validitas Pelayanan

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
1	Pertanyaan 1	.640	0.205	Valid
2	Pertanyaan 2	.832	0.205	Valid
3	Pertanyaan 3	.973	0.205	Valid
4	Pertanyaan 4	.706	0.205	Valid

5	Pertanyaan 5	.584	0.205	Valid
---	--------------	------	-------	-------

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat diartikan bahwa pertanyaan 1 memiliki r hitung sebesar $0,640 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid, pertanyaan 2 memiliki r hitung sebesar $0,832 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid, pertanyaan 3 memiliki r hitung sebesar $0,973 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid, pertanyaan 4 memiliki r hitung sebesar $0,706 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid dan pertanyaan 5 memiliki r hitung sebesar $0,584 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid.

d). Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 100$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - k$ ($100 - 4 = 96$). Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Dari hasil out put di atas bahwa 5 pertanyaan dengan $r_{\text{hitung}} > 0.205$ dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 15 Uji Validitas Persepsi Mahasiswa Non Muslim

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
1	Pertanyaan 1	.530	0.205	Valid
2	Pertanyaan 2	.720	0.205	Valid
3	Pertanyaan 3	.905	0.205	Valid
4	Pertanyaan 4	.665	0.205	Valid
5	Pertanyaan 5	.504	0.205	Valid

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat diartikan bahwa pertanyaan 1 memiliki r hitung sebesar $0,530 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid, pertanyaan 2 memiliki r hitung sebesar $0,720 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid, pertanyaan 3 memiliki r hitung sebesar $0,905 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid, pertanyaan 4 memiliki r hitung sebesar $0,665 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid dan pertanyaan 5 memiliki r hitung sebesar $0,504 > r$ tabel 0,205 yang bermakna valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan internal *consistency*. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya dipercaya suatu instrumen penelitian, berdasarkan pada tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Adapun tingkat *reliabilitas* dengan *Alpha Cronbach* diukur dari skala 0 sampai 1, sebagaimana tercantum pada tabel berikut ini:¹³⁰

Tabel 16

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai *Alpha*

<i>Alpha</i>	Tingkat <i>Reliabilitas</i>
0,00 s.d 0,20	Kurang <i>Reliabel</i>
> 0,20 s.d 0,40	Agak <i>Reliabel</i>
> 0,40 s.d 0,60	Cukup <i>Reliabel</i>
> 0,60 s.d 0,80	<i>Reliabel</i>
> 0,80 s.d 1,00	Sangat reliabel

Berikut ini output statistik untuk melihat tingkat *reliabilitas* pada variabel promosi digambarkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 17. Uji Reliabilitas

No	Pernyataan	Cronbach's Alpha	Alpha	Kesimpulan
1	Edukasi	0,784	0,60 s/d 0,80	Reliabel
2	Komitmen Keislaman	0,894	0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel
3	Pelayanan	0,938	0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel
4	Keputusan Menjadi Nasabah	0,892	0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Data diolah, 2016

¹³⁰ Triton , *Riset Statistik Parametrik* (Yogyakarta : Andi, 2005), h. 156.

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel rata-rata $> 0,60$ sehingga dinyatakan Sangat reliabel karena berada diantara 0,80 s.d 1,00.

1. Pengujian Hasil Estimasi Model Penelitian

Untuk melihat apakah Hasil estimasi model penelitian tersebut di atas bermakna secara teoritis (*theoretically meaningful*) dan nyata secara statistik (*statistically significant*), dipakai tiga kriteria pengujian, yaitu uji kriteria statistik (*first order test*), uji kriteria ekonomi dan uji kriteria ekonometrika (*second order test*), hasil etimasi Persamaan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat sebagai berikut:

Tabel 18. Estimasi Fungsi Persamaan Keputusan Menjadi Nasabah

Dependent Variable: LOG(KMN)

Method: Least Squares

Date: 08/25/16 Time: 11:07

Sample: 1 100

Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.953389	0.392833	4.972572	0.0000
LOG(EDKS)	0.194978	0.061602	3.165136	0.0021
LOG(KK)	0.262812	0.070516	3.726980	0.0003
LOG(PLYN)	0.118364	0.059330	1.995026	0.0489
R-squared	0.977586	Mean dependent var		4.438013
Adjusted R-squared	0.976885	S.D. dependent var		0.580230
S.E. of regression	0.088216	Akaike info criterion		-1.978881
Sum squared resid	0.747076	Schwarz criterion		-1.874674
Log likelihood	102.9441	F-statistic		14.09096
Durbin-Watson stat	1.148254	Prob(F-statistic)		0.000000

Sumber : data diolah Eviews 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3 + \mu$$

Dimana :

$$\text{LOG(KMN)} = 1.953389 + 0.194978 \text{ LOG(EDKS)} + 0.262812 \text{ LOG(KK)} + \\ 0.118364 \text{ LOG(PLYN)}$$

Dari fungsi model di atas dapat dipahami bahwa :

- a) Jika ketiga variabel independen, yaitu variabel Edukasi, Komitmen KeIslaman dan Pelayanan tetap, maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat.
- b) Jika Edukasi terhadap nasabah meningkat, maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika Edukasi terhadap nasabah menurun maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat. Hal ini berhubungan positif.
- c) Jika Komitmen KeIslaman nasabah meningkat, maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika Komitmen KeIslaman nasabah menurun maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat. Hal ini berhubungan positif.
- d) Jika Pelayanan terhadap nasabah meningkat, maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika Pelayanan terhadap nasabah menurun maka Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan tetap meningkat. Hal ini berhubungan positif.

2. Uji Kriteria Statistik

Uji kriteria statistik dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip statistik, yang meliputi pengujian koefisien regresi secara parsial, pengujian koefisien regresi secara serentak, dan pengujian ketepatan letak taksiran garis regresi.

a. Uji Regresi Secara Parsial

Pengujian koefisien regresi secara parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t (t-test) atau p-value.

Dengan menggunakan uji t (t-test) dengan tingkat signifikansi 5 persen ($\alpha = 5\%$), serta derajat kebebasan (δf) adalah $n-k = 100-4 = 96$, maka diperoleh nilai kritis t-tabel sebesar 1,660 atau dengan menggunakan Prob.

Selanjutnya dengan membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel dapat dinyatakan bahwa:

Variabel Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,165 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Dengan demikian variabel edukasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

Variabel Komitmen KeIslaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,726 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Dengan demikian komitmen keislaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

Variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 1,995 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. Sebesar 0,04. Dengan demikian Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Serentak

Pengujian koefisien regresi secara serentak bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang digunakan dalam estimasi model secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan (berarti) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji Fisher (*F-Test*) dengan cara membandingkan F-hitung dengan F-tabel.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5 persen ($\alpha=5\%$) serta derajat kebebasan (δf) $N = n - k = 100 - 4 = 96$ maka diperoleh nilai F-hitung lebih besar dari pada F-tabel sebesar $14,09 > 2,47$ atau Prob. sebesar 0,000

signifikan pada taraf kepercayaan 100 %. Ini berarti bahwa semua variabel bebas (*independent variable*) yang digunakan dalam estimasi model analisis ini, yaitu Edukasi, Komitmen KeIslaman dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan

c. Uji Ketepatan Letak Taksiran Garis Regresi (*Goodness of Fit*)

Uji ketepatan letak taksiran garis regresi ini, Untuk mengukur proporsi variasi variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh variabel bebas dalam hal ini dapat ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi (R^2), yang besarnya antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Semakin tinggi nilai R^2 (mendekati 1), berarti estimasi model regresi dihasilkan semakin mendekati keadaan yang sebenarnya (*goodness of fit*) atau menunjukkan tepatnya letak taksiran garis regresi yang diperoleh.

Dari hasil estimasi model diperoleh nilai R^2 sebesar 0.977. Ini berarti, bahwa sebesar 97,7 persen proporsi variabel-variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variasi variabel terikat dalam model tersebut, sedangkan sisanya yang hanya sebesar 2,3 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai R^2 tersebut memperlihatkan estimasi model yang dihasilkan dari penelitian ini cukup memperlihatkan keadaan yang sebenarnya (*goodness of fit*) atau cukup untuk dipercaya.

3. Uji Kriteria Ekonometrika

Uji kriteria ekonometrika yang dilakukan terhadap hasil estimasi model dalam penelitian ini adalah uji gejala multikolinearitas, normalitas dan heteroskedastisitas sebagai berikut:

a. Uji Gejala Multikolinearitas

Pengujian gejala multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan (korelasi) yang sempurna antara variabel bebas

yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam model. Apabila ada, berarti terdapat gejala multikolinearitas yang akan menyebabkan standar error-nya semakin besar, sehingga kemungkinan besar interpretasi hasil atau kesimpulan yang diambil akan keliru. Berdasarkan tabel 18 korelasi antara variable independent tidak terdapat hubungan yang signifikan atau terbebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 19. Uji Gejala Multikolinearitas Terhadap Hasil Estimasi Model

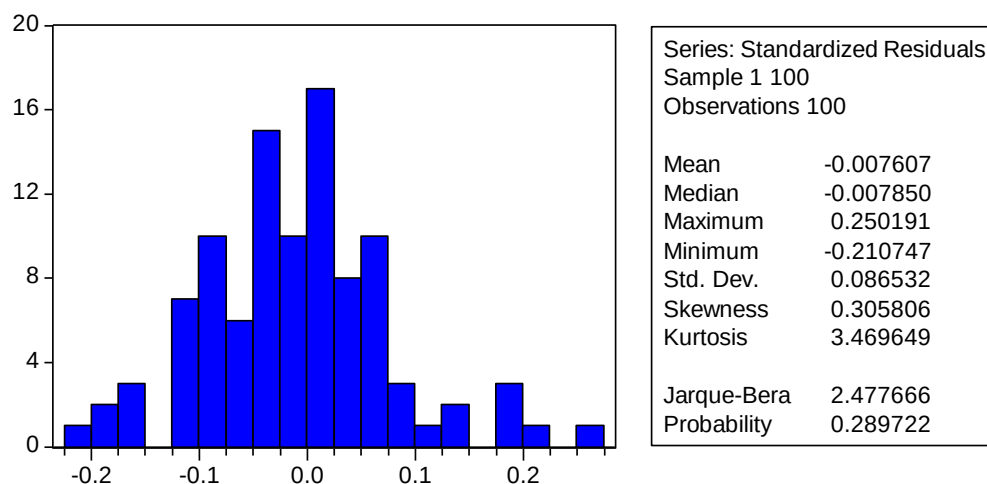
	LOG(EDKS)	LOG(KK)	LOG(PLYN)
LOG(EDKS)	1.000000	0.162437	0.427813
LOG(KK)	0.162437	1.000000	0.035225
LOG(PLYN)	0.427813	0.035225	1.000000

Sumber: Hasil penelitian

Dari Tabel diatas terlihat bahwa r^2 parsial masing-masing variabel bebasnya ternyata lebih kecil dibandingkan R^2 pada estimasi model regresi yang diperoleh. Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil estimasi model tersebut bebas dari gejala multikolinearitas.

b. Uji Gejala Normalitas

Dengan menggunakan uji χ^2 dengan tingkat signifikan 5 persen($\alpha = 5\%$) serta derajat kebebasan (δf) adalah $n-k = 100 - 4 = 96$, maka diperoleh nilai Jarque-Bera sebesar 2,477.



Selanjutnya dengan membandingkan nilai prob. sebesar 0,289 lebih besar dari 0,05. dengan demikian data yang diestimasi adalah berdistribusi normal.

c. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan metode White Heteroskedasticity Test. Deteksi heterokedastisitas dengan menggunakan metode White Heteroskedasticity Test dapat dilihat pada tabel 16 berikut :

Tabel 20. Uji Gejala Heterokedastisitas

White Heteroskedasticity Test:			
F-statistic	1.503231	Probability	0.158865
Obs*R-squared	13.06790	Probability	0.159558

Berdasarkan hasil analisis output, Nilai Prob. Obs*R squared sebesar 0,159 > dari 0,05, maka dapat disimpulkan model diatas lolos uji heteroskedastisitas.

4. Uji kriteria "*apriori*" ekonomi

Uji kriteria "*apriori*" ekonomi dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian tanda antara koefisien parameter regresi dengan teori yang bersangkutan. Jika tanda koefisien parameter regresi sesuai dengan prinsip-prinsip teori ekonomi, maka parameter tersebut telah lolos dari pengujian.

Dari hasil estimasi model regresi seperti ditunjukkan pada Tabel 18. dapat diketahui bahwa tanda koefisien parameter dari variabel Edukasi, Komitmen Keislaman dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan. Maka hasil

estimasi model persamaan fungsi persamaan keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 21 Hasil Estimasi Persamaan Keputusan Menjadi Nasabah

Variabel	Koefisien Estimasi	Std. Error	Nilai t-ratio	Prob	Kesimpulan
C	1.953389	0.392833	4.972572	0.0000	
LOG(EDKS)	0.194978	0.061602	3.165136	0.0021	S
LOG(KK)	0.262812	0.070516	3.726980	0.0003	S
LOG(PLYN)	0.118364	0.059330	1.995026	0.0489	S

Keterangan: S = signifikan pada $\alpha = 5$ persen

TS = tidak signifikan

$$\text{LOG(KMN)} = 1.953 + 0.194 \cdot \text{LOG(EDKS)} + 0.262 \cdot \text{LOG(KK)} + 0.118 \cdot \text{LOG(PLYN)}$$

Dari Tabel 21 menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,977 berarti perubahan variabel bebas telah menjelaskan perubahan variabel terikat sebesar 97,7% dan 2,23% dijelaskan variabel diluar model. Sedangkan F-test diperoleh sebesar 14,09 atau dengan nilai Prob. 0,000 berarti secara bersama-sama variabel Karakteristik variabel Edukasi, Komitmen Keislaman dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

Uji secara parsial dapat dilihat bahwasannya variabel Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,165 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Variabel Komitmen Keislaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,726 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 1,995 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,04. Dengan demikian Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.

Dari hasil estimasi model regresi seperti ditunjukkan pada Tabel 21 dapat diketahui bahwa tanda koefisien parameter dari variabel edukasi bertanda positif. Untuk elastisitas edukasi menunjukkan nilai sebesar 0,194 yang bermakna bahwa setiap peningkatan edukasi sebesar 1 persen akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan sebesar 0,19 persen dan bersifat inelastis. hal ini juga didukung oleh penelitian Bambang Waluyo dan Sujarwo bertujuan untuk mengembangkan alternatif dalam sosialisasi dan edukasi publik perbankan syariah untuk meningkatkan market share. Tahapan langkah yang dapat dilakukan dalam sosialisasi dan edukasi publik tentang perbankan syariah adalah dengan memperluas wilayah edukasi publik, membangun aliansi strategis, menyatukan tema edukasi public, menyediakan anggaran yang memadai, menggunakan alat komunikasi, dan memperkenalkan contoh nyata dari pemerintah.¹³¹ Dan didukung oleh penelitian Eko Yuliawan menyatakan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44.8%, sedangkan sisinya sebesar 55.2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.¹³²

Oleh karena itu pentingnya pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai edukasi yang dilakukan oleh perbankan. Baik produk dan jasa yang ditawarkan untuk menghindari perselisihan antara bank dan nasabah dikemudian hari.

Koefisien parameter dari variabel komitmen keislaman bertanda positif. Untuk elastisitas komitmen keislaman menunjukkan nilai sebesar 0,262 yang bermakna bahwa setiap peningkatan komitmen keislaman sebesar 1 persen akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan sebesar 0,26 persen dan bersifat inelastis. Hal ini juga didukung oleh penelitian Tumpal Butarbutar yang menyatakan bahwa faktor pendapatan,

¹³¹ Bambang Waluyo., *at all* , Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan , Volume I, No 1 Desember 2013

¹³² Eko Wuliawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pasa PT. Bank Syariah cabang Bandung*. Jurnal Wira Ekonomi Microskil, STIE Microskil, Volume 1, Nomor 01, April 2011.

bagi hasil, keyakinan (Agama), pelayanan dan lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menabung di Bank syariah.¹³³

Dalam hal ini agama islam melarang riba, Tuhan menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS 2:275), pengharaman dan penghalalan tersebut tentunya tidak dilakukan tanpa adanya "sesuatu" yang membedakannya, dan "sesuatu" itulah yang menjadi penyebab keharamannya. Selanjutnya Al-Sayuthi, mengutip riwayat-riwayat Bukhari, Ahmad, Ibn Majah, Ibn Mardawaih, dan Al-Baihaqi, berpendapat bahwa ayat yang terakhir turun kepada Rasulullah saw. adalah ayat-ayat yang dalam rangkaiannya terdapat penjelasan terakhir tentang riba, yaitu ayat 278-281 surat Al-Baqarah: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba, jika kamu orang-orang yang beriman. Maka dapat diartikan semakin tinggi tingkat religi seseorang maka dia akan meninggalkan bank konvensional dan berpindah ke bank syariah untuk meninggalkan riba dan memutuskan untuk menabung di Bank Syariah.

Koefisien parameter dari variabel Pelayanan bertanda positif. Untuk elastisitas Pelayanan menunjukkan nilai sebesar 0,118 yang bermakna bahwa setiap peningkatan Pelayanan sebesar 1 persen akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan sebesar 0,11 persen dan bersifat inelastis. Adalah hal ini kualitas pelayanan merupakan *driver* kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Banyak studi yang mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi dari kualitas pelayanan. Pada intinya, setiap studi ingin memberikan jawaban atas dua pertanyaan, yaitu apakah dimensi dari kualitas pelayanan dan dimensi manakah yang terpenting dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia. Hal ini juga didukung oleh penelitian Junaidi Safitri menyatakan bahwa variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3), Promosi (X_4), Karyawan

¹³³Tumpal Butarbutar, *Analisis Faktor-faktor yang Mendorong Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Al Washliyah Medan, 2014)

(X₅), Proses (X₆) dan Wujud fisik (X₇), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.¹³⁴

Salah satu studi mengenai dimensi dari kualitas pelayanan yang saat ini masih populer adalah konsep Servqual yang dikembangkan oleh Velarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry sejak 15 tahun yang lalu. Ketika pertama konsep dari dimensi pelayanan ini diformulasikan, terdapat 10 dimensi. Setelah itu, disederhanakan menjadi 5 dimensi, yaitu Keandalan, kemampuan untuk membuktikan janji pelayanan secara akurat. Responsif, kemauan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang sesuai. Keyakinan, pengetahuan dan kepercayaan diri karyawan untuk membangun kepercayaan dari konsumen. Empati, perhatian dan atensi pribadi kepada konsumen. Bukti nyata, dari fasilitas fisik, peralatan, manusia dan materi komunikasi.

Pelayanan sangat berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan bagian dari penilaian konsumen terhadap variabel keputusan menjadi nasabah. Pelayanan yang baik meliputi kecepatan dalam melayani keramahan petugas yang melakukan promosi produk tabungan, kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan dan lain sebagainya.

¹³⁴ Junaidi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, (Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014), h. ix

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,165 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau probabilitas sebesar 0,00. Untuk elastisitas edukasi menunjukkan nilai sebesar 0,194 yang bermakna bahwa setiap peningkatan edukasi sebesar 1 persen akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan sebesar 0,19 persen.
2. Variabel Komitmen KeIslaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 3,726 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau probabilitas sebesar 0,00. Untuk elastisitas komitmen keIslaman menunjukkan nilai sebesar 0,262 yang bermakna bahwa setiap peningkatan komitmen keIslaman sebesar 1 persen akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan sebesar 0,26 persen.
3. Variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 1,995 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau probabilitas sebesar 0,04. Untuk elastisitas Pelayanan menunjukkan nilai sebesar 0,118 yang bermakna bahwa setiap peningkatan Pelayanan sebesar 1 persen akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan sebesar 0,11 persen

B. Saran-saran

1. Kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan agar dapat mengedukasi masyarakat tentang Bank Syariah, Komitmen KeIslaman dan Pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan.
2. Kepada Nasabah agar menjadikan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan sebagai literatur utama Untuk menabung dan menginvestasikan dana. Dan menjadikan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan sebagai Kawah candradimuka perbankan syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah sampel sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan perlu menambah kajian teori yang ada dan juga memasukkan variabel lain diluar dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Taufik dkk, *Metodologi Penelitian Agama*, Edisi Revisi V, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2009
- Adawiyah Wiwiek Rabiatal, *Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi dan pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, 2010
- Algaoud, L.M. and M.K. Lewis, “*Corporate governance in Islamic banking: the case of Bahrain*,” International Journal of Business Studies
- Alwi., Hasan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Bandung: Balai Pustaka:2012
- Anwar, Sanusi , *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Jakarta:Selemba Empat, 2011
- Arifatun, et al, Dengan Judul, *Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Per Bankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung di PerBankan Syari’ah Semarang*, t.p, t.th
- Arifin., Zainul, *Dasar-Dassar Manajemen Bank Syariah*, edisi Revisi Cet 7 Jakarta: Azkia Publisher, 2009
- Arifin., M. Bin Badri, *Sifat Perniagaan Nabi*, Bogor: Darul Ilmi, 2008
- Ariefianto, Doddy, *Ekonometrika : esensi dan aplikasi menggunakan EVIEWS*. Jakarta : Erlangga. 2012
- Ascarya, *Akad dan Prodak bank Syariah: Konsep Dan Prakteknya di Beberapa Negara*, Jakarta:Bank Indonesia, 2006
- Azwar, Saifuddin, *Validitas dan [Reliabilitas](#)*. Edisi 4.Yogyakarta:Pustaka Pelajar. 2012
- Berry, at all, *A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future , Research Journal of Marketing*, Toronto: Harper Business, 2005
- Butarbutar, Tumpal, *Analisis Faktor-faktor yang Mendorong Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Al Washliyah Medan, 2014
- Charlie In. *Crafting Marketing Strategy to Improve Your Business and Profit*. Terj. Septia Yuda, Mengukir Strategy Pemasaran untuk Meningkatkan Bisnis dan Profit Anda, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2013.

- Choir., Abdul, *Arah Perkembangan Perbankan Syari'ah di Indonesia*, Bandung: PT Rosda Karya, 2011
- Dendawijaya Lukman, *Manajemen Perbankan Bogor*: Ghalia Indonesia, 2005
- Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya*, Edisi Tahun 2002, Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2002
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi ke-III Jakarta: Balai Pustaka, Cet. 3, 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan, Bagian Proyek Pengembangan Sertifikasi dan Standarisasi Profesi. *Kerangka Acuan Kerja (KAK)*. Jakarta 2002.
- Darajat, Zakiah, *Ilmu Jiwa Agama*, Jakarta: Bulan Bintang, 2007
- El Janusi., Rahman, *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah; Pada Bank Muamalat Kota Semarang*, Jurnal, Annual Conference on Islamic Studies (ACIS), 2-5 November 2009, Surakarta
- Fahmi., Irham, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, Bandung: Alfabeta, 2013
- F. Laela., Sugiyarti, ***Dynamic Strategic-Fit dan Kinerja: Studi Pada Perbankan Syariah dalam Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia***, Vol. 11, No. 1, Juni 2014
- Firdaus NH, Muhammad, *et al*, *Konsep & Implentasi Bank Syariah*, Edisi Revisi Cet.III, Jakarta: Renaisan, 2005
- Harun, Badriyah *Penyelesaian Sengketa Kredit Bermasalah, Solusi Hukum (Law Solution) dan Alternatif Penyelesaian Segala Jenis Kredit Bermasalah* Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010
- Hadad, Muliaman D, “*Pentingnya Edukasi Nasabah Perbankan untuk Pembangunan Ekonomi yang Berkelanjutan*” Jurnal: vol. 5 No. 2 Mei 2008
- Hakiki., Titian *et.al*, *Komitmen Beragama Pada Muallaf (Studi Kasus pada Muallaf Usia Dewasa)*, Jurnal Psikologi Klinik dan Kesehatan Mental, V. 4 1 April 2015
- Hasbullah, *Otonomi pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada 2006

- Hasanuddin, *Cakrawala Kuliah Agama*, Surabaya, t.p., t.th
- Husein, Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Irwandar, *Dekonstruksi Pemikiran Islam, Idealitas Nilai dan Realitas Empiris* Yogyakarta: Ar – Ruzz Media, 2003
- Irawan, Handi, *10 Prinsip kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Gramedia, 2005
- Iqbal, Muhammad, *Pelayanan Yang Memuaskan* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007
- Imron, Al, *Kebijaksanaan Pendidikan Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara 2013
- Kajian Stabilitas keuangan (KSK) No. 9 September 2007 ([www.bi.go.id/NR/rdonlyres/98eb2b5d-604d/KSKN No. 9 September 2007](http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/98eb2b5d-604d/KSKN_No_9_September_2007))
- Karim., Adiwarmar, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2003
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2009
- Leon Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks, 2004
- Lubis, Suhrawardi K, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2000
- Masky, Ghazali, “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung*” *Journal of Indonesian applied economics*, vol. 4 No. 1 Mei 2010
- Mansyur., Wasid, *Biografi Kiai Ahmad Dahlan: Aktivis Pergerakan dan Pembela Ajaran Aswaja*, Surabaya: Pustaka Idea, 2015
- McGuire, Meredith B, *Religion : The Social Context*, California: Wadsworth Publishing Company, 2011
- Mekar Dwi Saryono dan Anggaraeni, *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dalam Bidang Kesehatan* Yogyakarta: Nuha Medika, 2013
- Muhaimin, et.al, *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2005
- _____, *Problematika Agama Dalam Kehidupan Manusia*, Edisi Revisi III Jakarta: Kalam Mulia, 2009

- Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*, Edisi Revisi, Cet.II Yogyakarta: UII Press, 2013
- Muljadi, *et. al.*, *The Connection in Operational of Bank Shariah Marketing mix in People Skill at the Province of Banten, Indonesia*'. Volume 4, 2014
- Nasrullah Mhd, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank BRI Cabang Medan Putri Hijau*.Tesis, Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan, 2004
- Nazir Moch, *Metode Penelitian*, Jakarta: Selemba Empat, 2003
- Omar Azmi, *Management and Finance of Islamic Bank (Syariah) in Indonesia, Malaysia*; Internation Journal, with Number ISSN; 9830-384st, 2012
- Parasuraman, Zethaml dan Berry, *A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future* , *Research Journal of Marketing*, Toronto: Harper Business, 2005
- Prasetijo, *et al*, *PerilakuKonsumen*, Yogyakarta: Andi, 2005
- Praja, Juhaya S. *Filsafat dan Metodologi Ilmu dalam Islam dan Penerapannya di Indonesia* Bandung: Teraju, 2002.
- Qurtuby Al., Sumanto, *Dialog Agama Dan Peradaban*, Bandung: eLSA, 2014
- Rachman, Munawar, Budhy, (ed), *Kontekstualisasi Doktrin Islam dalam Sejarah* Jakarta: Paramadina, 2005
- Ramayulis, Jalaluddin, *Ilmu Jiwa Agama*, Jakarta: Kalam Mulia, 2006.
- Rose dan Hudgins, *Bank Management and Financial Services*, New York: McGraw Hill, 2005
- Ruslan., Rosadi, *Management Public Relation*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- Safitri, Junaidi, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014
- Sjahdeini., Sutan Remy, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999
- Sapta., Kartini, *Pengenalan Pola Pembiayaan Syari'ah*, Edisi Revisi cet V, Jakarta: PT Grafindo, 2012

- Sugiyono, *Metode Penelitian Metode Administrasi* Bandung: Alfabeta, 2006.
- _____, *Metode Penelitian Bisnis* Bandung: Alfabeta, 2006.
- Suparlan, Parsudi, dalam kata pengantar *Sociology of Religion* oleh Roland Robertson, edisi Indonesia, *Agama dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005
- Supranto, J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk meningkatkan Pangsa Pasar*, Edisi Revisi. Cet. II Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- _____, *Statistik Teori dan Praktik* (Jakarta : Erlangga, 2000) edisi, 6
- Suprapti, Sri, *Perilaku Konsumen*. Denpasar: Udayana University Press, 2010
- Susilo Y., *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Syah, Muhibbin, *Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Syalthut, Mahmud, *Manhaj Assyra'I fi al-Islam*, terj *Jalan Syariah dalam Islam*, Karim, Surabaya: Cita Insani Press, 2010
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*. Edisi IV, Yogyakarta: PT. Andi, 2015.
- Thomas F. O'dea, *The Sociology of Religion*, terj. Yasogama Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Triton, *Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta : Andi, 2005
- Usman, Rachmadi, *Aspek-aspek perbankan Islam di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.
- Sunyoto Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan
- UU No. 21 Tahun 2008 tentang perubahan perbankan.
- Waluyo Bambang, *Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia*, dalam *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, 2013.
- Wundi., Eka at al., *Variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan faedah bank BRI Syariah Cab. Samarinda*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 2, 2014

Wuliawan., Eko, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pasa PT. Bank Syariah cabang Bandung*. Jurnal Wira Ekonomi Microskil, STIE Microskil, Volume 1, Nomor 01, April 2011

Webber, Max, *The Sociology of Religion*, Boston: Beacon Press, 2003

Yulianto Firman, *Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Medan*”, Jurnal Wacana ISSN: 1411-0199, Vol. 13, No. 4 Oktober: 2010.

No	Edukasi Menjadi Nasabah		"Komitmen Keislaman"		Pelayanan	"Keputusan
1	24	24	15	23		
2	15	23	14	17		
3	24	15	18	19		
4	15	17	16	15		
5	16	16	16	17		
6	15	18	15	15		
7	16	22	18	19		
8	24	16	24	22		
9	16	22	16	21		
10	19	22	19	20		
11	23	19	23	19		
12	18	22	24	22		
13	23	22	18	23		
14	19	22	24	21		
15	24	19	24	22		
16	20	22	20	23		
17	24	22	24	23		
18	14	21	15	18		
19	20	22	20	20		
20	16	19	16	21		
21	19	20	19	21		
22	23	22	20	23		
23	24	22	23	22		

24	22	17	22	20
25	19	20	19	22
26	17	15	17	18
27	22	15	20	20
28	22	20	22	22
29	16	20	16	22
30	17	18	17	24
31	22	20	21	22
32	22	22	22	22
33	15	18	15	20
34	17	17	17	21
35	18	22	19	21
36	20	19	20	19
37	14	18	24	20
38	17	19	17	23
39	15	17	15	19
40	24	18	24	21
41	20	17	20	20
42	17	18	17	23
43	15	20	15	18
44	17	17	17	19
45	19	17	19	19
46	15	17	23	21
47	17	20	17	20
48	24	18	24	19

49	17	19	17	21
50	19	18	18	19
51	24	19	17	23
52	14	18	20	19
53	17	19	17	21
54	15	17	15	19
55	17	23	23	24
56	19	23	17	25
57	15	22	15	22
58	17	18	18	21
59	23	22	23	25
60	17	17	20	20
61	18	17	19	21
62	18	18	17	21
63	20	17	22	22
64	17	20	23	22
65	15	17	20	19
66	22	20	20	20
67	20	17	22	20
68	15	15	15	18
69	19	17	17	18
70	15	15	19	18
71	23	22	24	25
72	20	22	22	23
73	17	19	20	21

74	22	22	17	24
75	23	19	15	25
76	20	18	18	23
77	20	15	15	21
78	22	15	22	22
79	15	15	15	18
80	17	19	16	21
81	19	17	23	21
82	23	23	15	23
83	22	19	21	24
84	20	20	20	23
85	17	17	22	22
86	15	18	15	20
87	18	17	19	21
88	16	19	16	25
89	22	17	20	23
90	19	23	24	25
91	17	15	23	19
92	15	24	15	16
93	20	20	20	22
94	24	19	15	19
95	17	22	21	22
96	17	17	22	20
97	18	18	20	22
98	19	22	23	24

99	17	18	22	25
100	21	16	24	25

KUISIONER

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan berikut ini dengan melingkari atau memberi tanda silang pada setiap jawaban
2. Pilihan tersebut hendaknya seobjektif mungkin
3. Kuesioner ini dapat digunakan secara optimal bila seluruh pertanyaan terjawab, karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pertanyaan sudah terjawab.

DATA RESPONDEN

1. Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia:
 - a. < 20
 - b. 20-29
 - c. 30-40
 - d. > 40
3. Pendidikan formal terakhir anda:
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMU/Sederajat
 - d. Diploma/Sarjana
 - e. Magister (S2)
 - f. Doktoral (S3)
4. Pekerjaan anda saat ini:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. Pegawai Negari/Swasta
 - d. Profesional
 - e. Pensiunan
 - f. Lain-lain: (Sebutkan).....
5. Rata-rata penghasilan yang anda terima setiap bulannya:
 - a. < Rp 500.000
 - b. Rp 501.000 - Rp 1.500.000
 - c. Rp 1.501.000 - Rp 2.500.000
 - d. Rp 2.501.000 – Rp 3.500.000
 - e. Rp 3.501.000 – Rp 4.500.000
 - f. > Rp 4.500.000
6. Jumlah Tabungan : Rp

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Edukasi						
1.	Apakah anda mengetahui jenis/ragam produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Muamalat Cabang Medan?					
2.	Apakah produk Tabungan Bank Muamalat Indonesia cabang yang anda gunakan bermanfaat bagi anda?					
3.	Apakah anda mengetahui prosedur pembukaan rekening/tabungan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan					
4.	Apakah anda mengetahui cara menggunakan ATM,					

	dan menarik/menyimpan uang secara manual (melalui <i>teller</i>)?					
5.	Apakah anda mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuka rekening/tabungan ?					
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Komitmen Keislaman						
1.	Sholat 5 waktu menjadikan keimanan anda terhadap allah semakin bertambah					
2.	Dengan menjauhi riba menjadikan hidup anda lebih tenang					
3.	Baik menerima riba maupun memberi riba membuat mendapat dosa yang sama					
4.	Memberi sedekah kepada fakir miskin dan anak yatim akan menambah rezeki anda					
5.	Dengan puasa menjadikan anda mengerti dengan keadaan orang miskin di sekeliling anda					
Pelayanan						
1.	Apakah anda setuju jika dikatakan prosedur pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia cabang Medan, adalah cepat, mudah dan efisien? Selama anda menjadi nasabah di Bank tersebut?					
2.	Apakah anda setuju jika dikatakan bahwa karyawan/I bank tersebut mempunyai sikap yang ramah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank?					
3.	Apakah anda setuju dengan pernyataan bahwa bank tersebut dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan/dana anda yang ada di bank tersebut?					
4.	Apakah anda setuju dengan pernyataan bahwa bank tersebut memberikan kenyamanan ruang tunggu kepada nasabah bank?					
5.	Apakah anda setuju dengan pernyataan banyaknya fasilitas jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia cabang Medan					
Keputusan Menjadi Nasabah						
1.	Saya memiliki kesadaran terhadap kebutuhan untuk menabung					
2.	Saya aktif mencari informasi tentang tabungan sebelum saya menabung					

3.	Saya selalu teliti dengan tawaran menabung					
4.	Saya merasa puas setelah memutuskan untuk menabung di Bank Muallamat Indonesia Cabang Medan					
5.	Dalam memutuskan menabung saya merasa keputusan saya tepat					

Edukasi

Pertanyaan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	42	42,0	42,0	44,0
	s	34	34,0	34,0	78,0
	ss	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	3	3,0	3,0	3,0
	cs	41	41,0	41,0	44,0
	s	31	31,0	31,0	75,0
	ss	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	47	47,0	47,0	49,0
	s	29	29,0	29,0	78,0
	ss	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	3	3,0	3,0	3,0
	cs	40	40,0	40,0	43,0
	s	40	40,0	40,0	83,0
	ss	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	1	1,0	1,0	1,0
	cs	36	36,0	36,0	37,0
	s	39	39,0	39,0	76,0
	ss	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Komitmen Keislaman

Pertanyaan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	27	27,0	27,0	29,0
	s	45	45,0	45,0	74,0
	ss	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cs	34	34,0	34,0	34,0
	s	39	39,0	39,0	73,0
	ss	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	43	43,0	43,0	45,0
	s	37	37,0	37,0	82,0
	ss	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cs	44	44,0	44,0	44,0
	s	46	46,0	46,0	90,0
	ss	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cs	36	36,0	36,0	36,0
	s	50	50,0	50,0	86,0
	ss	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pelayanan

Pertanyaan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	26	26,0	26,0	28,0
	s	52	52,0	52,0	80,0
	ss	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	1	1,0	1,0	1,0
	cs	38	38,0	38,0	39,0
	s	36	36,0	36,0	75,0
	ss	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cs	42	42,0	42,0	42,0
	s	32	32,0	32,0	74,0
	ss	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	45	45,0	45,0	47,0
	s	31	31,0	31,0	78,0
	ss	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	2	2,0	2,0	2,0
	cs	33	33,0	33,0	35,0
	s	42	42,0	42,0	77,0
	ss	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Keputusan Menjadi Nasabah**Pertanyaan 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	1	1,0	1,0	1,0
	cs	11	11,0	11,0	12,0
	s	46	46,0	46,0	58,0
	ss	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	1	1,0	1,0	1,0
	cs	15	15,0	15,0	16,0
	s	40	40,0	40,0	56,0
	ss	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	1	1,0	1,0	1,0
cs	20	20,0	20,0	21,0
s	42	42,0	42,0	63,0
ss	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid cs	16	16,0	16,0	16,0
s	52	52,0	52,0	68,0
ss	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid cs	19	19,0	19,0	19,0
s	46	46,0	46,0	65,0
ss	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

UJI ASUMSI KLASIK : NORMALITAS

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3

  /RESIDUALS ID(Responden) .

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.296	1.89073

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.724	3	53.241	14.893	.000 ^a
	Residual	343.186	96	3.575		
	Total	502.910	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.475	1.941		4.367	.000
	X1	.217	.069	.294	3.130	.002
	X2	.280	.079	.304	3.550	.001
	X3	.163	.068	.223	2.410	.018

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.3878	23.7755	21.0300	1.27019	100
Residual	-4.90869E0	5.11103	.00000	1.86186	100
Std. Predicted Value	-2.080-	2.162	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.596-	2.703	.000	.985	100

a. Dependent Variable: Y

Uji Normalitas**Regression**

Notes

Output Created	02-ماي-2017 ICT 10:05:14	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3 /RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID) ID(Responden).	
Resources	Processor Time	00:00:00.718
	Elapsed Time	00:00:00.827

Memory Required	1972 bytes
Additional Memory Required for Residual Plots	640 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.296	1.89073

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.724	3	53.241	14.893	.000 ^a
	Residual	343.186	96	3.575		
	Total	502.910	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.475	1.941		4.367	.000
	X1	.217	.069	.294	3.130	.002
	X2	.280	.079	.304	3.550	.001

X3	.163	.068	.223	2.410	.018
----	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.3878	23.7755	21.0300	1.27019	100
Residual	-4.90869E0	5.11103	.00000	1.86186	100
Std. Predicted Value	-2.080-	2.162	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.596-	2.703	.000	.985	100

a. Dependent Variable: Y

Uji Multikolineritas Regression

Notes

Output Created	02-ماي-2017 ICT 10:08:15	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS BCOV COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3 /RESIDUALS ID(Responden).	

Resources	Processor Time	00:00:00.265
	Elapsed Time	00:00:00.140
	Memory Required	1972 bytes
	Additional Memory Required for	
	Residual Plots	0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.807	1.239
	X2	.972	1.029
	X3	.828	1.208

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations^a

Model			X3	X2	X1
1	Correlations	X3	1.000	.030	-.413
		X2	.030	1.000	-.163
		X1	-.413	-.163	1.000
	Covariances	X3	.005	.000	-.002
		X2	.000	.006	.000
		X1	-.002	.000	.005

Coefficient Correlations^a

Model			X3	X2	X1
1	Correlations	X3	1.000	.030	-.413
		X2	.030	1.000	-.163
		X1	-.413	-.163	1.000
	Covariances	X3	.005	.000	-.002
		X2	.000	.006	.000
		X1	-.002	.000	.005

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.957	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.021	13.643	.03	.12	.35	.33
	3	.015	16.441	.01	.87	.00	.50
	4	.007	24.477	.96	.01	.65	.17

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.3878	23.7755	21.0300	1.27019	100
Residual	-4.90869E0	5.11103	.00000	1.86186	100
Std. Predicted Value	-2.080	2.162	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.596	2.703	.000	.985	100

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

Regression

Notes

Output Created	02-ماي-2017 ICT 10:44:22	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3 /RESIDUALS DURBIN ID(Responden).	
Resources	Processor Time	00:00:00.016
	Elapsed Time	00:00:00.015
	Memory Required	1972 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a		. Enter

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.564 ^a	.318	.296	1.89073	1.189

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.724	3	53.241	14.893	.000 ^a
	Residual	343.186	96	3.575		
	Total	502.910	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.475	1.941		4.367	.000
	X1	.217	.069	.294	3.130	.002
	X2	.280	.079	.304	3.550	.001
	X3	.163	.068	.223	2.410	.018

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.3878	23.7755	21.0300	1.27019	100
Residual	-4.90869E0	5.11103	.00000	1.86186	100
Std. Predicted Value	-2.080-	2.162	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.596-	2.703	.000	.985	100

a. Dependent Variable: Y

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Sulastri
 Umur : 29 tahun
 Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 23 Juni 1987
 Alamat : Jl. Pasar XII Gg. Mesjid Marendal
 II
 Mobile Phone : 081377177687
 Email : trisulastri871@yahoo.co.id
 Nama Ibu : Yatinah
 Nama Ayah : Ngatimin
 Nama Suami : Nurdiansyah
 Nama Anak : Zhaafirah Afifah

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

- a. Tamat SD Swasta Riama Patumbak Tahun 2000
- b. Tanat MTsN 1 Medan Tahun 2003
- c. Tamat SMK Swasta Kesatria Medan Tahun 2006
- d. Tamat Strata 1 Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Al washliyah tahun 2012
- e. Tamat Strata 2 Jurusan Ekonomi Islam Tahun 2017

III. PENERIMA BEASISWA

- a. Tahun 2009, saat pendidikan Strata 1 dari PTPN III
- b. Tahun 2009-2010, saat pendidikan strata 1 dari kopertis Wilayah IX
- c. Tahun 2016, saat Pendidikan Strata 2 dari Baznas biaya penyelesaian Tesis

IV. RIWAYAT PEKERJAAN

- a. Tahun 2007-2011, Pegawai Keuangan Biro Rektor UNIVA Medan
- b. Tahun 2011-2013, Pegawai Kasubag Keuangan Biro Rektor UNIVA Medan
- c. Tahun 2013-sekarang, Sekretaris Jurusan studi Ekonomi Syariah Universitas Al Washliyah UNIVA Medan
- d. Tahun 2015-sekarang Asisten Dosen Ekonomi Syariah Studi Ekonomi Syariah Universitas Al Washliyah UNIVA Medan.

Medan, 18 Februari 2017

Peneliti

Sulastri