
VARIABEL PENENTU DALAM KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER

Ahmad Roziq¹
ahmadroziq@yahoo.com

Rinanda Fitri Diptyanti²

Abstrak

Jenis bank di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu bank syariah dengan sistem bagi hasil dan bank konvensional dengan sistem bunga. Pertumbuhan perbankan syariah akan dihadapkan pada persaingan guna meningkatkan pendapatannya, salah satu caranya adalah dengan meningkatkan penghimpunan dana dari masyarakat berupa tabungan mudharabah. Identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan seseorang memutuskan untuk memilih dan tidak memilih menjadi nasabah sebuah bank sangat diperlukan guna menarik dan mempertahankan nasabah dan calon nasabahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah dan promosi berpengaruh dalam membedakan keputusan nasabah dan non-nasabah dalam memilih dan tidak memilih tabungan mudharabah dengan menggunakan analisis diskriminan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah dan promosi berpengaruh signifikan dalam membedakan nasabah dan nonnasabah dalam memilih dan tidak memilih tabungan mudharabah.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang berarti bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan profit dan juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja. Bank juga menjadi pelaksana penyelesaian pembayaran transaksi komersial dan finansial dari pembayar ke penerima (Malayu, 2009:2). Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/ atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Jenis bank di Indonesia dibedakan menjadi dua, berdasarkan pembayaran bunga atau bagi hasil, yaitu:

¹ Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

² Alumni Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

1. Bank yang melakukan usaha secara konvensional
Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional.
2. Bank yang melakukan usaha secara syariah
Yaitu bank berdasarkan prinsip syariah yang belum lama ini berkembang di Indonesia.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dimulai pada tahun 1992 dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara implisit memperbolehkan pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*), terutama melalui peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Kemudian dipertegas lagi melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan amandemen dari Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 ini, secara tegas membedakan bank berdasarkan pada pengelolaannya terdiri dari bank konvensional dan bank syariah, baik itu bank umum maupun bank perkreditan rakyat. Adanya undang-undang tersebut, sekaligus menghapus Pasal 6 PP No.72/1992 yang melarang adanya *dual banking system*. Kemudian disusul dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah. Hal tersebut merupakan jawaban atas permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/ keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan perantara keuangan dari pihak-pihak yang kelebihan dana kepada pihak-pihak lain yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam, di antara prinsip-prinsip tersebut yang paling utama adalah tidak diperkenalkannya perbankan untuk meminta atau memberikan bunga kepada nasabahnya (Utami, 2003). Bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak akan ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *ijarah*, *istishna* dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional.

Bank syariah mempunyai banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan pada syariah saja sehingga transaksi dan aktivitasnya menjadi halal, tetapi sifatnya yang terbuka dan tidak mengkhususkan diri bagi nasabah muslim saja, tetapi juga bagi nonmuslim. Hal ini membuktikan bahwa bank syariah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah dan tidak membedakan nasabah. Akan tetapi perbankan syariah masih mempunyai banyak kendala, antara lain masih banyaknya masyarakat yang masih takut untuk menabung di bank syariah dikarenakan minimnya pemahaman masyarakat soal prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam di dunia perbankan. Ini merupakan tantangan yang harus diselesaikan bagi perbankan syariah.

Dalam persaingan industri perbankan yang sedemikian kompetitif, perbankan syariah senantiasa berupaya untuk meningkatkannya melalui berbagai cara. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah meningkatkan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat berupa tabungan Mudharabah. Tabungan Mudharabah adalah salah satu produk dalam penghimpunan dana yang dimiliki oleh bank syariah

dengan menggunakan sistem bagi hasil. Hal ini akan menyebabkan banyaknya persaingan yang kompetitif yang dilakukan oleh setiap lembaga perbankan yakni perbankan syariah dan juga konvensional dalam mendapatkan pendapatan bagi masing-masing bank. Identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan seseorang memutuskan untuk memilih dan tidak memilih suatu produk yang dimiliki oleh sebuah bank sangat diperlukan guna menarik dan mempertahankan nasabah atau calon nasabah untuk menjadi nasabahnya. Dalam menjalankan fungsi bank dalam penghimpunan dana tersebut, sebagian kalangan masyarakat memandang bahwa dengan sistem konvensional ada hal-hal yang tidak sesuai dengan keyakinan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam khususnya yang menolak adanya penetapan imbalan dan penetapan beban yang dikenal dengan bunga. Dalam sistem perbankan konvensional, bunga merupakan bagian yang sangat penting. Sementara dalam Islam, bunga dianggap riba yang dilarang keras oleh Allah SWT. Dalam Al-Qur'an Allah menyebutkan bahwa riba akan mendatangkan kemudharatan atau akan membuat pihak lain teraniaya serta tidak akan mendatangkan keselamatan, bahkan hanya akan menimbulkan kesengsaraan.

Kegiatan operasional yang dilakukan bank syariah yaitu menggunakan prinsip bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Dengan adanya sistem bagi hasil tersebut, memungkinkan nasabah mengetahui atau mengawasi kinerja bank syariah yang dapat dilakukan melalui monitoring atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jumlah bagi hasil yang kecil atau mengecil dalam waktu yang cukup lama akan menjadi indikator yang menunjukkan bahwa pengelolaan bank merosot. Keadaan seperti itu merupakan peringatan dini yang mudah bagi nasabah dalam penanaman dananya pada bank syariah.

Sebagai salah satu lembaga keuangan, bank syariah perlu menjaga kinerjanya agar dapat beroperasi secara optimal berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah, karena bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang didasarkan pada azas kepercayaan. Maka bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang penuh dengan ketidakpastian, kepercayaan yang diberikan nasabah atas produknya merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam membina hubungan jangka panjang antara nasabah dengan perusahaan. Faktor lain yang sangat melekat pada bank syariah yaitu adanya kesesuaian dengan hukum yang didasarkan pada syariah Islam. Hal ini merupakan keunggulan yang dimiliki oleh bank syariah karena pada bank konvensional, kegiatan operasionalnya tidak didasarkan pada prinsip-prinsip syariah.

Penghimpunan dana dengan menggunakan akad mudharabah seperti tabungan dan simpanan mudharabah merupakan sumber pendanaan yang terbesar bagi Bank Syariah termasuk Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Tabungan mudharabah merupakan sumber dana syirkah temporer bagi bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil. Bank syariah akan memberikan bagi hasil kepada nasabah sesuai dengan pendapatan/keuntungan atau kinerja bank syariah dalam menyalurkan dalam pembiayaan. Dengan demikian fungsi bank syariah sebagai lembaga intermediasi, manajemen investasi dan sekaligus sebagai investor akan dipengaruhi oleh jumlah dana tabungan mudharabah dan keahlian dalam mengelola dana ini. Bank syariah senantiasa dituntut melakukan usaha untuk menarik dana dari masyarakat. Oleh karena itu PT. Bank Syariah Mandiri perlu mengetahui variabel-variabel apa saja

yang mempengaruhi masyarakat/calon nasabah memilih tabungan mudharabah. Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong peneliti melakukan penelitian dengan judul “Variabel Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?
2. Apakah pengembalian hasil berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?
3. Apakah kesesuaian hukum syariah berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan nonnasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?
4. Apakah promosi berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan nonnasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.
2. Untuk mengetahui apakah pengembalian hasil berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.
3. Untuk mengetahui apakah kesesuaian hukum syariah berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.
4. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan nonnasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Bank Syariah

Bank Syariah atau Bank Islam merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam. Bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep berbagi risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian (Schaik, 2001). Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam,

maksudnya adalah bank yang dalam operasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.

Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil. (Wibowo dan Untung, 2005:33) Prinsip-prinsip ini menjadi landasan aturan muamalat yang mengatur hubungan antara bank dengan pihak lain dalam rangka penghimpunan dan penyaluran dana serta kegiatan perbankan lainnya. Adapun untuk prinsip operasional lainnya, dapat digunakan oleh bank syariah dalam kegiatan usaha sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta mendapat persetujuan dari Bank Indonesia dan Dewan Syariah Nasional (Muhammad, 2004)

2.1.2 Kegiatan Operasional bank Syariah

Kegiatan bank syariah dalam penghimpunan dana menurut Syafii Antonio (2001) adalah sebagai berikut:

1. Penghimpunan dana

Penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan oleh bank syariah melihat pada prinsip, prinsip yang ada pada bank syariah yaitu prinsip *wadiah* dan prinsip *mudharabah*. Prinsip ini sangat terkait dengan porsi pembagian hasil usaha yang akan dilakukan antara pemilik dana/deposan (*shahibul maal*) dengan bank syariah sebagai *mudharib*.

a. Prinsip *wadi'ah* (prinsip titipan atau simpanan)

Wadiah merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja deposan menghendakinya. Bank sebagai penerima titipan tidak ada kewajiban untuk memberikan imbalan dan bank syariah dapat mengenakan biaya penitipan barang tersebut. Atas kebijakannya, bank syariah dapat memberikan bonus kepada penitip dengan syarat:

- 1) Bonus merupakan kebijakan dari bank sebagai penerima titipan
- 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlah yang diberikan baik dalam prosentase maupun nominal.

b. Prinsip *mudharabah*

Mudharabah merupakan perjanjian atas suatu jenis perkongsian, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan tersebut. Hasil usaha dibagi sesuai dengan *nisbah* (premi bagi hasil) yang telah ditetapkan bersama di awal.

Mudharabah dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:

1) *Mudharabah muthlaqah*

Dalam prinsip ini, pihak pengusaha diberikan kuasa penuh untuk menjalankan proyek tanpa larangan atau gangguan apapun. Prinsip *mudharabah muthlaqah* ini pada perbankan syariah dapat diterapkan pada tabungan dan deposito

2) *Mudharabah muqayyadah*

Dalam prinsip ini, pemilik dana (*shahibul maal*) membatasi/memberikan syarat kepada *mudharib* dalam pengelolaan dana. Bank dilarang mencampuri rekening investasi terbatas dengan dana bank atau dana rekening lainnya pada saat investasi. Penyaluran dana Secara garis besar terdapat 4 (empat)

kelompok prinsip operasional bank syariah, yaitu prinsip jual beli (*ba'i*), sewa beli (*ijarah wa iqtina/ ijarah muntahiyah bit tamlik*), bagi hasil (*syirkah*) dan pembiayaan lainnya. Dalam prakteknya, untuk memperoleh pendapatan yang berasal dari aktivitas non pembiayaan, bank syariah dapat menyediakan jasa-jasa perbankan syariah. Selanjutnya dalam melaksanakan fungsi sosial, bank syariah juga melakukan kegiatan pengelolaan dana kebijakan yang diperoleh dari zakat, infaq, shadaqah, hibah dan dana sosial lainnya. Hal tersebut dinamakan *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan). *Qardhul hasan* adalah pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Atas jasa pinjaman *qardh* ini, bank syariah dapat membebaskan kepada nasabah biaya administrasi.

2.1.3 Produk Perbankan Syariah

1. Produk Perbankan syariah di bidang penghimpunan dana :

a. Giro

Giro adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Uang yang disimpan di rekening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan. Prinsip giro dalam perbankan syariah terdiri dari dua macam, yaitu

- 1) Berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), Penarikan yang dilakukan sewaktu waktu akan sulit dilaksanakan karena sifat dari *mudharabah* yang memerlukan jangka waktu untuk menentukan untung dan rugi.
- 2) Berdasarkan prinsip titipan (*wadiah*), *wadiah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.

b. Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Jika nasabah hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.

Prinsip perjanjian Islam yang sesuai dalam produk perbankan berupa tabungan, yaitu:

- 1) *Wadiah*, digunakan untuk menyimpan saja, tanpa perjanjian suku bunga tertentu, tetapi diperkenankan memberikan bonus.
- 2) *Mudharabah*, digunakan nasabah untuk investasi atau mencari keuntungan, dengan mendapatkan nisbah atau presentase bagi hasil.

c. Deposito

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, deposito merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo. Sehingga dalam perbankan syariah akan memakai prinsip *mudharabah*, dengan memberikan imbalan bukan berupa bunga tetapi berupa bagi hasil (*profit sharing*) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad. Bank dan nasabah masing-masing mendapatkan

keuntungan. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan yang panjang. Sehingga bank akan lebih leluasa melempar dana tersebut untuk kegiatan yang produktif. Sedangkan nasabah akan mendapatkan keuntungan berupa bagi hasil yang besarnya sesuai dengan nisbah yang telah disepakati diawal perjanjian.

2. Produk Perbankan syariah di bidang penyaluran dana :

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk penyaluran dana kepada masyarakat adalah berupa pembiayaan yang didasarkan pada akad jual beli yang menghasilkan produk *murabahah, salam dan istishna*. Berdasarkan pada akad sewa menyewa yang menghasilkan produk berupa *ijarah dan ijarah muntahiyah bitamlik*. Berdasarkan akad bagi hasil yang menghasilkan produk *mudharabah, musyarakah*. Dan berdasarkan pada akad pinjaman yang bersifat sosial (*tabarru*) berupa *qardh, dan qardh al hasan*.

2.1.4 Kepercayaan

Pengertian kepercayaan menurut Anderson dan Narus (1990:45), kepercayaan adalah keinginan untuk bergantung pada partner kerjasama yang telah diyakini. Kepercayaan dalam hubungan kerjasama juga mempunyai pengertian sebagai keyakinan perusahaan, bahwa pihak partner akan melakukan tindakan yang membawa perusahaan pada suatu keuntungan tertentu dan tidak melakukan perbuatan yang merugikan perusahaan. Sirdeshmukh (2002) mendefinisikan *customer trust* sebagai “*the expectation held by the consumer that the service provider is dependable and can be relied on to deliver on its promises*”. Artinya kepercayaan merupakan harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa penyedia jasanya dapat dipercaya dan dapat diandalkan untuk memberikan apa yang telah dijanjikan. Aspek penting dari definisi ini adalah bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan atau harapan terhadap mitra yang dipercaya sebagai akibat dari keahlian dan kehandalan mitra tersebut. Pengertian ini sejalan dengan pendapat Doney dan Cannon (1997:36) yang menyatakan bahwa kepercayaan timbul sebagai hasil dari kehandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, tanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian. Dalam penjelasan tersebut, terdapat beberapa makna yang terkandung didalamnya, diantaranya yaitu:

1. Pihak yang memiliki kepercayaan pasti memiliki keyakinan untuk bertindak dan kemauan untuk bergantung pada mitranya.
2. Kepercayaan berhubungan dengan tiga aspek yang tercermin pada mitra pertukarannya, yaitu pertukaran, integritas, motivasi.
3. Pihak yang dipercaya akan menjaga perasaan mitranya, memperhatikan harapan dan kebutuhan mitranya, bukan hanya memperhatikan kebutuhan dan harapannya sendiri.
4. Perilaku kedua pihak akan mempengaruhi harapan bersama baik yang terlihat secara eksplisit maupun implisit. Kedua pihak akan menghormati perjanjian yang telah dibuat bersama dan bahkan melakukan lebih dari apa yang ada, misalkan dalam kontrak untuk kebaikan mitranya. Dalam penelitian ini, *trust* diartikan sebagai keyakinan nasabah bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Jember merupakan bank yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas

yang tinggi. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keberadaan kepercayaan sangat penting dan memegang peranan penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang, karena kepercayaan merupakan keyakinan atau kehandalan dan integritas mitra kerja, maka bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang penuh dengan ketidakpastian, kepercayaan yang diberikan nasabah atas produknya merupakan hal yang sangat penting sehingga nasabah bersedia untuk membina hubungan jangka panjang dengan perusahaan.

2.1.5 Pengembalian(Bagi) Hasil

Sistem Bagi Hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Antonio,2001). Metode Bagi hasil yang ada pada bank syariah yaitu:

1. Profit Sharing

Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah profit and loss sharing, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan. Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upah/hasil dari jerih payahnya atas kerja yang telah dilakukannya. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan usaha dalam dunia bisnis bisa negatif, artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biaya-biaya, dan nol artinya antara pendapatan dan biaya menjadi *balance*. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan kelebihan dari selisih atas pengurangan *total cost* terhadap *total revenue*.

2. Revenue Sharing

Yang dimaksud dengan *revenue* bagi bank adalah jumlah dari penghasilan bunga bank yang diterima dari penyaluran dananya atau jasa atas pinjaman maupun titipan yang diberikan oleh bank. *Revenue* pada perbankan Syariah adalah hasil yang diterima oleh bank dari penyaluran dana (*investasi*) ke dalam bentuk aktiva produktif, yaitu penempatan dana bank pada pihak lain. Hal ini merupakan selisih atau angka lebih dari aktiva produktif dengan hasil penerimaan bank. Perbankan Syariah memperkenalkan sistem pada masyarakat dengan istilah *Revenue Sharing*, yaitu sistem bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa

dikurangi dengan biaya pengelolaan dana. Lebih jelasnya *Revenue sharing* dalam arti perbankan adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Sistem *revenue sharing* berlaku pada pendapatan bank yang akan dibagikan dihitung berdasarkan pendapatan kotor (*gross sales*), yang digunakan dalam menghitung bagi hasil untuk produk pendanaan bank. Aplikasi perbankan syariah pada umumnya, bank dapat menggunakan sistem *profit sharing* maupun *revenue sharing* tergantung kepada kebijakan masing-masing bank untuk memilih salah satu dari sistem yang ada. Bank- bank syariah yang ada di Indonesia saat ini semuanya menggunakan perhitungan bagi hasil atas dasar *revenue sharing* untuk mendistribusikan bagi hasil kepada para pemilik dana (deposan) (Fauziah,2006:24). Suatu bank menggunakan sistem *profit sharing* di mana bagi hasil dihitung dari pendapatan netto setelah dikurangi biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah bagi hasil yang akan diterima oleh para *shahibul maal* (pemilik dana) akan semakin kecil, tentunya akan mempunyai dampak yang cukup signifikan apabila ternyata secara umum tingkat suku bunga pasar lebih tinggi. Kondisi ini akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada bank syariah yang berdampak menurunnya jumlah dana pihak ketiga secara keseluruhan, tetapi apabila bank tetap ingin mempertahankan sistem *profit sharing* tersebut dalam perhitungan bagi hasil mereka, maka jalan satu- satunya untuk menghindari resiko tersebut di atas, dengan cara bank harus mengalokasikan sebagian dari porsi bagi hasil yang mereka terima untuk subsidi terhadap bagi hasil yang akan dibagikan kepada nasabah pemilik dana. Suatu bank yang menggunakan sistem bagi hasil berdasarkan *revenue sharing* yaitu bagi hasil yang akan didistribusikan dihitung dari total pendapatan bank sebelum dikurangi dengan biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah tingkat bagi hasil yang diterima oleh pemilik dana akan lebih besar dibandingkan dengan tingkat suku bunga pasar yang berlaku.

Kondisi ini akan mempengaruhi para pemilik dana untuk mengarahkan investasinya kepada bank syariah yang nyatanya justru mampu memberikan hasil yang optimal, sehingga akan berdampak kepada peningkatan total dana pihak ketiga pada bank syariah. Pertumbuhan dana pihak ketiga dengan cepat harus mampu diimbangi dengan penyalurannya dalam berbagai bentuk produk aset yang menarik, layak dan mampu memberikan tingkat profitabilitas yang tinggi.

Tabungan Mudharabah merupakan simpanan pihak ketiga yang diperuntukkan bagi perorangan dan lembaga berbadan hukum yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu sesuai dengan sistem bagi hasil (Muhammad,2001). Dengan pengertian tersebut, maka bank bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), dan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana). Bank akan berusaha sebaik-baiknya mengelola dana yang dipercayakan kepadanya, sehingga memperoleh keuntungan yang layak yang akan dibagikan kepada pemiliknya secara proporsional sebagaimana kesepakatan bank dengan pemilik dana. *Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas

kerugian tersebut (Muhammad, 2008:275). Rumus perhitungan bagi hasil mudharabah adalah sebagai berikut:

Hari bagi hasil x Saldo rata-rata harian x Tingkat bagi hasil Hari kalender yang bersangkutan.

2.1.6 Kesesuaian Hukum Syariah

Dalam konsep Islam, bunga termasuk dalam kategori riba karena menghasilkan tambahan keuntungan tanpa disertai adanya resiko dan biaya. Keuntungan yang dihasilkan berdasarkan perjalanan waktu dikenal dengan *time value of money*. Menurut Syafii Antonio, beberapa alasan Islam melarang riba, yaitu:

1. Riba dapat merampas kekayaan orang lain
2. Merusak moralitas
3. Melahirkan benih kebencian dan permusuhan
4. Yang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin miskin.

Dalam Islam terdapat tiga aliran pandangan tentang riba dan larangan mengenai bunga bank, yaitu pandangan pragmatis, pandangan konservatif, dan pandangan sosio-ekonomis. Ketiga aliran atau pandangan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pandangan Pragmatis

Al-Quran melarang usury yang berlaku selama sebelum era Islam, tetapi tidak melarang bunga dalam sistem keuangan modern. Pendapat ini didasarkan pada Al-Quran surat Ali Imran ayat 130 yang melarang penggandaan pinjaman melalui proses usurious. Ayat ini mengatakan:

"hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan". Dengan demikian pandangan pragmatis membenarkan pembebanan bunga bank dianggap sah. Yang dilarang secara hukum adalah pengenaan tambahan yang luar biasa tingginya Karena terdapat unsur eksploitasi. Lebih lanjut pandangan pragmatis membenarkan pembebanan bunga bank justru untuk kepentingan pembangunan ekonomi negara-negara miskin.

2. Pandangan Konservatif

Pandangan konservatif mengartikan bahwa riba harus diartikan baik sebagai bunga maupun usury. Setiap imbalan yang telah ditentukan sebelumnya atas suatu pinjaman adalah riba dan oleh karena itu dilarang dalam Islam. Pandangan konservatif membedakan riba menjadi riba nasih dan riba fadhl. Riba nasiah terkait dengan tambahan bayaran yang dibebankan dalam transaksi pinjaman, sedangkan riba fadhl berhubungan dengan tambahan bayaran yang dibebankan dalam transaksi penjualan.

3. Pandangan Sosio-ekonomis

Pandangan sosio-ekonomis melarang bunga bank dengan anggapan yang bersifat sosio-ekonomis. Pendapat yang terpenting mengemukakan bahwa prinsip keuangan Islam mengharuskan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman menghadapi resiko atau dengan kata lain keuntungan muncul bersama resiko dan pendapatan muncul bersama biaya.

2.1.7 Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.

Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel (2001), promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi merasa kesulitan untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Dalam dunia perbankan, agar produk perbankan laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, di mana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

1. Periklanan

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, atau radio.

2. Promosi Penjualan

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

3. Publisitas

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau kegiatan sosial.

4. Penjualan pribadi

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Daulay (2006) dengan judul "Pengaruh pelayanan, bagi hasil dan keyakinan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Utama Medan". Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pelayanan, bagi hasil dan agama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank

Syariah Mandiri Cabang Utama Medan yang berarti peningkatan pelayanan, bagi hasil dan keyakinan diikuti dengan peningkatan keputusan untuk menabung nasabah. Hendi (2008) dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang”. Hasil yang diperoleh yaitu variabel motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk *funding* Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sedangkan variabel yang berpengaruh dominan yaitu variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis. Adhistry (2011) dengan judul “ Faktor-Faktor Yang Membedakan Nasabah Memilih Tabungan Sistem Bagi Hasil Dan Sistem Bunga “. Hasil yang didapat adalah tingkat kepercayaan, tingkat pengembalian hasil dan tingkat kesesuaian hukum berpengaruh membedakan keputusan nasabah dalam memilih tabungan sistem bagi hasil dan sistem bunga. Sedangkan pelayanan dan tingkat kepastian hasil tidak berpengaruh membedakan keputusan nasabah dalam memilih tabungan sistem bagi hasil dan sistem bunga.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh tingkat kepercayaan bank dalam pemilihan tabungan mudharabah

Kepercayaan adalah keyakinan nasabah untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank syariah. Unsur-unsur dari kepercayaan ini adalah kepercayaan dan pengendalian. Unsur-unsur tersebut menuntut bank untuk tidak menyalahgunakan kepercayaan masyarakat dengan kekuatan finansial yang dimilikinya. Bank tidak boleh hanya mementingkan keuntungan dan keselamatan diri sendiri, namun juga harus mempertimbangkan kepentingan nasabahnya. Penelitian Adhistry (2009) menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh secara signifikan dalam membedakan nasabah memilih tabungan sistem bagi hasil dan sistem bunga. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Sirdeshmukh (2002) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan adalah harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa penyedia jasanya dapat dipercaya dan dapat diandalkan untuk memberikan apa yang telah dijanjikan. Kepercayaan akan timbul dari kedua belah pihak bila masing masing pihak memiliki keyakinan bahwa mitra pertukarannya dipersepsikan mempunyai keandalan dan integritas yang tinggi. Keberadaan kepercayaan juga memegang peranan penting dalam membina hubungan jangka panjang, karena kepercayaan merupakan keyakinan atau kehandalan mitra kerja, maka bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti perbankan yang penuh ketidakpastian, kepercayaan yang diberikan nasabah atas produk yang dimiliki bank syariah merupakan hal yang sangat penting bagi nasabah untuk membina hubungan jangka panjang dengan bank, jadi semakin dapat diandalkan suatu bank syariah tersebut, maka nasabah tersebut akan tetap bertahan untuk memilih bank syariah dalam menabungkan uangnya yaitu dalam bentuk tabungan mudharabah. Sedangkan bagi non-nasabah bank syariah, dengan kepercayaan yang dimiliki terhadap bank syariah yang dapat diukur dari indikator-indikator seperti bagi hasil yang menguntungkan dan bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai prinsip syariah, pada akhirnya masyarakat yang belum memiliki tabungan mudharabah pada bank syariah akan tertarik juga untuk menabungkan uangnya pada bank syariah. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka

dirumuskan hipotesis : Terdapat perbedaan pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah ditinjau dari tingkat kepercayaan(H₁)

2.3.2 Pengaruh tingkat pengembalian hasil dalam pemilihan tabungan mudharabah

Pada bank syariah, besar kecilnya bagi hasil diperoleh deposan tergantung pada pendapatan bank, nisbah bagi hasil antara bank dan nasabah, saldo rata-rata tabungan nasabah dan saldo rata-rata tabungan seluruh nasabah. Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama dan harus terjadi dengan adanya kerelaan di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Antonio, 2001). Dalam penelitian Hendi (2008), menyatakan bahwa tingkat keuntungan nisbah mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah menabung atau memilih sistem bagi hasil produk funding di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Fadhilla (2004) yang meneliti tentang pengaruh tingkat bagi hasil dan suku bunga terhadap simpanan mudharabah. Kesimpulan dari penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa variabel keuntungan tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap simpanan mudharabah. Menurut Elvyn dalam Effendy (2009) menyatakan bahwa menabung di bank syariah cukup menarik, tidak hanya bagi masyarakat muslim tetapi juga non-muslim. Karena, dengan sistem bagi hasil akan terbuka peluang mendapatkan hasil investasi yang lebih besar dibandingkan dengan bunga di bank konvensional yang besar kecilnya bunga diperoleh nasabah tergantung pada tingkat suku bunga yang berlaku dan nominal tabungan. Tujuan sebagian besar masyarakat saat menabungkan uangnya pada suatu bank syariah adalah mereka berharap mendapatkan pengembalian/ bagi hasil yang besar sesuai dengan keinginan mereka, jadi semakin besar tingkat pengembalian hasil tabungan mudharabah yang didapatkan oleh nasabah bank syariah, maka nasabah tersebut akan tetap bertahan untuk menabungkan uangnya pada bank syariah dalam bentuk tabungan mudharabah. Sedangkan bagi masyarakat yang belum memiliki tabungan di bank syariah dengan sistem bagi hasil (tabungan mudharabah), dengan melihat tingginya tingkat pengembalian hasil yang diberikan oleh bank syariah yang dapat diukur dari indikator-indikator seperti besarnya persentase bagi hasil yang diberikan sesuai harapan, sesuai akad dan memberikan keuntungan, maka pada akhirnya mereka juga akan tertarik untuk menabungkan uangnya pada bank syariah dalam bentuk tabungan mudharabah. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis: Terdapat perbedaan pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah ditinjau dari tingkat pengembalian hasil (H₂)

2.3.3 Pengaruh tingkat kesesuaian hukum syariah terhadap pemilihan tabungan mudharabah

Salah satu alasan nasabah dalam memilih menabung di bank syariah adalah adanya sistem bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah Islam dan menghindari riba dalam sistem bunga pada bank konvensional. Menurut Plato dan Aristoteles dalam Zulkifli (2003) menyebutkan bahwa bunga merupakan alat eksploitasi kaum kaya terhadap kaum miskin. Bahkan sistem bunga menjadi penyebab perpecahan dalam masyarakat dan fungsi uang adalah alat tukar menukar dan bukan alat menghasilkan tambahan melalui bunga". Dalam penelitian Daulay (2006) yang meneliti faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan keputusan menabung di

bank syariah. Hasil yang didapat yaitu keyakinan merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Utama Medan. Penelitian ini sesuai dengan ketentuan hukum muamalat, prinsip utama muamalat ekonomi atau perbankan islami adalah menghindarkan diri dan menjauhkan diri dari unsur-unsur riba dengan menggantinya dengan sistem bagi hasil. Salah satu tujuan nasabah khususnya bagi yang beragama Islam saat menabungkan uangnya pada bank syariah adalah mereka berharap bahwa dengan menabung pada bank syariah tidak bertentangan dengan syariah Islam. Jadi semakin kuat bank syariah dapat menunjukkan bahwa bank syariah tersebut sesuai dengan syariah Islam, maka para nasabah bank syariah akan tetap bertahan memilih bank syariah dalam menabungkan uangnya pada bank syariah dalam bentuk tabungan mudharabah. Sedangkan bagi masyarakat yang belum memiliki tabungan mudharabah pada bank syariah, dengan melihat besarnya tingkat kesesuaian hukum syariah yang dimiliki oleh bank syariah agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam yang diukur dari indikator seperti kesesuaian bank syariah dengan syariah Islam, dan juga anggapan bahwa bunga bank adalah haram, pada akhirnya mereka akan tertarik juga untuk menabungkan uangnya pada bank syariah dalam bentuk tabungan mudharabah. Maka berdasarkan penjelasan tersebut, dirumuskan hipotesis: Terdapat perbedaan pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah ditinjau dari tingkat kesesuaian hukum syariah (H₃)

2.3.4 Pengaruh promosi bank syariah terhadap pemilihan tabungan mudharabah

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Agar produk bank syariah dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu mengetahui tentang manfaat yang dapat diperoleh serta kelebihanannya dibandingkan dengan produk yang dimiliki oleh pesaingnya. Dalam penelitian Juhan (2010) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan menabung. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut (Mc-Daniel, 2001). Tanpa adanya promosi, nasabah tidak akan mengenal dengan baik tentang bank tersebut. Promosi merupakan sarana yang paling baik guna menarik dan mempertahankan nasabahnya. Jadi semakin baik promosi yang dilakukan oleh bank syariah, maka nasabah juga akan semakin memilih untuk menabungkan atau mempercayakan uangnya pada bank syariah dalam bentuk tabungan mudharabah. Sedangkan bagi masyarakat yang belum memiliki tabungan mudharabah bank syariah, dengan menariknya promosi yang dilakukan oleh bank syariah terhadap produk-produk yang ditawarkan atau dengan adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah bank syariah, maka pada akhirnya akan tertarik juga untuk menabungkan uangnya pada bank syariah dalam bentuk tabungan mudharabah. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis: Terdapat

perbedaan pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah ditinjau dari tingkat promosi (H₄).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yang menjelaskan hubungan pengaruh/kausailitas antara variabel independen dan dependen melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini juga termasuk *survey research* dimana penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan mengadakan kuesioner sebagai pengumpulan data yang pokok.

3.2 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa persepsi/pendapat/pengalaman tentang kepercayaan, promosi, tingkat bagi hasil, kesesuaian hukum syariah. Sumber data berasal dari responden terdiri dari nasabah dan bukan nasabah tabungan mudharabah. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner/angket kepada nasabah tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dan nasabah tabungan konvensional di Bank Mandiri Cabang Jember.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dan nasabah tabungan konvensional pada Bank Mandiri Konvensional Cabang Jember. Sampel dalam penelitian ini nasabah yang memiliki tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember sebanyak 75 responden dan nasabah yang memiliki tabungan pada Bank Mandiri Konvensional sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *quota dan purposive sampling*

3.4 Analisis Data

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji kevaliditas data dalam penelitian ini menggunakan *Indeks Korelasi Product Moment* dengan probabilitas pada tingkat signifikansi 0,05 sehingga apabila korelasi yang berada di atas probabilitas, berarti item tersebut dikatakan valid. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh *Cronbach Alpha* (). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* () > 0,60.

3.4.2 Uji Asumsi : Normalitas dan Multikolinearitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria pengambilan keputusan apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H₀ (distribusi populasi adalah normal) diterima. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H₀ (distribusi populasi adalah normal) ditolak. Uji multikolinearitas digunakan apabila terdapat hubungan yang sempurna diantara beberapa variabel yang menjelaskan semua model regresi. Pengujian dapat dilakukan dengan nilai tolerance dan lawannya serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih

yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai tolerance > 0.10 atau sama dengan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.4.3 Analisis Diskriminan

Untuk menguji hipotesis, dalam penelitian ini menggunakan analisis diskriminan. Model analisis diskriminan merupakan bentuk regresi dengan variabel terikat berbentuk non-metrik atau kategori.

Model persamaan diskriminan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Z_i = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Z = keputusan nasabah memilih tabungan mudharabah

b₁₋₄ = koefisien diskriminan variabel X₁, X₂, X₃, X₄

X₁ = tingkat kepercayaan

X₂ = tingkat pengembalian hasil

X₃ = kesesuaian hukum syariah

X₄ = promosi

e = eror

Penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan ketentuan apabila angka signifikan di bawah 0,05 maka hipotesis nol (H₀) ditolak. Sebaliknya apabila angka signifikan diatas 0,05 maka hipotesis nol (H₀) diterima

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode yang secara umum dipakai yaitu dengan mengkorelasikan antara skor individu yang diperoleh masing-masing item atau butir dengan menggunakan skala *likert*. Kriteria yang diterapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah apabila korelasi antara item atau butir pertanyaan dengan skor totalnya memiliki *level of significant* < 0,05 maka instrumen dapat dikatakan valid atau terjadi korelasi yang signifikan.

Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Validitas

Variabel	Butir	Sig.	Korelasi	Keterangan
Kepercayaan (X1)	X1.1	0.000	0,641	Valid
	X1.2	0.000	0,546	Valid
	X1.3	0.000	0,807	Valid
	X1.4	0.000	0,488	Valid
Tingkat Pengembalian Hasil (X2)	X2.1	0.000	0,608	Valid
	X2.2	0.000	0,557	Valid
	X2.3	0.000	0,711	Valid
	X2.4	0.000	0,729	Valid
Kesesuaian Hukum Syariah (X3)	X3.1	0.000	0,709	Valid
	X3.2	0.000	0,812	Valid
	X3.3	0.000	0,403	Valid
	X3.4	0.000	0,785	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0.000	0,603	Valid
	X4.2	0.000	0,684	Valid
	X4.3	0.000	0,538	Valid

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan pada bank konvensional dan bank syariah mempunyai nilai korelasi positif dan nilai signifikan $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan pada bank konvensional dan bank syariah adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha-Cronbach*. Jika nilai *Alpha* makin tinggi atau lebih tinggi dari 0,6 pada suatu variabel (konstruk) dikatakan reliabilitas pengukuran instrumen tersebut makin baik atau sempurna. Hasil pengujian reliabilitas data dengan menggunakan metode *Alpha-Cronbach* terhadap variabel dengan item pertanyaan yang telah bebas disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0,738	Reliabel
X2	0,755	Reliabel
X3	0,775	Reliabel
X4	0,702	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas maka dapat disimpulkan bahwa 4 butir pertanyaan pengukuran X_1 menunjukkan nilai $0,738 > 0,6$. Nilai *Alpha-Cronbach* masing-masing variabel lebih besar dari 0,6, sesuai dengan pendapat (Ghozali, 2002:133) yang menyatakan bahwa data dikatakan reliabel jika kriteria indeks korelasi () lebih dari 0,6 maka variabel penelitian dikatakan reliabel.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi apabila terdapat hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel itu secara individu terhadap variabel dependen. Gejala terjadinya multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan *tolerance value* dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2006:91-92). Hasil pengujian multikolinieritas pada masing-masing variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 disajikan pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3. Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
X1	0,505	1,981	Tidak Terjadi Multikolinier
X2	0,590	1,696	Tidak Terjadi Multikolinier
X3	0,506	1,978	Tidak Terjadi Multikolinier
X4	0,952	1,051	Tidak Terjadi Multikolinier

Analisis Diskriminan

Perbedaan rata-rata masing-masing variabel untuk kedua kelompok nasabah dan non-nasabah dapat diuji dengan uji beda t-test. Hasil uji t-test sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Beda t-test

Variabel	Nasabah		Non-Nasabah		t-hitung	t-tabel
	Mean	Std. Deviasi	Mean	Std. Deviasi		
Kepercayaan (X1)	15,60	0,959	13,05	1,138	14,824	1,9761
Tingkat pengembalian hasil (X2)	15,21	1,082	12,65	1,157	14,000	1,9761
Kesesuaian hukum syariah (X3)	14,85	1,302	11,15	1,477	16,306	1,9761
Promosi (X4)	9,21	1,339	9,83	1,223	2,929	1,9761

Nilai t hitung untuk kepercayaan adalah 14,824, tingkat pengembalian hasil sebesar 14,000, kesesuaian hukum syariah sebesar 16,306, dan promosi sebesar 2,929, karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut mampu membedakan kedua kelompok nasabah dan non-nasabah dalam memilih tabungan mudharabah dan akan digunakan untuk membentuk fungsi diskriminan.

Analisis diskriminan merupakan pengelompokan obyek ke dalam dua atau lebih kelompok berdasarkan pada kriteria sejumlah variabel. Pengelompokan bersifat *mutually exclusive*, dalam artian jika suatu obyek sudah masuk dalam kelompok 1, maka dia tidak mungkin masuk menjadi anggota kelompok 2. Hasil dari *Canonical Discriminant Function Coefficient* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Canonical Discriminant Function Coefficients

Variabel	Fungsi
Kepercayaan (X1)	0,479
Tingkat pengembalian hasil (X2)	0,567
Kesesuaian hukum syariah (X3)	0,439
Promosi (X4)	- 0,228
Constant	-18,304

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa standar koefisien diskriminannya adalah:

$$Z = -18,304 + 0,479 X1 + 0,567 X2 + 0,439 X3 - 0,228 X4$$

Fungsi diskriminan tersebut dapat ditulis menjadi bentuk:

$$Z = W1 X1 + W2 X2 + W3 X3 + W4 X4$$

Dimana w merupakan nilai koefisien yang sudah dinormalkan dengan rumus:

$$W1 = \frac{0,479}{w1^2 + w2^2 + w3^2 + w4^2} = \frac{0,479}{0,479^2 + 0,567^2 + 0,439^2 + (-0,228)^2} = 0,537$$

$$W2 = \frac{0,567}{w1^2 + w2^2 + w3^2 + w4^2} = \frac{0,567}{0,479^2 + 0,567^2 + 0,439^2 + (-0,228)^2} = 0,636$$

$$W3 = \frac{0,439}{w1^2 + w2^2 + w3^2 + w4^2} = \frac{0,439}{0,479^2 + 0,567^2 + 0,439^2 + (-0,228)^2} = 0,492$$

$$W4 = \frac{- 0,228}{w1^2 + w2^2 + w3^2 + w4^2} = \frac{- 0,228}{0,479^2 + 0,567^2 + 0,439^2 + (-0,228)^2} = - 0,256$$

Sehingga dapat dirumuskan dengan rumus diskriminan:

$$Z = 0,537X_1 + 0,636X_2 + 0,492X_3 - 0,256 X_4$$

Uji Signifikasi Fungsi Diskriminan

Tabel 4.6 Test of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
X1	,402	219,765	1	148	,000
X2	,430	196,001	1	148	,000
X3	,358	265,902	1	148	,000
X4	,945	8,580	1	148	,000

Berdasarkan perhitungan *Wilks' Lambda test statistics* seperti pada tabel 4.6 diketahui bahwa variabel kepercayaan (X1) memiliki nilai *Wilks' Lamda* sebesar 0,402, F ratio sebesar 219,765 dan signifikan pada 0,000. Hal ini berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan menggunakan variabel kepercayaan. Variabel tingkat pengembalian hasil (X2) memiliki nilai *Wilks' Lamda* sebesar 0,430, F ratio sebesar 196,001 dan signifikan pada 0,000. Hal ini berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan menggunakan variabel tingkat pengembalian hasil. Variabel kesesuaian hukum syariah (X3) memiliki nilai *Wilks' Lamda* sebesar 0,358, F ratio sebesar 265,902 dan signifikan pada 0,000. Hal ini berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan menggunakan variabel kesesuaian hukum syariah. Variabel promosi (X4) memiliki nilai *Wilks' Lamda* sebesar 0,945, F ratio sebesar 8,580 dan signifikan pada 0,004. Hal ini berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan menggunakan variabel promosi. Berdasarkan perhitungan *Wilks' Lambda test statistics* seperti pada tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa semua variabel yaitu kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah dan promosi dapat membedakan (*discriminator*) secara signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keempat variabel dapat digunakan untuk membentuk variabel diskriminan. Untuk menguji signifikansi statistik dari fungsi diskriminan digunakan *multivariate test of significance*. Oleh karena dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel, maka untuk menguji perbedaan antara kedua kelompok nasabah dan non-nasabah digunakan *multivariate test*. Uji *Wilks' Lambda* dapat diaproksimasi dengan *statistic Chi-square*.

Tabel 4.7 Chi-square

Test of Function	Wilks' Lambda	Chi square	Df	Sig.
1	0,167 261	261,493 4	4	0.000

Besarnya *Wilks' Lambda* sebesar 0,167 atau sama dengan *Chi-square* 261,493 dan ternyata nilai ini signifikan pada 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi diskriminan signifikan secara statistik yang berarti nilai *means* (rata-rata) *score* diskriminan untuk kedua kelompok nasabah berbeda secara signifikan.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel yang diikutsertakan dalam penelitian ini telah memenuhi kualitas data yang baik, yaitu valid dan reliabel. Selain itu semua variabel juga terbebas dari asumsi klasik sehingga dapat digunakan untuk menghasilkan model persamaan diskriminan yang baik. Hasil yang diperoleh menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,833 atau 83,3% artinya persentase variabilitas pengaruh variabel independen yaitu kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi terhadap variabel terikat berbentuk variabel kateori (keputusan dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember) yaitu sebesar 83,3%. Sedangkan sisanya 16,7% dijelaskan oleh variabel yang belum diteliti dan memberi kesempatan untuk diteliti oleh peneliti lain. Pembahasan dari masing masing variabel independen yaitu kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi adalah sebagai berikut:

4.2.1 Tingkat kepercayaan bank syariah berpengaruh dalam membedakan keputusan nasabah dan non-nasabah dalam memilih tabungan mudharabah.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan mudharabah antara nasabah dan non-nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hal ini dapat dilihat dalam *test of quality of group means Wilks's Lambda*, hasil yang didapat yaitu terdapat perbedaan yang signifikan dengan skor tingkat kepercayaan sebesar 0,402 dan signifikansi pada 0,000, hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima, Hasil tersebut dibuktikan secara statistik bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Selain itu, dalam *Wilks's Lambda test statistics* dengan nilai *Wilks' Lambda* variabel kepercayaan sebesar 0,358 dan signifikan pada 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan variabel kepercayaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Adhistry (2011) bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan keputusan menabung pada bank syariah dan bank konvensional. Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah yang menabung. Penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Doney dan Cannon (1997) yang menyatakan bahwa kepercayaan timbul sebagai hasil dari kehandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, tanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian. Terlihat pula dalam *Standardize Canonical Discriminant Function* bahwa besarnya koefisien variabel kepercayaan 0,504, tingkat pengembalian hasil 0,635, variabel kesesuaian hukum syariah 0,611 dan variabel promosi -0,293 yang dirtikan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel promosi.

4.2.2 Tingkat Pengembalian Hasil Berpengaruh Dalam Membedakan Keputusan Nasabah Dan Non-Nasabah Dalam Memilih Tabungan Mudharabah.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tingkat pengembalian hasil berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih

tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hal ini dapat dilihat dalam *test of quality of group means Wilks's Lambda*, hasil yang didapat yaitu terdapat perbedaan yang signifikan dengan skor tingkat tingkat pengembalian hasil sebesar 0,430 dan signifikansi pada 0,000, hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima, hasil tersebut dibuktikan secara statistik bahwa tingkat pengembalian hasil dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Selain itu, dalam *Wilks's Lambda test statistics* dengan nilai *Wilks' Lambda* variabel tingkat pengembalian hasil sebesar 0,231 dan signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan variabel tingkat pengembalian hasil. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hendi yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, bahwa tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung pada bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nisbah yang diperoleh dan semakin beragam produk yang ditawarkan, maka akan semakin meningkatkan jumlah nasabah yang menabung pada bank syariah. Penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Syafii Antonio bahwa besarnya penentuan bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama dan tanpa adanya unsur paksaan. Terlihat pula dalam *Standardize Canonical Discriminant Function* (lampiran 8c) bahwa besarnya koefisien variabel kepercayaan 0,504, tingkat pengembalian hasil 0,635, variabel kesesuaian hukum syariah 0,611 dan variabel promosi -0,293 yang diartikan bahwa variabel tingkat pembagian hasil memiliki pengaruh yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya.

4.2.3 Tingkat Kesesuaian Hukum Syariah Berpengaruh Dalam Membedakan Keputusan Nasabah Dan Non-Nasabah Dalam Memilih Tabungan Mudharabah.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tingkat kesesuaian hukum syariah berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Cabang Jember. Hal ini dapat dilihat dalam *test of quality of group means Wilks's Lambda*, hasil yang didapat yaitu terdapat perbedaan yang signifikan dengan skor kesesuaian hukum syariah sebesar 0,358 dan signifikansi pada 0,000, hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima. Hasil tersebut dibuktikan secara statistik bahwa kesesuaian hukum syariah dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Selain itu, dalam *Wilks's Lambda test statistics* dengan nilai *Wilks' Lambda* variabel kesesuaian hukum syariah sebesar 0,179 dan signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember jika diukur dengan variabel kesesuaian hukum syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Daulay (2006) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah pada bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa keyakinan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan yang dimiliki nasabah terhadap prinsip syariah secara emosional, maka akan semakin bertambah pula jumlah

nasabah yang menabung pada bank syariah. Penelitian ini sesuai dengan ketentuan hukum mualat bahwa prinsip utama muamalat ekonomi atau perbankan Islami adalah menghindarkan diri dan menjauhkan diri dari unsur-unsur riba dan menggantinya dengan sistem bagi hasil. Terlihat pula dalam *Standardize Canonical Discriminant Function* bahwa besarnya koefisien variabel kepercayaan 0,504, tingkat pengembalian hasil 0,635, variabel kesesuaian hukum syariah 0,611 dan variabel promosi -0,293 yang dirtikan bahwa variabel kesesuaian hukum syariah memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel kepercayaan.

4.2.4 Promosi Berpengaruh Dalam Membedakan Keputusan Nasabah Dan Non-Nasabah Dalam Memilih Tabungan Mudharabah.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa promosi berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hal ini dapat dilihat dalam *test of quality of group means Wilks's Lambda*, hasil yang didapat yaitu terdapat perbedaan yang signifikan dengan skor promosi sebesar 0,945 dan signifikansi pada 0,004, hal ini menunjukkan bahwa H4 diterima, hasil tersebut dibuktikan secara statistik bahwa variabel promosi dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Selain itu, dalam *Wilks's Lambda test statistics* dengan nilai *Wiks' Lambda* variabel promosi sebesar 0,167 dan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Husma (2008), yang meneliti tentang pengaruh promosi dan komunikasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank syariah. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa variabel promosi dan komunikasi berpengaruh *high* signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lamb, Hair, Mc-Daniel (2001) bahwa promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan pada para calon pembeli guna mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon, dan hal tersebut juga dapat mempengaruhi citra perusahaan dimata pembeli. Terlihat pula dalam *Standardize Canonical Discriminant Function* bahwa besarnya koefisien variabel kepercayaan 0,504, tingkat pengembalian hasil 0,635, variabel kesesuaian hukum syariah 0,611 dan variabel promosi -0,293 yang dirtikan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang paling rendah dibandingkan dengan variabel lainnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan di dalam penelitian ini adalah:

1. Kepercayaan pada bank syariah berpengaruh signifikan dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.
2. Tingkat pengembalian hasil pada Bank Syariah Mandiri berpengaruh signifikan dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

3. Tingkat kesesuaian hukum syariah berpengaruh signifikan dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.
4. Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri berpengaruh signifikan dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.
5. Berdasarkan tabel *Standardize Canonical Discriminant Function*, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi berpengaruh signifikan dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah. Selain itu, dapat dilihat pada tabel *Wilks's Lambda* dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga variabel kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi berpengaruh signifikan dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran di dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi berpengaruh dalam membedakan keputusan nasabah dalam memilih tabungan mudharabah. Hal ini berarti keempat faktor tersebut perlu menjadi perhatian dalam pengambilan keputusan dan kebijakan guna menetapkan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan objek dan sampel penelitian, serta dapat menambahkan variabel independen sehingga dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan bagi hasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Syafii, 2002. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Yogyakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ariska, Juhana. 2010. *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri*. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran
- Ascarya, 2005. *Mencari Solusi Pembiayaan Bagi Hasil Perbankan Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia
- Ascarya, Diana Yumanita, 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum PPSK*. Jakarta:
- Ayu, Adhitya, 2011. *Faktor-faktor yang membedakan nasabah memilih tabungan sistem bagi hasil dan sistem bunga*. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Jember
- Daulay, Raihanah, 2006. *Pengaruh pelayanan, bagi hasil, dan keyakinan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Utama Medan*. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara
- Devie, 2000. *Tinjauan atas suku bunga dan dampaknya pada keputusan investasi dan pembiayaan*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
- Efferin, Sujoko dan Stevanus, 2008. *Metode Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

-
- Ghofur, Abdul, 2007. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Ghozali, Imam, 2008. *Model Persamaan Struktural: Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: adan penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, Sofyan dan Wiroso, 2006. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Trisakti
- Hasibuan, Malayu, Drs, 2009. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hendi, Irawan, 2008. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*. Malang: Universitas Islam Negeri Malang
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta
- Lewis, Mervyn dan Latifa, 2007. *Prinsip, Praktik dan Prospek*. Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi
- Machmud, Amir, Dr, 2010. *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris Di Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Mardalena, 2008. *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Masyarakat Dalam Menabung Pada Bank Syariah*. Universitas Sumatra Utara
- Moorman, C., R. Deshpande dan Gerald Zaitman. 1993. *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*. Journal of Marketing
- Morgan, Robert dan Shelby D Hunt, 1994. *The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing*. Journal of Marketing.
- Muhammad, M. Ag, 1999. *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*. Jakarta
- Muhammad, Rifqi, 2008. *Akuntansi Keuangan Syariah*. Yogyakarta: P3EI Press
- Nauman dan Kathleen Giel, 1995. *Customer Satisfaction Measurement and Management*. Cincinnati, Ohio: Thomas Executive Press
- Rifai, Hanif Amali, 2006. *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank Konvensional*. Penelitian ini merupakan kerjasama antara Bank Indonesia dan Center for Banking Research (CBR)-Andalas University
- Satrio, Novianto, 2010. *Analisis pengaruh tingkat inflasi dan suku bunga BI terhadap kinerja keuangan PT. Bank Muamalat berdasarkan rasio keuangan*.
- Sirdeshmukh, Deepak, Jagjit Singh dan Barry Sabol, 2002. *Consumer Trust, Value and Loyalty in Relational Exchanges*. Journal of Marketing
- Sugiono, 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, Edi, 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia