JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK MUDHARABAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC DUMAI

M. Mudavi Al Haqqi
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai
mudavi@gmail.com

Tengku Mahesa Kalid
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai
mahesakhalid@yahoo.com

Lestary Fitriany
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai
abisofyserly@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan produk mudharobah terhadap keputusan nasabah menabung dalam Bank Syariah (BSI) KC Kota Dumai, Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (Field Research), dengan menggunakan data Metode pendekatan Kuantitatif. Data yang di gunakan adalah Data primer dan data skunder, Populasi dalam penelitian ini adalah 286 orang. Penentuan sampel di lakukan dengan nonprobability sampling dengan teknik sample sampling insedential, yaitu sample di ambil berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sample, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai data, besarnya sampel sebanyak 116 konsumen. Metode analisis data dengan menggunakan bantuan software SPSS 21 dan 24 for windows. Berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa produk mudharobah. (X1) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. (X2) Berpengaruh terhadap produk mudharobah.(Y) dalam menabung Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kota Dumai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan produk mudharobah terhadap keputusan menabung di bank syariah indonesia (BSI) Kc Kota dumai secara bersama sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan dengan produk mudharobah sebesar 0,5%. Secara parsial. Kualitas pelayanan dan produk mudharobah memberikan konstribusi positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kota Dumai.

Kata kuci : kualitas pelayan, produk mudharobah, keputusan nasabah

JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality and mudharobah products on customer decisions to save in a Sharia Bank (BSI) KC Dumai City. The data used are primary data and secondary data. The population in this study was 286 people. Determination of the sample is done by non-probability sampling with incidental sampling technique, namely the sample is taken by chance, that is, anyone who coincidentally meets the researcher can be used as a sample, if it is seen that the person who happened to be met is suitable as data, the sample size is as much as 116 consumers. Data analysis method using SPSS 21 and 24 software for windows. Based on the results of the study, it can be concluded that the mudharobah product. (X1) has an effect on service quality. (X2) Influence on mudharabah products. (Y) in saving Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Dumai City.
The results showed that the effect of service quality and mudharobah products on the decision to save at the Indonesian Islamic Bank (BSI) Kc Dumai City together gave a positive and significant impact on service quality with mudharabah products of 0.5%. Partially. The quality of service and mudharabah products makes a positive and significant contribution to customers saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Dumai City.

Keywords: service quality, mudharabah products, customer decisions

JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

Pendahuluan

Istilah bank pada mulanya tidak dikenal dalam khazanah keilmuan islam, yang ada dalam literatur islam adalah istilah *" JIHBIZ"* yang berasal dari bahasa Persia yang berarti penagih pajak. Istilah *Jih-biz* mulai dikenal pada zaman Mu'awwiyah, yang ketika itu fungsinya sebagai penagih pajak dan penghitung pajak atas barang dan tanah milik masyarakat. Pada Zaman Bani Abbasiyah, disamping berfungsi sebagaimana tersebut, juga populer sebagai profesi penukaran uang, sebab pada zaman tersebut mulai diperkenalkan uang jenis baru yang disebut "fulus" yang tembaga.[1]

Perbankan Syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan renaissance islam modern, neorevivalis dan modernis. Bank syariah telah menjadi istilah yang dipakai secara luas di dunia. Dimana produk dan jasa keuangan yang ditawarkan harus sesuai dengan syariah atau hukum islam, mengembangkan aplikasi syariah menjadi alternative lain dengan bank konvensional, dimana sekarang produk bank islam mengakomodasi kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang dari keinginan konsumen.

Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Fungsi dari bank sebagai lembaga keuangan adalah lembaga yang membantu melancarkan pertukaran barang-barang dan jasa-jasa dan menyalurkan tabungan investasi. Dengan maraknya persaingan tersebut, perusahaan perbankan harus menerapkan strategi dengan baik apabila nasabah ingin tertarik untuk memutuskan untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha nya[2].

PT .Bank BSI Cabang Kota Dumai adalah salah satu lembaga intermediasi keuangan merupakan tempat terjadinya lalu lintas uang dan dokumen-dokumen berharga lainnya, menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut melalui pembiayaan guna memperoleh pendapatan yang juga akan dibayarkan kepada nasabah sebagai bagi hasil pengelolaan dana. Salah satu prinsip yang digunakan PT. Bank BSI dalam menghimpun dana adalah dengan menggunakan prinsip Mudharobah. Mudharobah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahibul amal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian di awal. Bentuk ini menegaskan kerja sama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola[3].

Transaksi jenis ini tidak mewajibkan adanya wakil dari *shahibul maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi akibat kelalaian dan tujuan penggunaan modal untuk usaha halal. Sedangkan, *shahibul maal* diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba yang optimal.

Mengingat luasnya Wilayah Kota Dumai dan keterbatasan waktu penulis, maka untuk mempermudah penelitian ini, penulis membatasi masalah hanya dilakukan kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Dumai Jalan Jend. Sudirman, Kelurahan Teluk Binjai, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai, dan Penelitian ini hanya dilakukan terhadap Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai pada tahun 2020.

Dengan Tujuan Penelitian Secara Umum untuk mengukur besar pengaruh Kualitas

[1]Prof. Dr. Drs. H. Abdul Manan, S.H., S. IP, M.Hum, *Hukum Ekonomi Syariah DalamPerspektif Kewenangan Peradilan Agama,* Investasi diBank Syariah, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2012,h.201.

[2] Muhammad Asro dan Muhammad Kholid. *Fiqih Perbankan* (Cet. 1 Bandung; Pustaka Setia,2011),h.54

[3] https://id.wikipedia.org/wiki/Mudharabah

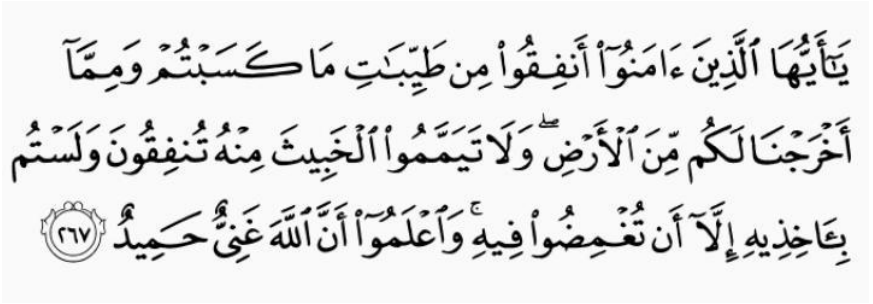
JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

Pelayanan terhadap Keputusan nasabah dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Dumai., mengukur pengaruh produk *mudharobah* terhadap Keputusan nasabah dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Dumai, mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan produk *mudharobah* secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia Kota Dumai.

Berdasarkan penjelasan diatas maka pada penelitian ini penulis ingin membahas lebih lanjut tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Mudharobah terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesi (BSI) KC Kota Dumai".

Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut:


يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓا۟ أَنفِقُوا۟ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ
أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا۟ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم
بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُوا۟ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓا۟ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِىٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*" *(QS, Al-Baqarah (2): 267).*

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah Kualitas Pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi di dalam *mind share* konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula. Tolak ukur Kualitas Pelayanan dalam Islam disebut dengan standardisasi syariah. Inilah yang kemudian dijadikan sebagai standar penilaian.

Kualitas Pelayanan secara Umum

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan defenisi-defenisi yang berbeda pula. Seperti yang diketahui bahwa kualitas Kualitas Pelayanan dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan serta kualitas perusahaan. Semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan dimata pelanggan berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya.

Menurut Philip Kotler dan Keller [4]"Kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan". Goest dan Davis[5] mengemukakan bahwa kualitas diartikan "sebagai suatu dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

[4] Philip Kotler & Kevin Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
[5] Goest dan Davic dalam Fandy Tjiptono, op.cit., h.51.

harapan." Kemudian Triguno[6] mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud kualitas adalah "suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang atau jasa".

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan defenisi-defenisi yang berbeda pula. Seperti yang diketahui bahwa kualitas Kualitas Pelayanan dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan serta kualitas perusahaan. Semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan dimata pelanggan berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya.

Menurut Philip Kotler dan Keller [7]"Kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan". Goest dan Davis[8] mengemukakan bahwa kualitas diartikan "sebagai suatu dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan." Kemudian Triguno[9] mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud kualitas adalah "suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang atau jasa".

Perbankan Syariah

Secara filosofis, Bank syariah adalah bank yang aktifitasnya meninggalkan masalah riba[10]. Bank syariah adalah institusi keuangan yang berbasis syariah Islam. Hal ini berarti bahwa secara makro bank Syariah adalah Institusi keuangan yang yang memposisikan dirinya sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di masyarakat sekitarnya. Di satu bank syariah adalah lembaga keuangan yang mendorong dan mengajak masyarakat untuk aktif berinvestasi melalui berbagai produknya, sedangkan sisi lain bank syariah aktif untuk melakukan investasi dimasyarakat[11]. Dalam undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan dalam pasal 1 bahwa "perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya"[12].

Zainuddin ali dalam mendefinisikan, Bank Syariah terdiri atas dua kata, yaitu kata bank dan kata syariah, kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari kedua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam[13].

Menurut Schaik, bank syariah adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum islam yang sah, yang dikembangkan pada abad pertama islam, menggunakan konsep

[6] Triguno, 1997. *Budaya Kerja, Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Golden Teravon Press

[7] Philip Kotler & Kevin Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

[8] Goest dan Davic dalam Fandy Tjiptono, op.cit., h.51.

[9] Triguno, 1997. *Budaya Kerja, Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Golden Teravon Press

[10] Amir Machmud dan Rukmana. *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia* (Jakarta;Erlangga 2010), h.4

[11] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta;PT.RajaGraindo Persada,2008), h.122

[12] Muhammad Asro dan Muhammad Kholid, *Fiqih Perbankan* (Cet. I-Bandung;Pustaka Setia,2011), h.54

[13] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Cet. I, Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.54

JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

berbagi resiko sebagai metode utama dan meniadakan uang berdasarkan kepastian yang ditentukan sebelumnya[14]. Cara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan al'quran dan hadist. Sementara itu bank yang beroperasi sesuaian dengan prinsip syariah islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermualah secara islam[15].

Produk

Definisi Produk Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono, 2002).

Definisi produk menurut Stanton (1997) adalah sebagai berikut: Sekumpulan atribut yang nyata, didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang mungkin bisa memuaskan keinginannnya Definisi produk menurut Kotler dan Armstrong (2000) adalah sebagai berikut: Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Berdasarkan dua definisi mengenai produk di atas maka dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono, 2002).

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No: 01/DSN-MUI/IV/2000, menetapkan bahwa giro yang dibenarkan secara Syariah, yaitu giro yang berdasrkan prinsip Mudharobah dan Wadiah. Demikian juga tabungan dengan produk wadiah, dapat dibenarkan berdasarkan fatwa DSN No: 02/DSN-MUI/IV/2000, menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip Mudharobah dan Wadiah.

Fatwa – fatwa diatas berangkat dengan pertimbangan bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam bidang investasi, pada masa kini memerlukan jasa perbankan dan salah satu prosuk perbankan dibidang perhimpunan dan dari masyarakat adalah giro, yaitu simpanan dana yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan penggunaan (cek) atau (bilyet) giro. Prinsip operasional Syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadiah dan mudharobah.

Tetapi dewasa ini, banyak bank Islam yang telah berhasil mengombinasikan prinsip al-wadi'ah dengan prinsip al-mudharabah. Akibatnya pihak bank dapat menetapkan besarnya bonus

[14] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Cet. I, Jakarta: Sinar Grafika,2008), h.54

[15] Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori,Kebijakan,dan Studi Empiris di Indonesia* (Jakarta;Erlangga,2010), h.9

yang diterima oleh penitip dengan menetapkan persentase. Bentuk ini termasuk dalam katagori fungsional kedua, yaitu wadi'ah investasi.

Produk Mudharabah

Secara etimologis, mudharabah berasal dari akronim, yaitu "Ad-dhorbu fi'l ardhi" bermakna berpergian untuk berdagang. Dalam bahasa Arab, mudharobah berasal dari kata "dhoroba" yang berarti memukul atau berjalan. Pengertian untuk memukul atau berjalan ini lebih tepatnya proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Mudharobah termasuk dalam kategori syirkah, yaitu kerjasama dengan cara sistem bagi hasil. Di dalam al–Qur'an, kata mudharobah tidak disebutkan secara jelas, tetapi al–Qur'an menyebutkan secara musytaq dari kata dhoroba yang diulang sebanyak 58 kali. Sinonim kata dhoroba adalah qiradh berasal dari kata al-Qardhu atau potongan, pemilik memotong sebagian dari hartanya untuk diperdagangkan serta memperoleh sebagian keuntungannya.

Definisi mudharobah, yaitu suatu perjanjian usaha di antara shahibul maal dan mudharib, dimana pihak pemilik modal (shahibul maal) menyediakan seluruh dana yang diperlukan dan pihak pengelola (mudharib) melakukan pengelolaan atas usaha. Hasil dari usaha bersama ini dibagi sesuai kesepakatan pada waktu akad akan ditandatangani yang dituangkan dalam bentuk nisbah. Apabila terjadi kerugian, bukan penyelewengan ataupun keluar dari kesepakatan, maka pihak pemilik modal akan menanggung kerugian manajerial skill, waktu dan kehilangan nisbah keuntungan bagi hasil yang akan diperoleh. Keabsahan dari transaksi al-mudharabah didasarkan pada beberapa dari nash al–Qur'an dan Sunnah. Secara umum, landasan dasar al-mudharabah mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha.

Diriwayatkan dari Daruquthni, Hakim Ibn Hizam apabila memberi modal kepada seseorang, dia mensyaratkan "harta jangan digunakan untuk membeli binatang, jangan kamu bawa ke laut, jangan dibawa menyeberangi sungai. Apabila kamu lakukan salah satu dari larangan itu, maka kamu harus bertanggung jawab pada hartaku". Mudharabah menurut Ibn Hajar bahwasanya telah ada sejak zaman Rasulullah, beliau tahu dan mengakui, bahkan sebelum diangkat menjadi seorang Rasul, Muhammad melakukan qiradh, yaitu dengan Muhammad mengadakan perjalanan ke Syam menjual barang-barang milik Khadijah yang kemudian menjadi istri beliau.

ولا 'كان سيدنا العباس بن عبد المطلب إذا دفع المال مضاربة اشترط على صاحبه أن لا يسلك به بحرا
ينزل به واديا، ولا يشتري به دابة ذات كبد رطبة، فإن فعل ذلك ضمن ، فبلغ شرطه رسول الله صلى الله عليه وآله
(رواه الطبراني في الأوسط عن ابن عباس)وسلم فأجازه

"Abbas bin Abdul Muthallib jika menyerahkan hartanya sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharibnya untuk tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah dan tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan dilanggar, maka mudharib harus menanggung risikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas didengar Rasulullah, beliau membenarkannya"

Al Qur'an dan Hadist tentang Mudaharabah: Akad Mudharabah diperbolehkan dalam islam, karena bertujuan untuk saling mambantu antara pemilik modal dan seseorang yang ahli dalam memutarkan uang (usaha/ dagang). Mudaharib sebagai pengusaha (enterpreuner)/ pelaku usaha adalah sebagian dari orang- orang yang melakukan perjalanan untuk mencari karunia dan ridha Allah SWT.[16]

Keputusan Nasabah

Menurut UU RI No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau UUS.[17] Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan

[16] Subuulussalam jilid III, h.275-278, Nailul Authar jilid IV, h.726-732, Ensiklopedia Hukum Islam, jilid 4

[17] Undang- Undang Republik Indonesi, 2009.tentang Bank Indonesia dan Peerbankan Syariah, Bandung: Citra Umbara, h.442.

JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Berarti Keputusan (*decision)* adalah pilihan (*choice),* yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari dua kategori: terprogram dan tidak terprogram. Keputusan juga dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.

Sedangkan keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan yaitu keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Proses keputusan pembelian terdiri dari model lima tahap proses pembelian konsumen yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.

Metodologi

Pendekatan Penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.[18]
Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan dihubungkan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.[19] Dengan lokasi penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kota Dumai.

Yang Subjek dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kota Dumai, sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk mudharobah terhadap Keputusan nasabah dalam menabung pada Bank syariah indonesia (BSI) KC Kota Dumai. Untuk Populasi dalam penelitian ini, yaitu pada Nasabah yang datang dalam seminggu tahun 2021 ini berjumlah 260 Orang.

Untuk pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang yang dipandang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria–kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.[20]

Dengan menentukan sampel dengan rumus slovin yang dikutip oleh savilla adalah sebagai berikut [21]

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel
N = Ukuran populasi
ε = tingkat kekeliruan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

[18] Azwar. 1997. Metode Penelitian Jilid I .Yogyakarta: pustaka pelajar h.5
[19] Sugiyono.*Metode Penelitian* Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung : Alfabeta.2012 h.63
[20] S.Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan* Cet.4, Jakarta : Rineka Cipta. 2004 hlm 128
[21] Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat. *Metodologi Penelitian*, Bandung : Mandar Maju. 2002 h.143

JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

Diketahui :

N = 260

ε = 0,05

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

$n = \frac{260}{1+260\ (0,05)^2}$

$n = \frac{260}{1+260\ (0,0025)}$

$n = \frac{260}{1+0.65} = \frac{260}{1,65} = 157,5$ n = 158 Orang

Jadi jumlah sampel untuk penelitian ini ialah 157,5 tetapi akan dibulatkan menjadi 158 konsumen sampel tersebut dari hasil teori salvin. Teknik yang digunakan adalah Teknik *Purposive Sampling*. Sedangkan untuk mengumpulkan data menggunakan beberapa instrument yaitu observasi, wawancara, angket atau kuisioner, dan dokumentasi.

Pembahasan

Hasil Penelitian dari Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Mudharobah terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesi (BSI) KC Kota Dumai". Maka Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen maka perlu dilakukan uji t. pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya <0,05, Ho ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Uji Parsial Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	**18,854**	1,480		12,738	**,000**
	Kualitas_pelayanan	**,280**	,026	,596	10,772	**,000**
	Produk_Mudharobah	**-1,240**	,154	-,445	-8,048	**,000**

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsial juga didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program SPSS 21 adalah sebagai berikut:

1. Jika probabilitas > 0,05 maka H0 diterima
2. Jika probabilitas < 0,05 maka H0 ditolak

Nilai probabilitas dapat dilihat pada tabel 4.19 kolom Prob (t-statistik) dengan menggunakan SPSS 21. Berdasarkan hasil regresi berganda dapat menganalisis pengaruh dari masing-masing variabel pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan (probabilitas), sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 18,854 dan bernilai positif, serta nilai signifikan 0,000 > 0,05 maka nilai konstanta pada model tersebut memberikan kontribusi Positif dan signifikan.
2. Koefisien variabel Pemahaman promosi (X1) sebesar 0,280 dan bernilai positif, dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 berarti variabel pemahaman kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
3. Koefisien variable produk Mudharobah sebesar -1,240 dan bernilai negatif; dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 berarti variabel lokasi memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

JURNAL AL-HISBAH
Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin
Jl. Utama Karya II No.3 Bukit Batrem, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau
Kode Pos: 28826 E-Mail:ejournaliaitf@gmail.com

Dari penjelasan tersebut di atas, maka model yang baik untuk mengukur kualitas pelayanan dan produk mudharobah Terhadap keputusan nasabah adalah sebagai berikut:
Keputusan Pembelian = 18,854+ 0,280X1 + -1,240 X2
Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS 21 untuk kualitas pelayanan dan produk mudharobah terhadap keputusan pembelian nasabah bank syariah Kota Dumai dilihat dari koefisien regresi determinasi sebesar 18,854 atau 1885%. Hal ini berarti dari variabel keputusan nasabah dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan produk mudharobah.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat promosi nilai rata-rata sebesar 57,88 termasuk ke dalam kategori yang Cukup.
2. produk Mudharobah dengan nilai rata-rata sebesar 8,46 termasuk ke dalam kategori Kurang.
3. Peningkatan Keputusan Nasabah dengan nilai rata-rata sebesar 24,53 termasuk kategori Baik.

Saran

Adapun saran yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada pimpinan BSI Cabang Kota Dumai, untuk meningkatkan Kualitas pelayanan terhadap nasabah BSI cabang Kota Dumai, Berdasarkan tanggapanan responden nasabah dengan nilai 57,88 termasuk ke dalam kategori yang Cukup.
2. Produk-produk yang ada di BSI Cabang Kota Dumai dianjurkan untuk terus menjaga dan meningkatkan pelayanan yang ada untuk memenuhi harapan Nasabah.
3. Kepada pimpinan BSI Cabang Kota Dumai, untuk meningkatkan Kualitas pelayanan terhadap nasabah BSI cabang Kota Dumai, Tanggapan Responden Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah dengan nilai rata-rata sebesar 24,53 termasuk kategori Baik.

Daftar Pustaka

Abdul Aziz Dahlan, 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta; Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996)

Abdul Rahman al Jaziri, *Kitabul Fiqih „ala Madhabil Arba"a*, juz 3, (Beirut: darul kitab al-Ilmiah t.t), 219

Azwar. 1997. Metode Penelitian Jilid I .Yogyakarta: pustaka pelajar Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.

Bintari, Selly Putri., Budiwibowo, Satrijo., & Wijaya, Anggita Langgeng. 2017. *Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Membeli Produk "Kini BANK Ditangaku" di Agen BTPN WOW Kecamatan Padas*, Kabupaten Ngawi. The 9th FIPA, 5 (1), 730-743. ISSN:2337-9723

Danang Sunyoto. 2013. *Methodologi Penelitian Akuntansi*,(Bandung: Revika Aditama, 2013), hlm. 23

Dewan Periklanan Indonesia. (2007). *Etika Periklanan Indonesia* (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia). Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia

Dewan Periklanan Indonesia. 2007. *Etika Periklanan Indonesia* (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia). Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia

Ghozali, Imam, 2013,Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21.0

Gujarati, Damodar N, (2004). Basic Econometrics, Fourth edition, Singapore. McGraw-Hill Inc.

H.A Djazuli, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Islam*, (Majalah al-Ahkam al-Adliyah)

Hadari Nawawi, Metode Penelitian Bidang Sosial, Yogyakarta: Gajah Mada University Pre - ss,1991

Hadi Sasana.Analisis Dampak Desentralisasi Fiscal Terhadap Perumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah, Jakarta : 2006

Harjanto, Ryan Nur. 2010. *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)*. Universitas Diponegoro. http://ebookbrowsee.net/jurnal-ryan-nur-harjanto-c2a606098-pdf-d100253819

Haryanto, R. A. 2013. *Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pelanggan pada Restoran MCDONAL"S Manado*. Jurnal EMBA, 1 (4), hal: 1465-1473

Hasan, Iqbal. 1999. Pokok-Pokok Materi STATISTIKA 2 (Statistik Inferensif). Jakarta: Bumi Aksara

Hasan, Iqbal. 2004. Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: PT Bumi. Aksara.

Ibnu Rusyd, 2002. *Bidayatul Mujtahid (Analisa Fiqih Para Mujtahid*), (Imam Ghazali Said dan Ahmad Zaenudin), (Jakarta;Pustaka Amani, 2002), 229

Irham Fahmi, 2013. *Manajemen pengambilan keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013

Junaedi, Fajar. 2013. *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia.* Yogyakarta: Buku Litera

Kamus inggris-indonesia, Jhon M. Echols dan Hassan Shadily, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993), hlm. 444.

Koestoro dan Basrowi, Strategi Penelitian Sosial, Surabaya : Yayasan Kampusiana, 2006
Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip 2001, *Manajemen Pemasaran* : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol, Jilid I, Erlangga, Jakarta

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.* Jakarta: PT. Prehallindo.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*,Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.

Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta

Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif Bandung : Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset. 2007

Lukman, D. 2000. *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia : Jakarta

Lupiyoadi, R. & Hamdani. A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Marzuki, 2005, Metodologi Riset, Yogyakarata: Ekonisia. Meleong

Morissan,A.M,. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran* terpadu, Jakarta : Penerbit Kencana

Moh. Pabundu Tika. Metodologi Riset Bisnis, Jakarta : Bumi Aksara. 2006

Muhammad Ridwan, 2004. *Manajemen Baitul Maal wa Tanwil (BMT),* (Yogyakarta: UII Press,2004), 107.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta : Erlangga, 1989), hal. 184-191

S.Margono. Metodologi Penelitian Pendidikan Cet.4, Jakarta : Rineka Cipta. 2004

Saleh, A. M. 2010. *Manajemen Kualitas Pelayanan.* Jakarta: Pustaka Belajar

Santoso, Singgih. 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sayyid Sabiq, 1997. *Fiqh Sunnah, (Bahasa Kamaluddin A. Marzuki),* Juz 13, (Bandung; PT. Al-Ma‟arif, 1997)

Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat. Metodologi Penelitian, Bandung : Mandar Maju. 2002

Sharma, Sandhir. 2007. *Celebrities don"t affect consumer decision making.* www.IndianMBA.com.

Sudjana, Metode Statistika , Bandung : Tarsito, edisi keenam, 1996

Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D, Bandung : Alfabeta. 2012

Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung : Alfabeta. 2012

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian , Jakarta: Rineka Cipta, 1998

Suharyadi & Purwanto.(2004). Metodologi Penelitian.Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam,* (Jakarta: Sinar Grafika), 200,49.
Tjiptono, F. 2001. *Manajemen Jasa.* Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset

Triguno, 1997. *Budaya Kerja, Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja.* Jakarta: Golden Teravon Press

Umar, H. 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
Undang-Undang Republik Indonesia tentang Bank Indonesia dan Perbankan Syariah, (Bandung: Citra Umbara, 2009)

Wahyuni, S. dan Perdamean, J. (2016) *Pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu simpatu di Institute perbanas*. Jurnal studi manajemen dan bisnis 3(1) : 13-30.

Winardi, 2004. *Enterpreneur & Enterpreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2004), 106.

Wirdyaningsih (et.al), 2005. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia,* (Jakarta:Kencana, 2005)

Yayah, 2005, *"Pengaruh Dimensi Kualitas Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Dinas Perhubungan Dan Telekomuniukasi Propinsi Jawa Tengah".*Skripsi, FE UDINUS, Semarang

Zainul Arifin, 2003. *Dasar-dasar Manajemen bank syari"ah,* (Jakarta: Alfabet,2003)

Fandy Tjiptono, 2002 ***,Manajemen Jasa,*** Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002