

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Keputusan Anggota

###### a. Pengertian Keputusan Anggota

Keputusan adalah sesuatu yang dibuat seseorang untuk melakukan tindakan memilih untuk membeli produk dan jasa. Artinya keputusan adalah pilihan, khususnya pilihan antara dua atau lebih. Dengan demikian ukuran keputusan termasuk dalam salah satu dari dua kategori terprogram atau tidak terprogram. Pengambilan keputusan akan pembelian suatu produk melalui proses dari beberapa alternatif yang telah dipilih.<sup>1</sup>

Keputusan pemakaian jasa atau dikenali sebagai keputusan pembelian ialah proses pengambilan keputusan, termasuk memutuskan apa yang akan dibeli dan apakah akan melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian yang didasarkan dari aktivitas-aktivitas sebelumnya.<sup>2</sup> Menurut Schiffman dan Kanuk, mendefinisikan keputusan sebagai tindakan memilih suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Sementara itu, Setiadji mengklaim bahwa proses integrasi ini dapat digabungkan dengan pengetahuan guna menilai dua atau lebih alternatif pilihan, dan memilih salah satunya.<sup>3</sup>

Nasabah dalam memilih tabungan membutuhkan tentunya pencarian informasi, nasabah akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai bank yang dapat membantu memenuhi

---

<sup>1</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2016),2.

<sup>2</sup> Muhammad Dwi Ari Susanto, Handoyo Djoko Waluyo, and Sari Listyorini, 'KEPUTUSAN MENABUNG PADA KJKS BMT BINNA UMMAT SEJAHTERA Pendahuluan', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1 (2012), 1–9.

<sup>3</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: ANDI, 2013),121.

kebutuhannya. Pada tahapan evaluasi alternative, nasabah mempelajari lebih dalam informasi yang didapatkan dan mengetahui kelemahan dan kelebihan dari masing-masing bank serta jenis produk tabungan yang ada. Tahap selanjutnya yaitu pengambilan keputusan, pada tahap ini nasabah memilih salah satu alternatif dan mengambil tabungan mudharabah untuk memenuhi kebutuhan akan menabung. Setelah keputusan diambil, maka dapat diketahui perilaku sesudah mengambil keputusan berupa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah mengenai keputusan yang diambil. Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan mudharabah dapat dilihat dari kepuasan atau ketidakpuasan nasabah mengenai dampak yang dihasilkan. Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan mudharabah dapat digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

Keputusan menabung sebuah lembaga, yakni sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Sedangkan keputusan nasabah mempunyai dampak untuk menabung. Bila nilai yang dirasakan semakin tinggi, keputusan nasabah untuk menabung pun semakin tinggi. Keputusan menabung ialah *output* akhir dari sebuah pembelian yang dianggap sebagai sebuah niat serta sikap untuk bertindak di waktu mendatang. Konsumen akan melakukan pertimbangan atas produk yang dipunyai oleh lembaga sebelum menetapkan produk yang hendak dibeli. Produk mencakup barang serta jasa.<sup>4</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan**

Faktor-faktor yang memberi pengaruh pada pengambilan keputusan oleh konsumen ialah:

---

<sup>4</sup> M. Susanto, H. Waluyo, and S. Listyorini, 'Pengaruh Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Kec. Lasem', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 1.1 (2012), 177–86.

- a) Faktor Budaya  
Faktor ini ialah penentu keinginan serta perilaku terdasar dalam pengambilan keputusan. Subbudaya memberi anggotanya kualitas dan peluang yang lebih unik untuk sosialisasi. Antar anggota dari tiap-tiap kelas sosial memiliki kecenderungan bertindak yang lebih mirip.
- b) Faktor Sosial  
Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh aspek kelompok sosial, seperti yang pertama, kelompok referensi, atau anggota kelompok yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang (tatap muka). Kemudian keluarga, yang sudah menjadi pusat penelitian yang besar dan menjadi organisasi yang terpenting dalam masyarakat. Terakhir, status serta peran. Peran di sini ialah harapan atas sebuah aktivitas yang diekspektasikan akan dijalankan oleh seseorang, sedangkan status ialah hasil dari peran.
- c) Faktor Pribadi  
Karakteristik pribadi mencakup (1) usia serta siklus hidup, yakni keperluan individu atas jenis makanan, perlengkapan hidup, pakaian, serta lainnya yang terpengaruh oleh usianya, sedangkan siklus hidup memberi pengaruh kepada pola konsumsi atas barang serta jasa; (2) pekerjaan. Pekerjaan akan begitu berdampak pada pola konsumsi individu; (3) gaya hidup. Menurut Philip Kotler, yakni pola hidup yang direfleksikan pada kegiatan, minat, serta pendapatnya; (4) kepribadian serta konsep diri. Menurut Philip Kotler, kepribadian, yakni karakteristik individu yang tidaklah sama dengan orang lainnya, yang menimbulkan respons yang relatif konsisten serta tahan lama terhadap lingkungannya.
- d) Faktor Psikologi  
Contohnya seperti motivasi, pengetahuan dan pembelajaran, persepsi, serta keyakinan dan

sikap. Motivasi, yakni dorongan keperluan yang mengakibatkan seseorang bertindak. Persepsi, yakni proses yang dimanfaatkan dalam memilih atau mengorganisasikan masukan-masukan informasi yang diperoleh guna menciptakan visualisasi yang berarti. Selanjutnya, pengetahuan dan pembelajaran ialah komponen pendorong, stimulus, petunjuk, dan penguat respons individu yang saling melakukan interaksi. Terakhir, metode dan tindakan yang memberikan bukti membentuk suatu keyakinan.<sup>5</sup>

**c. Indikator Keputusan**

Dalam mengambil keputusan, harus dilakukan berbagai pertimbangan dan tahap-tahap yang benar agar suatu keputusan yang diambil tidak akan merugikan. Adapun tahapan proses dalam pengambilan keputusan yang mampu untuk dijadikan sebagai indicator antara lain:

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan dimulai saat konsumen sadar akan sebuah permasalahan atas kebutuhan yang mendapat pengaruh dari stimulus internal maupun eksternal. Contohnya seperti kebutuhan normal individu, yakni rasa haus serta lapar. Kemudian meningkat menjadi sebuah dorongan atau rasa perlu yang muncul karena faktor eksternal, seperti melihat barang yang menarik sehingga memicu pikiran seseorang untuk membelinya.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang terdesak akan kebutuhannya akan termotivasi melakukan pencarian informasi. Keterlibatan dalam pencarian bida dikategorikan menjadi dua. Di level ini, kepekaan seseorang terhadap informasi produk semakin meningkat. Di level setelahnya, individu bisa masuk ke pencarian informasi aktif, menjalankan aktivitas

---

<sup>5</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran* (Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2008),69.

daring, mencari bacaan, serta berkunjung pada laman toko guna mempelajari produknya.

3. Evaluasi Alternatif

Sebuah konsep mendasar yang diimplementasikan guna memberi pengaruh pada keputusan konsumen sangatlah membantu pemasar dalam mengenalkan produknya. Adapun konsep itu, yakni pertama, upaya pemenuhan keperluan konsumen. Kedua, konsumen yang lebih mengutamakan manfaat serta efektivitas produk. Ketiga, pandangan konsumen terkait sejumlah produk ialah komponen yang saling mengisi serta bisa bermanfaat untuk mencukupi keperluan konsumen.<sup>6</sup>

4. Keputusan Pemakaian

Konsumen yang sudah membeli produk sering kali akan mengalami ketidaksesuaian (disonansi). Perihal itu bisa terjadi akibat konsumen menjumpai kekurangan dari produk atau mendapat pengaruh dari iklan produk sejenis yang lain sehingga konsumen menjadi berhati-hati dalam memutuskan pembelian produk terkait. Pemasar selaku pihak yang menginformasikan *benefit* serta kegunaan produk haruslah pintar mengimplementasikan strategi pemasaran guna menggaet konsumen. Selain itu juga menambah rasa percaya konsumen atas sebuah produk sehingga konsumen mempercayakan pilihannya terhadap produk itu. Pemasar selaku agen iklan juga melakukan pemantauan konsumen terkait dengan produk yang dibeli, kebermanfaatan produk, serta kepuasan pembeli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Pasca pembelian, kemungkinan konsumen akan menderita konflik akibat mendengar hal-hal bagus tentang merek lainnya atau melihat kondisi

---

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lan Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2008),184.

mengkhawatirkan tertentu, serta waspada atas informasi yang mendukung rasa puasnya. Komunikasi pemasaran sangatlah dibutuhkan guna meyakinkan serta melakukan evaluasi yang bisa menguatkan pilihan konsumen dan membantunya merasa nyaman terkait barang/merek itu.

Tugas pemasar tidaklah hanya sampai tahap pembelian. Pemasar wajib melakukan pengamatan terkait tindakan, kepuasan konsumen, serta pemakaian produk pasca pembelian.<sup>7</sup>

## 2. Teori Perilaku Nasabah

### a. Pengertian Perilaku Nasabah

Menurut Sciffman dan Kanuk (2015), perilaku nasabah, yakni perilaku nasabah selama mencari, membeli, memakai, melakukan evaluasi, serta membuang produk atau layanan yang diekspektasikan akan memuaskan kebutuhannya. Pokok dari pemasaran, yakni melakukan identifikasi keperluan yang tidak tercukupi serta mengakomodasi produk atau layanan yang mencukupi kebutuhan tersebut. Perilaku nasabah menunjukkan bagaimana seseorang mengambil keputusan guna membelanjakan sumber dayanya, yakni uang, waktu, serta tenaga pada barang atau layanan yang ditawarkan penyedia jasa.<sup>8</sup> Pemasaran dan perilaku nasabah berasal dari konsep pemasaran yang mengemukakan bahwa pokok dari pemasaran mencakup pemenuhan keperluan nasabah, penciptaan nilai, serta mempertahankan nasabah. Perusahaan wajib melakukan produksi barang dan layanan yang sudah tentu akan dibeli atau dipakai oleh nasabah.

---

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 184.

<sup>8</sup> Ni Wayan Ekawati Jeffry Z.C Nelwan, Ni Nyoman Kerti yasa, Putu Gde Sukaatmadja, *Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Di Bank KB Bukopin* (Bandung: Media Sain Indonesia, 2021), 27-29.



Perilaku nasabah selaku dinamika interaksi antara pengaruh dengan kesadaran, lingkungan, serta perilaku di mana manusia saling bertukar aspek-aspek kehidupan, yang mengikutsertakan perasaan dan pemikiran yang dialami dan sikap yang dilakukan dalam proses konsumsi. Perihal itu juga meliputi lingkungan yang memberi pengaruh pada perasaan, pemikiran, serta sikap itu. Perilaku nasabah sangatlah krusial untuk strategi pemasaran, sebab hanya melalui perilaku, penjualan bisa dijalankan serta mendapatkan profit. Tidak sedikit strategi pemasaran yang didesain untuk memberi pengaruh pada afeksi serta kognisi nasabah, tetapi pada akhirnya berujung pada sikap terbuka nasabah yang ber-*value* untuk perusahaan. Afeksi serta kognisi ialah jenis respons psikologis berbeda yang bisa dijalankan oleh nasabah dalam sebuah kondisi. Afeksi mengacu pada respons perasaan, sedangkan kognisi bersumber dari respons mental. Nasabah bisa mempunyai respons afektif atau pun kognitif di tiap komponen roda analisis nasabah-lingkungan maupun perilaku serta situasi. Bahkan pada respons afektif dan kognitif lainnya. Afeksi serta kognisi dihasilkan oleh sistemnya masing-masing. Walaupun dua sistem itu tidaklah sama, keduanya saling berkorelasi serta setiap sistem memberi pengaruh pada yang lainnya. Semua aspek afeksi dan kognisi memiliki peran dalam pengambilan keputusan, termasuk pengetahuan, makna, dan kenyamanan yang berasal dari memori dan fungsi perhatian serta keterlibatan dalam interpretasi informasi baru dalam lingkungan.<sup>9</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Nasabah**

- 1) Faktor eksternal
  - a) Sosial

Ini termasuk faktor dinamis yang berefek signifikan terhadap berubahnya selera serta kebutuhan masyarakat.

---

<sup>9</sup> Jeffry Z.C Nelwan, Ni Nyoman Kerti yasa, Putu Gde Sukaatmadja,29.

b) Produk

Sebuah produk terdiri berbagai karakteristik berwujud dan tidak berwujud, seperti warna, harga, kemasan, reputasi, dan tingkat layanan. Pelanggan mempercayai produsen untuk memenuhi kebutuhan mereka.

c) Harga

Nilai (dalam bentuk uang) yang harus dibayar nasabah untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan disebut sebagai definisi harga. Penetapan harga, yakni termasuk komponen krusial dalam aktivitas bauran pemasaran. Sebab harga ialah penyebab laku atau tidaknya produk serta jasa yang disediakan.

d) Tempat/Lokasi

Lokasi terkait dengan keputusan lokasi perusahaan dalam beroperasi serta penempatan karyawan. Perihal krusial terkait lokasi ialah jenis serta level keterlibatan interaksi.

e) Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong, promosi merupakan strategi yang digunakan untuk mempengaruhi dan membujuk konsumen tentang barang dan jasa baru melalui publikasi, penjualan pribadi, dan periklanan.

f) Kualitas pelayanan

Pelayanan, yakni aktivitas yang bertujuan guna memberi rasa puas pada nasabah melalui pelayanan yang mencukupi keperluannya. Pelayanan yang bagus termasuk syarat kesuksesan pemasaran produk internal perusahaan. Pelayanan ialah metode promosi tidak langsung yang dijalankan oleh bank. Sebab, bila pelayanan yang diberi kepada nasabah bagus, maka nasabah akan merasakan kepuasan serta hasil ini bisa dimanfaatkan sebagai alat guna mencuri hati lebih banyak nasabah.



## 2) Faktor Internal

### a) Motivasi

Motivasi, yakni kondisi dalam diri yang memungkinkan seseorang melakukan tindakan yang memastikan tujuannya tercapai. Motivasi terdiri dari faktor kebutuhan emosional serta fisik, sebagai hasil dari membeli dan memanfaatkan produk.

### b) Sikap dan keyakinan

Sikap, yakni evaluasi atau perasaan terkait sebuah ide atau objek. Sikap membuat individu berpikir terkait suka atau tidaknya pada suatu objek. Sedangkan keyakinan, yakni pikiran individu terkait sesuatu, seperti misalnya produk serta layanan.

### c) Pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan menilai dan memilih dari berbagai pilihan berdasarkan kepentingan tertentu dengan menentukan pilihan yang paling menguntungkan.<sup>10</sup>

## 3. Nisbah Bagi Hasil

### a. Pengertian Nisbah Bagi Hasil

Nisbah ialah persentase tertentu yang disebutkan pada akad kerjasama usaha (mudharabah serta musyarakah) yang sudah disepakati bersama. Menurut Karim, nisbah, yakni persentase pembagian hasil yang mana ialah pengembalian dari kontrak investasi.<sup>11</sup>

Nisbah adalah keuntungan yang diperoleh pengelola dan pemilik modal dari modal tersebut dalam rangka pemberian hak yang semestinya Secara umum, dari penerapan di Lembaga keuangan untuk

---

<sup>10</sup> Ilham Maulana Saud, Iman Teguh, and Peni Nugraheni, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih Ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di D.I.Y)', *InFestasi*, 14.2 (2019), 133 <<https://doi.org/10.21107/infestasi.v14i2.4858>>.

<sup>11</sup> Ismail, Perbankan Syariah, Edisi Pertama; (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011), 97.

menetapkan keuntungan nisbah bagi hasil menggunakan angka persentase.<sup>12</sup>

Nisbah bagi hasil ialah faktor krusial dalam menetapkan bagi hasil di bank syariah. Sebab nisbah ialah komponen yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Sedangkan sistem bagi hasil ialah sistem dimana terjadi ikatan atau perjanjian bersama dalam menjalankan aktivitas usaha.<sup>13</sup>

Nisbah bagi hasil ialah persentase keuntungan yang akan didapatkan *shahibul mal* serta *mudharib* yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan bersama. Bila usaha mengalami kerugian karena risiko bisnis, bukan karena lalainya *mudharib*, maka kerugiannya dibagi berlandaskan porsi modal yang disetor oleh tiap-tiap pihak. Jika semua modal yang ditanam pada usaha *mudharib* milik *shahibul mal*, maka kerugian dari usaha akan dibebankan sepenuhnya pada *sahibul mal*. Maka dari itu, nisbah bagi hasil dikatakan juga sebagai nisbah keuntungan.<sup>14</sup>

Sistem bagi hasil, yakni system dijalankannya ikatan atau perjanjian bersama dalam menjalankan aktivitas usaha antara bank dengan nasabah penerima dana. Jadi, sistem ini dianggap sebagai konsep yang memiliki unsur keadilan, yang mana tidak ada satu pihak yang mendapat keuntungan, sementara pihak lainnya merugi sehingga besarnya bagi hasil yang didapat sangatlah bergantung pada kapabilitas bank dalam menginvestasikan dananya.<sup>15</sup>

Penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditetapkan sesuai dengan kesepakatan bersama

---

<sup>12</sup> Zumrotul Wahidah dan Abdul Mujib, "Nisbah Bagi Hasil Pada Produk Dirham Barokah Perpektif Fatwa No.115/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Mudharabah (Studi Kasus di KSPPS ANDA Boyolali)" Jurnal Az zarqa' Vol. 12, No.115, (2020), 141–162.

<sup>13</sup> Siti Afifah, Ahmad Sobari, and Hilman Hakiem. "Analisis Produk Deposito Mudharabah Dan Penerapannya Pada PT BPRS Amanah Ummah" Jurnal Al-Muzara'ah Vol. 1, No. 2, (2013), 139–60.

<sup>14</sup> Zumrotul Wahidah.

<sup>15</sup> Binti Nur Aisyah, Manajemen Pembiayaan Syariah (Yogyakarta: Kalimedia, 2015),173.

serta wajib adanya kerelaan (An-Tarodhin) di tiap-tiap pihak, tanpa ada pemaksaan. Mekanisme dalam menghitung bagi hasil di perbankan Syariah meliputi dua sistem, yakni: *Profit/ Loos Sharing* serta *Revenue Sharing*.<sup>16</sup>

#### **b. Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil**

Metode perhitungan bagi hasil yang diaplikasikan di dalam perbankan Syariah terdiri dari dua sistem, yaitu:

##### **1. Profit / Loss Sharing**

*Profit Sharing* ialah perhitungan yang berlandaskan pada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dihabiskan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Apabila suatu bank memanfaatkan sistem ini, pembagian hasil yang akan diterima pemilik dana (*shahibul maal*) akan semakin kecil. Situasi ini akan berdampak pada keinginan masyarakat dalam menginvestasikan dananya di bank syariah yang pada prosesnya akan berefek pada turunnya jumlah dana pihak ketiga secara menyeluruh.<sup>17</sup>

Dasar penghitungan dengan sistem ini ialah dihitung dari laba atau rugi usaha. Kedua pihak, akan mendapatkan keuntungan atas hasil usaha mudharib serta akan menanggung kerugian bersama apabila usaha mengalami kerugian.

Dalam contoh tersebut, misalnya total biaya Rp 9.000.000,- maka:

- Bagi hasil yang diterima oleh nasabah adalah Rp 900.000,- ( $90\% \times (10.000.000,- - 9.000.000,-)$ )
- Bagi hasil untuk bank Syariah sebesar Rp 100.000,- ( $10\% \times (10.000.000,- - 9.000.000,-)$ )<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Azizah Rahmawati, Eka Rahma, and Djahratun Syuhada, 'Sistem Operasional Syariah (Bagi Hasil/Profit Sharing)', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.No. 1 (2022), 28.

<sup>17</sup> Muhamad, *Sistem Bagi Hasil Dan Prinsip Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2016),99.

<sup>18</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta: PRANAMEDIA GROUP, 2011),98.

## 2. *Revenue Sharing*

*Revenue sharing* ialah perhitungan yang mengacu pada total pendapatan secara keseluruhan sebelum dikurangi dengan biaya yang sudah dibayarkan guna mendapatkan pendapatan tersebut. Kemungkinan jika bank menerapkan system ini adalah pemilik dana akan memperoleh tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dari tingkat suku bunga pasar saat ini. Akibatnya, pemilik dana akan lebih bersedia berinvestasi di bank syariah dan dana pihak ketiga akan meningkat.

System bagi hasil berdasarkan system *revenue sharing* merupakan system bagi hasil yang diterapkan di dalam Perbankan Syariah Indonesia. Bank Syariah bisa berfungsi sebagai pengatur, maka biaya itu akan ditanggung oleh bank, begitu pun sebaliknya.<sup>19</sup>

Dasar perhitungan memakai *revenue sharing* ialah perhitungan yang dilandasi atas penjualan atau pendapatan kotor atas usaha sebelum dikurangi biaya. Bagi hasil dihitung dengan mengalihkan nisbah yang sudah disetujui dengan pendapatan bruto.

Contoh berikut untuk mempermudah penjelasan.

Nisbah yang sudah ditentukan ialah 10% untuk bank serta 90% untuk nasabah. Dalam bank sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Jika bank syariah mendapatkan pendapatan Rp 10.000.000,-, maka bagi hasil yang diterima oleh bank ialah  $Rp\ 10\% \times Rp\ 10.000.000,- = Rp\ 1.000.000,-$  serta bagi hasil yang diterima oleh nasabah sebesar Rp 9.000.000,-

Secara general, bagi hasil terhadap investasi dana dari masyarakat memanfaatkan *revenue sharing*.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Muhamad, Sistem Bagi Hasil Dan Prinsip Bank Syariah, 99-100.

<sup>20</sup> Ismail, Perbankan Syariah, 97-98.

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Sistem Bunga dan Sistem Bagi Hasil**

Bunga	Bagi Hasil
<p>a. Keputusan tentang bunga dibuat saat waktu akad, dengan asumsi bahwa itu akan selalu menguntungkan.</p> <p>b. Persentase ditentukan oleh jumlah uang/modal yang diinginkan.</p> <p>c. Jika proyek nasabah menguntungkan atau tidak, pembayaran bunga tetap akan dilakukan sesuai kesepakatan.</p> <p>d. Sekalipun laba meningkat atau ekonomi sedang booming, maka jumlah pembayaran bunga tetap sama.</p> <p>e. Banyak agama, termasuk islam, mempermasalahkan adanya eksistensi bunga.</p>	<p>a. Berdasarkan potensi untung dan rugi, maka besarnya nisbah bagi hasil ditentukan pada saat akad.</p> <p>b. Besarnya keuntungan yang diperoleh menentukan nisbah bagi hasil.</p> <p>c. Bagi hasil didasarkan pada seberapa keuntungan kinerja proyek. Jika mengalami kerugian, maka kedua belah pihak akan menanggung kerugian tersebut</p> <p>d. Jika jumlah pendapatan meningkat, maka pembagian laba/keuntungan juga akan meningkat.</p> <p>e. Tidak ada yang meragukan keabsahan sistem bagi hasil.<sup>21</sup></p>

**c. Perhitungan Bagi Hasil**

Perhitungan bagi hasil Simpanan Mudharabah yang memanfaatkan *revenue sharing* ialah hasil yang diperoleh koperasi dari pemberian dana yang perhitungannya didasari oleh total semua pendapatan sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah

<sup>21</sup> Muhamad, Sistem Bagi Hasil Dan Prancing Bank Syariah,98-99.

dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.. Sedangkan sistem *profit sharing* ialah bagi hasil yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya pengelolaan dana. Kedua pihak, baik koperasi ataupun anggota akan mendapatkan keuntungan bersama, begitu pun apabila usaha mengalami kerugian.<sup>22</sup>

Contoh perhitungan bagi hasil pada produk simpanan mudharabah.

**Tabel 2.2**  
**Bagi Hasil di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati**

Jangka Waktu	Bagi Hasil Anggota	Untuk Koperasi
3 bulan	38% /bulan	62% /bulan
6 bulan	46 % /bulan	54% /bulan
12 bulan	48 % /bulan	52% /bulan

Sumber : KSPPS Artha Bahana Syariah Pati

Contoh, jika diketahui:

- Nominal simpanan si A Rp Rp 10.000.000 dengan jangka waktu 3 bulan.
- Jumlah seluruh deposito dikoperasi itu yang memiliki jangka waktu 3 bulan adalah Rp 10.000.000.000,-
- Keuntungan bagi hasil seluruh simpanan yang memiliki jangka waktu 3 bulan Rp 150.000.000,-  
Maka nisbah bagi hasil yang didapatkan adalah:  
Nisbah bagi hasil dengan jangka waktu 3 bulan adalah 38% untuk anggota dan 62% untuk koperasi

$$\frac{Rp\ 10.000.000}{Rp\ 10.000.000.000} \times 38\% \times Rp\ 150.000.000$$

$$= Rp\ 55.000\ \text{untuk anggota}$$

$$\frac{Rp\ 10.000.000}{Rp\ 10.000.000.000} \times 62\% \times Rp\ 150.000.000$$

$$= Rp\ 93.000\ \text{untuk koperasi.}^{23}$$

<sup>22</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*,99.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Hadi Suprpto, Tanggal 21 Januari 2023 di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati



#### d. Faktor yang memengaruhi bagi hasil

Faktor-faktor yang memberi pengaruh pada bagi hasil, yakni

##### a. Faktor langsung

1. *Investment rate* ialah presentasi aktual dana yang ditanamkan dari keseluruhan dana yang didapat LKS. Jika LKS menentukan tingkat investasi 85 persen, artinya 15 persen dari keseluruhan dana ialah sisa dana yang tidak diinvestasikan yang dimanfaatkan guna mencukupi likuiditas.
2. Jumlah dana yang ada guna ditanamkan ialah jumlah dana dari beragam sumber yang ada untuk diinvestasikan. Dana itu bisa dihitung memakai salah satu dari metode ini:
  - a. Rata-rata saldo minimum bulanan
  - b. Rata-rata saldo harian

*Investment rate* dikalikan dengan jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan, akan menghasilkan jumlah dana aktual yang digunakan.
3. Nisbah (*profit sharing ratio*) ialah rasio yang wajib disetujui serta ditetapkan pada awal perjanjian antara pihak nasabah dengan LKS.

##### b. Faktor tidak langsung

1. Penetapan pendapatan serta biaya mudharabah
  - a) LKS serta nasabah menjalankan pembagian pendapatan serta *cost*. Pendapatan yang “dibagikan” ialah pendapatan yang didapat dikurangi dengan *cost*.
  - b) Bila seluruh *cost* ditanggung oleh LKS, maka dikatakan dengan *revenue sharing*.
2. Kebijakan akunting (prinsip serta metode). Bagi hasil secara tidak langsung mendapat dampak dari proses kegiatan yang diimplementasikan, terutama sehubungan dengan kebijakan akuntansi terkait pengakuan pendapatan serta *cost*.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 29.

#### e. Indikator nisbah bagi hasil

Lima karakteristik nisbah keuntungan menurut Karim bisa diamati dengan:

##### a. Persentase

Nisbah bagi hasil wajib disebutkan dalam presentasi bukan dalam nilai nominal rupiah tertentu. Contoh, 70:30, 50:50, 60:40, atau bahkan 99:1. Nisbah *profit* yang diperoleh ditetapkan dengan mengacu pada kesepakatan, bukan mengacu pada porsi setoran modal, kecuali sudah disepakati.<sup>25</sup>

##### b. Berbagi untung serta rugi

Ketetapan di atas ialah akibat dari karakteristik akad *mudharabah*, yang termasuk pada kontrak investasi, (*natural uncertainty contracts*). Pada kontrak ini, pengembalian serta *timing cash flow* bergantung pada performa sektor riilnya. Jika *profit* bisnisnya besar, kedua pihak memperoleh bagian yang besar, dan sebaliknya. Filosofi ini bisa berjalan jika nisbah keuntungan ditetapkan dalam wujud persentase, bukan dalam nominal rupiah tertentu. Jika akad *mudharabah* membuat rugi, pembagiannya bukan mengacu pada nisbah, namun mengacu pada porsi modal setiap pihak. Oleh karena itu, nisbahnya disebut nisbah keuntungan.

##### c. Jaminan

Jaminan yang akan diminta terkait dengan risiko karakter yang dipunyai *mudharib*. Sebab bila kerugian disebabkan oleh buruknya karakter *mudharib*, maka kerugian akan dibebankan ke *mudharib*. Namun, bila kerugian ditimbulkan oleh risiko bisnis, maka *shahibul mal* tidak diizinkan meminta jaminan pada *mudharib*.

##### d. Menentukan besaran nisbah

Besarnya keuntungan ditetapkan dengan mengacu pada kesepakatan diawal oleh tiap-tiap pihak yang berkontrak. Oleh karenanya, besarnya

---

<sup>25</sup> Adiwarmar Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004),194.

nisbah ialah hasil tawar-menawar atau kesepakatan antara *shahibul mal* dengan *mudharib*.

e. Cara menyelesaikan kerugian

Kerugian akan ditanggung dari *profit* terlebih dahulu karena keuntungan itu melindungi modal. Bila kerugian lebih besar dari *profit*, maka akan diambilkan dari pokok modal.<sup>26</sup>

#### 4. Peran Tokoh Agama

##### a. Pengertian Peran

Peran ialah acuan yang memberi batasan atas tindakan yang harus dijalankan oleh individu yang menduduki sebuah posisi, jika berlawanan bisa memunculkan konflik peran. Perihal itu terjadi jika harapan yang diduduki tidak sesuai dengan semestinya.<sup>27</sup>

Secara sosiologi, peranan ialah aspek dinamis berwujud perilaku yang dijalankan oleh individu yang menduduki sebuah posisi serta menjalankan hak-hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya. Bila peran dijalankan dengan baik, dengan sendirinya berharap bahwa apa yang dilakukan sesuai dengan keinginan diri serta lingkungannya. Peran secara general ialah kehadiran di dalam menetapkan proses keberlangsungan. Peranan, yakni dinamisasi dari statis maupun pemakaian dari pihak serta kewajiban atau disebut subjektif.<sup>28</sup>

Peran juga bisa dikatakan orientasi serta konsep dari komponen yang dijalankan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial. Dengan peran itu, sang pelaku, baik individu atau kolektif akan bertindak sesuai dengan harapan orang maupun lingkungannya. Peran juga dikatakan sebagai tuntutan yang diberikan secara *structural* (norma-norma, ekspektasi, tanggung jawab,

<sup>26</sup> Adiwarmar Karim, Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan,198.

<sup>27</sup> Edy Suhardono, Peran: Konsep, Derivasi, Dan Implikasinya (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994),14.

<sup>28</sup> Budi Sulistyowati end Soejarno Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002),242.

tabu, dan lainnya). Dimana di dalamnya ada rangkaian *pressure* serta kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan *men-support* fungsinya dalam melakukan pengorganisasian. Peran ialah seperangkat tindakan kolektif, baik kecil atau pun besar, yang seluruhnya melakukan peran.

Pada hakikatnya, peran juga bisa dirumuskan sebagai sebuah rentetan tindakan tertentu yang muncul karena suatu jabatan tertentu. Kepribadian individu juga memberi pengaruh terkait bagaimana peran itu wajib dilaksanakan. Peran yang dimainkan pimpinan tingkat atas, menengah, atau pun bawah akan memiliki peran yang sama.<sup>29</sup>

#### **b. Pengertian Tokoh Agama**

Tokoh, yakni orang yang sukses di bidangnya, dalam hal ini kelebihan serta keunggulan di bidang keagamaan. Sebab karisma serta wibawanya besar, sebagai panutan spiritual, serta pimpinan masyarakat.

Tokoh agama ialah barisan paling depan dalam kehidupan bermasyarakat. Sebab, sebagai tempat bertanya, orang mendatanginya bukan sekadar mencari jawaban atas *problem* hukum agama dalam artian yang sempit saja, namun juga guna mendapatkan jawaban *problem solving* kehidupan sehari-hari mereka. Baik guna kepentingan diri sendiri atau pun kehidupan bermasyarakat. Jadi, tidaklah membuat heran bila tokoh agama menempati posisi terhormat serta disegani di tengah-tengah masyarakat muslim.<sup>30</sup>

Tokoh agama adalah seseorang yang terkemuka yang paham betul tentang *problem* agama. Selain itu, bisa juga didefinisikan sebagai seseorang yang menjadi *figure* atau *role model* di kehidupan masyarakat. Tokoh agama juga diartikan sebagai individu yang punya kedudukan serta peran yang krusial dalam kehidupan

---

<sup>29</sup> Syaron Brigitte Lantaeda, Florence Daicy J. Lengkong, and Joorie M Ruru, 'Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Penyusunan Rpjmd Kota Tomohon', *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 04.048 (2002), 243.

<sup>30</sup> Nourouzzaman Shiddiqi, *Jeram Jeram Peradaban Muslim* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), 159.

beragama di masyarakat. Mereka dapat disebut sebagai tokoh agama karena mempunyai karakteristik khas serta bisa diamati dari kesehariannya di masyarakat, seperti guru agama, pimpinan komunitas atau organisasi keagamaan, pengurus tempat ibadah, penyuluh agama atau pun pimpinan di tempat ibadahnya.<sup>31</sup>

Selain itu, jika dilihat berdasarkan *point of view* masyarakat islam, tokoh agama ialah individu yang mempunyai ilmu agama plus amal serta akhlak yang sinkron dengan ilmunya.<sup>32</sup> Bertentangan dengan Muh Ali Azizi yang mengartikan tokoh agama sebagai individu yang menjalankan dakwah, baik lisan atau tertulis, juga berbuat baik secara individu, kelompok, maupun berwujud organisasi atau lembaga.<sup>33</sup>

Tokoh agama dapat dijadikan panutan dalam kehidupan beragama yang mempunyai pengaruh sehingga orang lain bisa melaksanakan perintah Tuhan. Keberadaan mereka dalam kehidupan bermasyarakat, terkhusus ber-muamalah atau berekonomi secara Syariah, sangatlah membantu dalam melakukan perubahan atas pemahaman masyarakat atas sistem perekonomian Syariah, khususnya pemanfaatan produk perbankan Syariah, yang dalam hal ini tabungan mudharabah.<sup>34</sup>

Adapun tokoh agama pada penelitian ini ialah individu yang mempunyai kelebihan ilmu agama yang menjadi pemimpin dalam masyarakat guna memberi pengarahan terkait transaksi di LKS yang sinkron dengan prinsip islam. Tokoh agama yang dimaksud ialah pengurus DPS di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati, yakni Bapak H. Ahmad Manhajussidad Shonhaji,

---

<sup>31</sup> Teddy Dyatmika, *Peran Tokoh Agama*, 6.

<sup>32</sup> Saiful Akhyar Lubis, *Konseling Islami Kyai Dan Pesantren* (Yogyakarta: eISAQ Press, 2007), 169.

<sup>33</sup> Muh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 75.

<sup>34</sup> Rafuddin and Sri Wahyuningsih, 'Persepsi Tokoh Agama Terhadap System Profit Sharing Mudharabah Dalam Perbankan Syari'ah Di Kota Bima', *ESA: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1.No. 2 (2018), 205–26.

Lc., MSI selaku Wakil Rois Syuriah PCNU Pati, Wakil Ketua MUI Pati, Anggota FKUB Pati. yang memiliki peran besar dalam menarik masyarakat untuk menabung.

### c. Peran Tokoh Agama

Peran ialah komponen dinamis status Bila individu menjalankan hak serta kewajibannya sesuai dengan statusnya, maka dia melaksanakan sebuah peran.<sup>35</sup> Tokoh agama memiliki peran krusial di masyarakat, sebagai *figure* yang bisa dijadikan panutan oleh masyarakat. Maksudnya ialah individu yang diakui oleh masyarakat dalam lingkungan karena ia tekun beribadah kepada Allah SWT, tahu ajaran agama serta mengamalkannya, aktif memberi pembinaan masyarakat terkait *problem* kehidupan, serta memimpin masyarakat dalam aktivitas keagamaan. Maksud memimpin ialah tokoh agama bisa mengubah masyarakat menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Contohnya mengubah keseharian masyarakat di bidang sosial yang lebih mengedepankan nilai-nilai norma agama maupun lebih banyak menjalankan aktivitas yang mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Tokoh Agama mempunyai pengaruh yang begitu besar di masyarakat. Semua keputusan, baik sosial, hukum, ekonomi, agama atau pun politik wajib sejalan dengan anjuran para tokoh agama. Peran mereka begitu diperlukan, terutama guna menekan angka perekonomian di Indonesia.

Tokoh agama, yakni *figure* yang bisa menjadi teladan serta bisa membimbing. Apa yang dilakukannya pastilah akan diikuti oleh pengikutnya dengan taat. Kemunculan mereka sering disebut Ulama. Masyarakat lalu meyakini serta mempercayai tokoh agama itu sendiri. Keyakinan tersebut beragam wujudnya. Ada yang sekadar mempunyai keyakinan bahwa mereka hanya individu yang menjadi tempat bertanya serta berdiskusi terkait agama sampai dengan

---

<sup>35</sup> Soejarno Soekanto, *Teori Peranan* (Jakarta: Bumi Aksara),243.



individu yang meyakini mereka ialah seseorang yang penting dalam mengambil keputusan di hidupnya.<sup>36</sup>

Secara sosiologis, tugas-tugas utama tokoh agama ialah:

- a) Memberi kerangka pokok yang jelas yang bisa menjadi pegangan untuk para pengikutnya. Adanya kerangka pokok itu, membuat skala prioritas tentang keputusan yang perlu diambil untuk mengatasi *problem* yang dihadapi (sifatnya nyata atau pun potensial) bisa disusun. Jika muncul perlawanan, kerangka pokok itu bisa dimanfaatkan sebagai panduan guna merampungkan sengketa yang terjadi
- b) Mengendalikan, mengawasi, dan menyalurkan tindakan masyarakat yang dipimpinnya.
- c) Berperilaku sebagai wakil kelompok kepada dunia di luar kelompok yang dipimpinnya.<sup>37</sup>

#### **d. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tokoh Agama**

Tokoh agama Islam ialah pemimpin yang memberikan teladan bagi masyarakat dalam upaya membimbing dan mengarahkan dalam rangka menjalankan ajaran-ajaran agama Islam sejalan dengan syariat Islam yang *Kaffah* (menyeluruh). Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi tokoh agama:

##### 1. Faktor internal

Bisa berwujud kewibawaan, kapabilitas, kuat serta bersihnya motivasi tokoh agama.

##### 2. Faktor Eksternal

Bisa berwujud adanya dukungan solidaritas struktur. Gerakan tokoh agama yang solid akan memberi *support* yang begitu masif untuk tiap-tiap aktivis guna mempunyai daya tahan di dalam perjuangan. Struktur gerakan tokoh agama yang solid akan memunculkan suasana nyaman serta melegakan seluruh aktivis. Suasana kerja menjadi kondusif serta terbantu karena terdapat kekukuhan struktur. Selan itu, terdapat interaksi lebih di mana

---

<sup>36</sup> Weny Ekaswati, *Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kyai Naskah Publikasi* (Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia), 2006),7.

<sup>37</sup> Soejarno Soekanto, *Teori Peranan*, 256.

perilaku individu diubah oleh tingkah laku yang lain. Di dalam interaksi sosial ini terjadilah proses belajar mengajar antar manusia, yang mana dalam proses dakwah ialah awal yang fundamental untuk suksesnya dakwah tersebut.<sup>38</sup>

#### e. Indikator Tokoh Agama

##### 1. Kemampuan Keahlian

Keahlian membimbing tentang agama Islam ialah syarat absolut, karena bila yang bersangkutan tidak menguasainya, maka sasaran dari bimbingannya tidak akan terwujud. Keahlian ini erat kaitannya dengan *problem* yang ditemui.

##### 2. Sifat Kepribadian Yang Baik (Akhlaqut- Karimah)

Keberhasilan pengajaran agama islam tergantung pada sifat kepribadian para pemimpin agama. Sifat-sifat yang baik tersebut di antaranya:

###### a) Siddiq (jujur atau benar)

Seorang tokoh agama wajib memiliki sifat ini, yakni cinta kepada kebenaran serta hanya berkata sesuatu yang memang benar .

###### b) Amanah (bisa dipercaya)

Seorang tokoh agama wajib bisa dipercaya. Ini berarti mau serta bisa menjaga rahasia individu yang dibimbingnya.

###### c) Tabligh (menyampaikan)

Apabila memiliki ilmu, dia mau menyampaikan ilmunya itu dengan orang lain. Jika dimintai nasihat, dia mau memberikannya sesuai pada kapabilitas yang dipunyainya.

###### d) Fatonah (cerdas)

Tokoh agama wajib punya kapabilitas serta kecerdasan yang mumpuni, termasuk sifat kreatif, inovatif, cepat mengambil keputusan serta tanggap, dan sebagainya. Wawasan serta keterampilan yang luas dibutuhkan guna mampu melakukan bimbingan dengan baik.

---

<sup>38</sup> Samsul; Hemawati Neliwati; Rizal, 'Peranan Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Motivasi Pelaksanaan Keagamaan Masyarakat', *Geneologi PAI*, 9.01 (2022), 464–475.

- e) Mukhlis (ikhlas)  
Tokoh agama wajib ikhlas saat melaksanakan tugasnya jika ingin memperoleh ridha Allah.
  - f) Sabar  
Tokoh agama wajib mempunyai sifat sabar. Menahan diri dari perasaan cemas dan emosional, diikuti dengan menahan lisan dan perilaku yang tidak diinginkan.
  - g) Tawadhu' (rendah hati, tidak sombong)  
Tokoh agama wajib punya sifat rendah hati, tidak sombong dengan kedudukannya atau pun ilmunya, dan sebagainya.
  - h) Saleh  
Tokoh agama wajib memiliki sifat saleh. Sebab kesalahannya akan memudahkannya menjalankan tugasnya.
  - i) Adil  
Tokoh agama wajib memiliki sifat dan bertindak adil. Artinya bisa mengatasi *problem* dan sesuai dengan situasi serta keadaan secara proporsional.
  - j) Bisa mengendalikan diri  
Tokoh agama wajib mempunyai kapabilitas kuat dalam menahan diri dan mengawasi kehormatan dirinya serta yang dibimbing.
3. Kemampuan Kemasyarakatan (Hubungan Sosial)  
Tokoh agama wajib mempunyai kapabilitas membangun hubungan kemanusiaan atau social (ukhuwah Islamiyah) yang tinggi.
  4. Ketakwaan Kepada Allah  
Ketakwaan ialah syarat dari semua syarat yang wajib dipunyai, sebab ketakwaan ialah sifat yang paling baik.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Aunur Rahim Faqih, *Bimbingan Dan Konseling Dalam Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2001),46-52.

## 5. Keamanan

### a. Pengertian Keamanan

Aman memiliki arti bebas dari gangguan, ancaman bahaya, serta terlindung/terhindar dari rasa takut. Faktor yang termasuk dalam pertimbangan nasabah dalam memilih bank ialah keamanan. Nasabah menabung maupun menyimpan barang-barang berharga di bank karena keperluan akan rasa aman. Maka dari itu, keamanan menjadi faktor dalam menilai mutu layanan. Keamanan juga meliputi keamanan untuk nasabah saat berada di lingkungan bank. Uang serta barang yang dibawa ketika datang ke bank aman dari hal kriminal. Jadi, keamanan di lingkungan bank penting untuk dijaga.

Keamanan berkaitan juga dengan keamanan dana yang disimpan di bank. Nasabah akan merasa aman bila bank tidak berperilaku menyeleweng atas dana simpanan nasabah serta terdapat jaminan keamanan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).<sup>40</sup>

Kebutuhan akan rasa aman ialah level kedua setelah kebutuhan dasar, yang termasuk dalam keperluan perlindungan keamanan bagi fisik manusia. Contohnya seperti manusia perlu dilindungi dari ancaman kriminalitas sehingga mereka dapat tetap hidup dengan rasa aman serta nyaman saat berada di rumah atau pun di luar. Rasa aman secara fisik akan mengakibatkan didapatkannya rasa aman secara psikis. Sebab konsumen tidak akan merasa was-was serta khawatir dan terancam jiwanya kapan pun dan di mana pun dia berada.

Nasabah dalam menabung menjumpai ketidakpastian, baik spekulatif atau pun murni yang selalu mengakibatkan kerugian. Ketidakpastian ini disebut dengan risiko. Aman artinya bebas dari bahaya, ancaman, bebas dari rasa takut, serta terlindungi. Rasa aman sendiri ialah keadaan di mana individu mengalami perasaan bebas dari risiko serta cedera fisik.

---

<sup>40</sup> Tatik Suryani, Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global, 203.

Merasakan tentram serta berada pada keadaan yang aman.

Menurut Parasuraman, *assurance*, dimensi perwujudan jaminan rasa aman ialah wawasan, sopan, ramah, serta sifat bisa dipercaya dari kontak personal guna menghapus sifat keraguan konsumen dan merasa terbebas dari marabahaya.<sup>41</sup>

#### **b. Bentuk Keamanan**

Bentuk keamanan dana anggota termasuk upaya pemberian keamanan pada dana anggota yang dititipkan kepada koperasi. Semua dana anggota simpanan yang dititipkan pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati diatur pemeliharannya dengan aturan:<sup>42</sup>

1. Dana dari rekening tabungan anggota disimpan dalam brankas dengan kode kunci yang hanya boleh diketahui oleh manajer cabang dan kasir. Kode diubah setiap kali ada pergantian pemegangan kunci.
2. Brankas di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Brankas Kecil

Brankas kecil yaitu brankas yang ukurannya lebih kecil dari brankas besar, berada di bawah kendali kasir. Ketentuan brankas kecil yang pertama adalah hanya dapat menyimpan uang tunai Rp 50.000.000 dalam satu waktu. Jika melebihi nominal tersebut, perlu disimpan dengan manajer cabang. Buku brankas harus ada dan diisi admin. Terakhir manajer cabang yang juga admin, bertanggungjawab atas uang di brankas kecil jika admin tidak bekerja.

- b. Brankas Besar

Brankas besar ialah tanggung jawab dari manajer cabang. Ketentuan terkait brankas besar ialah pertama, untuk buku brankas tersedia dan

---

<sup>41</sup> Abdul Hadi Sukmana, Muhammad Rido, Analisis Pengaruh Promosi Dan Jaminan Rasa Aman Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Bank NTB Syariah Mataram, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1, (2022),41-50.

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Joko Slamet Selaku Manajer Cabang Pati, Tanggal 14 Januari 2023 di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati

diisi oleh manajer cabang. Kedua, bagian administrasi hanya melakukan konfirmasi dengan kantor pusat untuk melakukan pengaturan kas, jika manajer cabang tidak ada dan uangnya ada di brankas kecil. Kas kasir harus dikirim ke kantor pusat melalui transfer atau setor tunai setelah penutupan, dan kantor pusat wajib mendapatkan pemberitahuan.

3. Menggunakan *cash box* sebagai tempat menyimpan uang tunai adalah cara lain untuk mengamankannya. Dengan perincian, ada tiga jenis *cash box* kantor:
  - a. Satu *cash box* untuk manajer cabang yang ada kode kombinasi kunci;
  - b. Satu *cash box* untuk administrasi yang memerlukan kombinasi kunci
  - c. Satu *cash box* lama untuk kasir

Selain aturan serta ketentuan yang ada, pengelola KSPPS Artha Bahana Syariah Pati juga menjalankan upaya pemeliharaan dana simpanan anggota dengan penjelasan:

- 1) Kasir

Kasir harus memverifikasi dan menghitung uang yang admin berikan dari brankas kecil baik sebelum kegiatan operasional (transaksi awal hari) maupun sesudahnya (transaksi akhir hari). Kasir memeriksa dan menghitung sejumlah uang Bersama dengan sedikit rincian administrasi untuk membuat penyesuaian antara catatan dengan uang yang sebenarnya.

Kasir mencatat setiap transaksi pada system, beserta slip setoran dan penarikan, buku tabungan, serta mutase kas harian kasir, sekaligus menyimpan uang di laci tertutup selama aktivitas operasional.<sup>43</sup>

- 2) Admin

Untuk pemeliharaan keuangan, admin harus menghitung, mencatat, dan memeriksa uang tunai

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Bapak Joko Slamet Selaku Manajer Cabang Pati, Tanggal 14 Januari 2023 di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati



dari brankas kecil sebelum diberikan ke kasir untuk persediaan kas atau transaksi kas hari itu. Selain itu, admin menghitung ulang uang tunai dari transaksi hari itu yang akan dimasukkan kembali kedalam brankas kecil.

Laporan harian yang sistematis yang diberikan oleh admin kepada manajer cabang dan kantor perusahaan juga mencakup laporan transaksi keuangan yang masuk atau keluar. Hal ini dilakukan dalam rangka memberikan informasi kepada manajer cabang dan pusat bisa mengetahui kualitas kolektibilitas pada hari tersebut.

### 3) Marketing

Dengan prinsip kehati-hatian dalam menyalurkan pembiayaan, marketing KSPPS Artha Bahana Syariah Pati menjaga saldo simpanan anggota. KSPPS Artha Bahana Syariah Pati menerapkan prinsip kehati-hatian yang dilakukan oleh marketing dalam penyaluran dana dengan melakukan analisis pembiayaan yang meliputi evaluasi karakter calon penerima pembiayaan (seperti jujurkah calon penerima pembiayaan), kemampuan membayar calon penerima pembiayaan (dilihat dari pendapatan perbulan), dan jaminan pembiayaan.

### 4) Manajer Cabang

Manajer cabang KSPPS Artha Bahana Syariah Pati mengawasi seluruh operasional kantor, termasuk pemeliharaan dana dan simpanan anggota, dengan menerapkan aturan yang mewajibkan simpanan dana anggota pada bank yang sah, khususnya Bank BRI dan Bank Mandiri. Penyetoran dilakukan dengan pihak ketiga dalam upaya mengamankan dana.<sup>44</sup>

## c. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keamanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keamanan, yakni

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak Joko Slamet Selaku Manajer Cabang Pati, Tanggal 14 Januari 2023 di KSPPS Artha Bahana Syariah Pati

1. Faktor hubungan individu

Sebagai makhluk *social*, manusia memiliki dorongan berinteraksi dengan orang lain dikesehariannya sampai dengan akhir hidupnya. Di mana efek dari hubungan ini akan memberi hasil positif terhadap keperluan psikologis baik positif atau negatif.

2. Faktor lingkungan

Perihal ini memiliki peran yang tidak kecil terhadap individu. Sebab selama hidupnya, melakukan interaksi dengan banyak orang serta juga adat istiadat yang berlaku, termasuk kebiasaan dan peran dari tiap-tiap individu dalam masyarakat.<sup>45</sup>

#### d. Indikator Keamanan

Indikator keamanan mencakup:

1. Jaminan rasa aman

Teknologi informasi yang digunakan dilindungi dengan baik. Bank menawarkan perlindungan berupa fitur keamanan yang terhubung dengan ATM, seperti PIN atau jaminan keamanan lainnya, untuk menangkal ancaman dari pihak yang ceroboh.

2. Bersifat pribadi dan kerahasiaan

Dalam situasi ini, menjaga kerahasiaan data dan informasi agar pihak lain tidak dapat mengaksesnya berada dalam tekanan. Sementara itu, privasi data pribadi lebih ditekankan. Misalnya, informasi tentang data nasabah perbankan.

3. Integritas

Keamanan data dan informasi menjadi prioritas utama dalam topik ini sehingga tidak dapat diakses tanpa persetujuan pemilik.

4. Autentikasi

Fokus masalah ini adalah pada rasionalitas data atau informasi, termasuk pihak yang memberikan data maupun mengaksesnya, yaitu

---

<sup>45</sup> Ardianto Kusuma, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Website Tokopedia', *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, Vol. 3, No. 1, (2020), 1-22.

pihak yang berwenang untuk melakukannya atau yang merupakan pemilik yang sah.

5. Ketersediaan

Perihal ini terkait dengan pengadaan informasi saat diperlukan. Misalnya kesiapan sarana, seperti modal, tenaga, serta anggaran yang bisa dipakai atau dioperasikan dalam periode yang sudah ditetapkan.<sup>46</sup>

**B. Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.3**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti dan Judul</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Zasza Daniel, Muhlis Ruslan, I Nyoman Mariantha “Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah” <sup>47</sup>	Jenis penelitian kuantitatif, pengambilan data keusioner sebanyak 40 responden, dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan <i>software SPSS</i>	Sistem bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan Syariah tabungan mudharabah	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Variabel x (bagi hasil), dan variabel y hampir sama yaitu berfokus pada keputusan.	Peneliti menambahkan variabel bebas yaitu: tokoh agama dan keamanan yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya. Dan juga pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan penggunaan jasa perbankan Syariah

<sup>46</sup> Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa Edisi I (Malang: Banyumedia Publishing, 2005),174.

<sup>47</sup> Zasza Daniel, Muhlis Ruslan, and I Nyoman Mariantha, ‘Pengaruh Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah’,148-149.

				tabungan mudharabah
Devia Almeyda dan Clarashinta Canggih “Pengaruh Kepercayaan, Nisbah Bagi Hasil dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito iB.” <sup>48</sup>	Jenis penelitian kuantitatif, pengambilan data keusioner sebanyak 105 responden, dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan <i>software SPSS</i>	Nisbah Bagi Hasil tidak berpengaruh dalam keputusan pemilihan produk deposito Bank Umum Syariah.	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Variabel x (Nisbah bagi hasil), dan variabel y hampir sama yaitu berfokus pada keputusan.	Peneliti menambahkan variabel bebas yaitu: tokoh agama dan keamanan yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya. Dan juga pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan menabung simpanan mudharabah
Sissah, Muhammad Subhan, Willy Susanto “Pengaruh Kyai Terhadap Keputusan Menabung Santri di BMT Nurul iman (Pondok Pesantren Nurul Iman desa Muaro	Jenis penelitian kuantitatif, pengambilan data keusioner sebanyak 85 responden, dianalisis menggunakan Teknik statistic	Kyai berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di BMT Nurul Iman	Membahas mengenai tokoh agama yaitu Kyai dan memiliki variabel bebas yang sama yaitu keputusan menabung.	Peneliti menambahkan variabel bebas yaitu: bagi hasil dan keamanan yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya. Dan juga perbedaan terdapat pada lokasi

<sup>48</sup> Devia Almeyda dan Clarashinta Canggih, “Pengaruh Kepercayaan, Nisbah Bagi Hasil Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito IB”, 129-138.

Sebapo Muaro Jambi) <sup>49</sup>				penelitiannya
Emila Shiliha “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Islam (BSI) Cabang Lahat” <sup>50</sup>	Jenis penelitian kuantitatif, pengambilan data keusioner sebanyak 120 responden, dianalisis menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank NTB Syariah Cabang Lahat	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Dan sama-sama menggunakan Variabel Keamanan.	Peneliti menambahkan variabel bebas yaitu: tokoh agama dan bagi hasil yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya. Dan juga pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan memilih tabungan mudharabah

<sup>49</sup> Sissah, Subhan, and Susanto, Pengaruh Kyai Terhadap Minat Menabung Santri Di BMT Nurul Iman (Studi Pondok Pesantren Nurul Iman Desa Muaro Sebapo Muaro Jambi), 14-27.

<sup>50</sup> Emila Shiliha, ‘Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Islam (Bsi) Cabang Lahat’, 15-24.

<p>Yuliati dan Ignatus Soni Kurniawan “Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur”<sup>51</sup></p>	<p>Jenis penelitian kuantitatif, pengambilan data keusioner sebanyak 132 responden, dianalisis menggunakan metode <i>convenience sampling</i></p>	<p>Jaminan Rasa Aman tidak berpengaruh terhadap minat menabung Pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur</p>	<p>Sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Variabel x (Keamanan).</p>	<p>Peneliti menambahkan variabel bebas yaitu: tokoh agama dan bagi hasil yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya. Dan juga pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan memilih tabungan mudharabah</p>
---	---	---	---	--

**C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir, yakni model konseptual terkait bagaimana teori berkorelasi dengan beragam faktor yang sudah didefinisikan sebagai hal yang krusial. Maka dari itu, kerangka berpikir ialah pemahaman yang menjadi landasan pemahaman-pemahaman lainnya, yang menjadi pondasi bagi proses keseluruhan dari penelitian yang akan dijalankan.<sup>52</sup>

Permasalahan yang terjadi di sebuah Lembaga keuangan Syariah (LKS) salah satunya di Koperasi yang mengalami gagal bayar yang disebabkan oleh anggota tidak bisa memenuhi kewajibannya berdasarkan dengan akad utang piutang yang diciptakannya. Selain itu peristiwa gagal bayar juga diakibatkan oleh tingginya tingkat bagi hasil yang dijanjikan

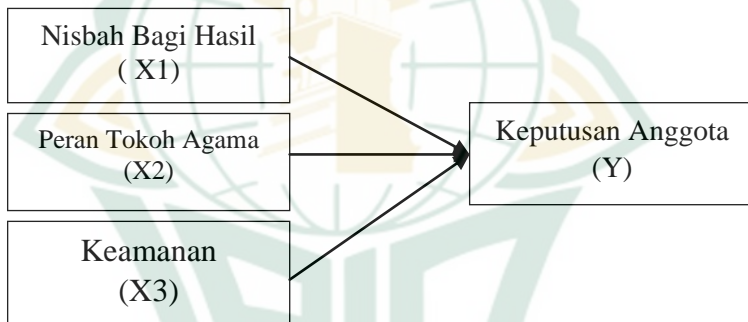
<sup>51</sup> Yuliyati and Kurniawan, ‘Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur’, 29–42.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2011),60.



kepada anggota. Adapun konsekuensi yang harus dilakukan koperasi adalah koperasi bertanggung jawab mengembalikan simpanan yang berwujud tabungan atau simpanan berjangka kepemilikan anggota atau calon anggota sekalipun koperasi mengalami kerugian. Meski demikian, para pengurus koperasi tetap menjalin hubungan baik antar anggota. Di sisi lain, anggota koperasi juga diharapkan tetap mengusahakan untuk menjalankan kewajibannya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu nisbah bagi hasil, tokoh agama, dan keamanan. Sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah keputusan anggota. Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Didalam penelitian terdapat hipotesis, yakni ramalan sementara tentang sebuah hal yang sengaja dibuat, yang bermaksud guna menjelaskan suatu hal yang akan dibuktikan keasliannya.<sup>53</sup> Disebut dengan ramalan temporer karena jawaban yang diberi ialah jawaban yang diperoleh dari rumusan dalam teori yang mempunyai kaitan dengan penelitian serta belum diujikan dalam realitas empiris dengan menjalankan penghimpunan data. Hipotesisi juga dikatakan jawaban teoritis yang diberi guna menjawab rumusan masalah, belum termasuk pada jawaban empiris.<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Sudjana, *Metode Statistika*, (Bandung: Tarsito, 2002),219.

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008),64.

Hipotesis pun diartikan dengan sekumpulan jawaban teoritis yang memiliki sifat temporer pada sebuah penelitian.<sup>55</sup> Selaras dengan kerangka berpikir di atas serta hasil penelitian terdahulu, hipotesis yang dibuat ialah:

1. Pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan anggota.

Nisbah bagi hasil ialah persentase keuntungan yang akan diperoleh *shahibul mal* dan *mudharib* yang ditentukan berdasarkan kesepakatan antara keduanya. Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil di bank syariah, karena aspek nisbah merupakan aspek yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi.<sup>56</sup>

Dalam menjalankan operasinya, bank syariah tidak mengenal konsep bunga uang dan tidak mengenal peminjaman uang tetapi yang ada adalah kemitraan kerjasama (*mudharabah*) dengan prinsip bagi hasil, sementara peminjaman uang hanya dimungkinkan untuk tujuan sosial tanpa adanya imbalan apapun. Sehingga dalam operasinya dikenal beberapa produk bank syariah antara lain produk yang menerapkan sistem bagi hasil dengan prinsip *mudharabah* dilakukan dengan menyepakati nisbah atau persentase bagi hasil atas keuntungan yang akan diperoleh sedangkan kerugian yang timbul menjadi resiko pemilik dana (*shahibul maal*) sepanjang tidak ada bukti bahwa pihak pengelola (*mudharib*) tidak melakukan kecurangan.

Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasil saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Muhammad, Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif (Jakarta: Rajawali Press, 2008),76.

<sup>56</sup> Zumrotul Wahidah.

<sup>57</sup> Zasza Daniel, Muhlis Ruslan, and I Nyoman Mariantha.

Bank harus menetapkan bagi hasil yang menguntungkan bagi semua pihak, sehingga bisa menjadi pertimbangan nasabah dalam menempatkan dananya di Lembaga keuangan terutama di bank syariah. Keuntungan yang diharapkan nasabah dari bank syariah bukan hanya keuntungan berdasarkan nominal namun juga keuntungan moril, karena bagi hasil merupakan sumber pendapatan yang berdasarkan tuntutan Syariah dan bebas riba. Jika suatu bank syariah belum menetapkan keuntungan bagi hasil yang menguntungkan maka nasabah akan beralih ke bank konvensional, dan menyebabkan perkembangan Bank Syariah Indonesia akan terhambat karena tidak mendapat dukungan masyarakat.<sup>58</sup>

Menurut penelitian Zasza Daniel dkk, yaitu “Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah” menyimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan baik langsung atau tidak langsung terhadap (keputusan nasabah) antara bagi hasil dengan keputusan penggunaan jasa perbankan Syariah tabungan mudharabah.<sup>59</sup> Sedangkan menurut penelitian Devia Almeyda dan Clarashinta, Nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan Deposito iB.<sup>60</sup>

$H_a$  : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Nisbah Bagi Hasil Terhadap keputusan anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.

$H_o$  : Tidak ada Pengaruh Positif dan Signifikan antara Nisbah Bagi Hasil Terhadap keputusan anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.

2. Pengaruh peran tokoh agama terhadap keputusan anggota  
Tokoh agama adalah seseorang yang terkemuka yang paham betul terkait permasalahan agama.<sup>61</sup> Keberadaan tokoh agama dalam kehidupan bermasyarakat khususnya ber-muamalah atau berekonomi secara Syariah

---

<sup>58</sup> Salman Alfarisi, “Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Nasabah Dalam Memilih Tabungan Akad Mudharabah PT. Bank Syariah Indonesia”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2 (2022), 87

<sup>59</sup> Zasza Daniel, Muhlis Ruslan, and I Nyoman Mariantha.

<sup>60</sup> Almeyda and Canggih.

<sup>61</sup> Teddy Dyatmika, Peran Tokoh Agama,6.

akan sangat membantu dalam mengubah pemahaman masyarakat akan sistem perekonomian Syariah khususnya penggunaan produk perbankan Syariah dalam hal ini tabungan mudharabah.<sup>62</sup>

Peran para tokoh agama dalam mensosialisasikan produk-produk perbankan Syariah dinilai momentum. Padahal peran mereka sangat sentral untuk menyakinkan masyarakat untuk beralih pada produk-produk perbankan Syariah salah satunya adalah produk berakad *mudharabah*. Selain itu, jika digantung tokoh agama secara intens, maka kedua belah pihak bisa salingmelengkapi dalam konteks aplikasi *mudharabah*.<sup>63</sup>

Menurut penelitian Rachmad Sugeng dkk, memperoleh hasil bahwa Kyai berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung santri.

H<sub>a</sub> : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Peran Tokoh Agama Terhadap keputusan anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.

H<sub>o</sub> : Tidak ada Pengaruh Positif dan Signifikan antara Peran Tokoh Agama Terhadap keputusan anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.

### 3. Pengaruh keamanan terhadap keputusan anggota

Keamanan berhubungan dengan keamanan dana yang disimpan di bank. Nasabah akan merasa aman bila bank tidak melakukan penyelewengan atas dana simpanan mereka. Nasabah menabung atau menyimpan barang-barang berharganya di bank karena keperluan akan rasa aman. Maka dari itu, keamanan menjadi faktor yang krusial; dalam menilai kualitas layanan. Keamanan dalam menabung ialah perihal yang krusial dari sudut pandang nasabah karena adanya keamanan yang memberi jaminan,

---

<sup>62</sup> Rafuddin dan Sri Wahyuningsih, 'Persepsi Tokoh Agama Terhadap System Profit Sharing Mudharabah Dalam Perbankan Syari'ah Di Kota Bima', ESA: *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1, No. 2, (2018), 214.

<sup>63</sup> Rafuddin and Wahyuningsih,224.

menimbulkan rasa percaya atas uang yang mereka simpan atau tanamkan di bank.<sup>64</sup>

Layanan yang memiliki jaminan pada keamanannya akan memberi kenyamanan untuk pemakaian dalam bertransaksi. Bila layanan terjamin keamanannya, maka mutu layanan akan baik, begitu pun sebaliknya. Mutu layanan yang baik akan memberi keamanan yang membuat nasabah nyaman sehingga mereka tidak khawatir dalam bertransaksi dengan layanan yang tersedia, begitu pula sebaliknya.<sup>65</sup>

Menurut penelitian Emila Shiliha, kemanan secara baik secara parsial serta simultan memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Islam (BSI) Cabang Lahat. Sedangkan penelitian Yuliati, mengemukakan bahwa keamanan tidaklah berpengaruh terhadap keputusan menabung pada nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur.

- H<sub>a</sub> : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Keamanan Terhadap keputusan anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.
- H<sub>o</sub> : Tidak ada Pengaruh Positif dan Signifikan antara Keamanan Terhadap keputusan anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.

---

<sup>64</sup> Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, 203.

<sup>65</sup> Indra Ava Dianta and Edwin Zusrony, 'Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna Internet Banking, Vol.3. No. 1 (2019), 1-9.