

**PENGARUH BAGI HASIL DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN
SYARIAH TABUNGAN MUDHARABAH**

Oleh:

Zasza Daniel

Email: zasa.daniel@gmail.com

Pembimbing I:

Muhlis Ruslan

Email: muhlis.ruslan@universitasbosowa.ac.id

Pembimbing II:

I Nyoman Mariantha

Email: nyomanmariantha.bosowa45@gmail.com

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa Makassar**

ABSTRACT

Zasza Daniel.2019.Skripsi. The Influence of Profit Sharing and Service Quality to The Decision to Use Sharia Banking Service of Mudharabah Savings of Bank BNI Sharia in Makassar. Guide by Dr. Muhlis Ruslan, SE., M.Si and H. I Nyoman Mariantha, BA., SE., M.M.

The purpose of this study is to find out and analyze the effect of profit sharing and service quality on the decision to use mudharabah savings banking services. The sampling technique uses Accidental Sampling of 40 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis. Based on the result of the study show partially, the variable profit sharing and service quality have a positive and significant effect on the decision to use.

Keywords: *Profit Sharing, Service Quality, Decision to Use*

PENDAHULUAN

Sistem perbankan dalam ekonomi Islam didasarkan pada konsep pembagian baik keuntungan maupun kerugian. Prinsip umum adalah siapa yang ingin mendapatkan hasil dari tabungannya, harus juga bersedia mengambil resiko. Bank akan membagi juga kerugian perusahaan jika mereka menginginkan perolehan hasil dari modal mereka.

Ekonomi Islam merupakan sistem yang memenuhi kebutuhan perorangan dan kelompok, seperti kebutuhan hajat hidup, proses, dan produk yang halal, baik, adil, dan saling rida. Dalam bidang Ekonomi Islam, terdapat hal-hal yang tidak diperbolehkan atau dilarang dalam melakukan kegiatan atau transaksi ekonomi, misalnya pelarangan kegiatan yang bersifat spekulasi dan riba dalam berbagai bentuknya, serta tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*). Hal-hal inilah yang membedakan antara Sistem Ekonomi Islam dan Sistem Ekonomi Ribawi atau Kapitalis.

Saat ini perbankan Syariah perkembangannya pesat sejak disahkan Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998 mengenai Perbankan Syariah dimana bank memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri perbankan syariah. Dilirik dari hal tersebut banyak perbankan konvensional mulai menjalankan *dual banking sistem*. Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional, Zainal Arifin (2006: 37).

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 (*shahiibul 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.

Perkembangan lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil tidak terlepas dari adanya aturan yang mengatur tentang perlakuan akuntansi bagi transaksi-transaksi khusus yang berkaitan dengan aktivitas bank syariah, yaitu dengan diberlakukan PSAK 105 tentang Akuntansi *Mudharabah*.

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Ketika masyarakat telah mendapatkan informasi maka tindakan masyarakat selanjutnya untuk menjadi nasabah adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan mendapatkan peran, dimana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota/calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Bagi hasil dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi anggota pada lembaga keuangan yang diinginkan. Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pemilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Banyaknya macam bank syariah dan produk tabungan *mudharabah* yang ditawarkan menjadikan banyak alternatif. Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

Bagi Hasil

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

Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan di dalam perbankan syariah terdiri dari dua sistem, yaitu:

1. *Profit Sharing*

Profit sharing adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. *Profit* secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (total *revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (total *cost*). Di dalam istilah lain *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan

tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit* dan *loss sharing*, dimana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atau hasil usaha yang telah dilakukan. Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (*investor*) dan pengelola modal (*entrepreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana di antara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing. Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upa/hasil dari jerih payahnya atas kerja yang telah dilakukannya. Keuntungan yang didapatkan dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha.

2. *Revenue Sharing*

Revenue sharing berasal dari Bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu, *revenue* yang berarti hasil, penghasilan, pendapatan. *Sharing* adalah bentuk kata kerja dari *share* yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan. *Revenue* (pendapatan) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*service*) yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan (*sales revenue*). Dalam arti lain *revenue* merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah *out put* yang dihasilkan dari kegiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut. Di dalam *revenue* terdapat unsur-unsur yang terdiri dari total biaya (*total cost*) dan laba (*profit*).

Berbeda dengan *revenue* di dalam arti perbankan. *Revenue* bagi bank adalah jumlah dari hasil bunga bank yang diterima dari penyaluran dananya atau jasa atas pinjaman maupun titipan yang diberikan oleh bank. *Revenue* pada perbankan syariah adalah hasil yang diterima oleh bank dari penyaluran dana (investasi) ke dalam bentuk aktiva produktif, yaitu penempatan dana bank pada pihak lain. Hal ini merupakan selisih angka atau lebih dari aktiva produktif dengan hasil penerimaan bank. Perbankan syariah memperkenalkan sistem pada masyarakat dengan istilah *revenue sharing*, yaitu sistem bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa dikurangi dengan biaya pengelolaan dana. Lebih jelasnya *revenue sharing* dalam arti perbankan adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Bagi hasil yang diterima atas hasil usaha, akan memberikan keuntungan bagi pemilik modal yang menempatkan dananya dalam kerja sama usaha. Bunga juga memberikan keuntungan kepada pemilik dana atau investor. Namun keuntungan yang diperoleh pemilik dana atas bunga tentunya berbeda dengan keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil. Keuntungan yang berasal dari bunga sifatnya tetap tanpa memperhatikan hasil usaha pihak yang dibiayai, sebaliknya keuntungan yang berasal dari bagi hasil, akan berubah mengikuti hasil usaha pihak yang mendapatkan dana.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu jasa. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap pelayanan yang diterima akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan suatu pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen. Bagi perusahaan

yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi suatu hal yang penting. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan.

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam buku Tjipto dan Chandra (2005:132) berhasil mengidentifikasi dimensi pokok kualitas jasa sebagai berikut:

1. Reabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemauan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Pada dasarnya, defenisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat berupa *software SPSS for windows*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Pada tabel di bawah terlihat bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,522 memberikan pengertian bahwa variabel Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan, variable yang terjadi pada variabel Y (Keputusan Penggunaan) adalah sebesar 52,2% ditentukan oleh variabel Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan, selebihnya sebesar 47,8% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisa regresi ini.

TABEL 1
UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.522	.469	2.78418

a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil

b. Sumber: Data Diolah, 2019

Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

TABEL 2
PENGARUH BAGI HASIL DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	312.789	2	156.394	20.176	.000 ^b
	Residual	286.811	37	7.752		
	Total	599.600	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil

Pengujian signifikan bertujuan untuk mengetahui signifikansi korelasi Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan uji F. Berdasarkan hasil uji diperoleh Fhitung (20.176) > Ftabel (3,24) dan nilai P value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kesimpulannya berarti bahwa secara simultan Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan tabel 3 hasil pengujian Uji Parsial (Uji-t) hipotesis X_1 diperoleh bahwa Bagi Hasil memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Pengujian pengaruh variabel Bagi Hasil terhadap Keputusan Penggunaan dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar 3.833 dan t tabel signifikansi sebesar 2.024. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap

Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil terhadap Keputusan Penggunaan.

TABEL 3
PENGARUH BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN
PENGGUNAAN

Model	Coefficients ^a			T	Sig
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.595	4.465		1.701	.097
BAGI HASIL	.556	.145	.510	3.833	.000

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

b. Sumber: Data Diolah, 2019

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan tabel 4 hasil pengujian Uji Parsial (Uji-t) hipotesis X2 diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Pengujian pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar 2.346 dan t tabel signifikansi sebesar 2.024. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan.

TABEL 4
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGGUNAAN

Model	Coefficients ^a			T	Sig
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.595	4.465		1.701	.097
KUALITAS PELAYANAN	.329	.140	.312	2.346	.024

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

b. Sumber: Data Diolah, 2019

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 3 dan 4, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = 7.595 + 0,556X_1 + 0,329X_2$$

Hasil pengujian yang diperoleh di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) yang diperoleh sebesar 7.595 artinya jika Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan bernilai 0 maka besarnya tingkat Pertimbangan Audit yang terjadi adalah sebesar 7.595.
- Koefisien regresi $X_1 = 0,556$ artinya jika Bagi Hasil naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan naik sebesar 0,556.
- Koefisien regresi $X_2 = 0,329$ artinya jika Keputusan Penggunaan naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan naik sebesar 0,329.



KESIMPULAN

Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,556, nilai t hitung lebih besar t tabel ($3,833 > 2,024$) dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,05$).

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,329, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,346 > 2,024$) dan nilai signifikan sebesar 0,024 ($\text{sig} < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. 2006. *Dasar–dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, IKAPI
- Aspiani. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online Di Kota Makassar*: Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Aswar. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Asuransi Pada PT. Sequis Life Di Makassar* : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Atanasius Hardian Permana Yogiarto. 2015. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Halisa Ya'kub. 2016. *Perlakuan Akuntansi Bagi Hasil Atas Simpanan Mudharabah Pada PT BPRS Dana Moneter* : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa.
- Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group
- Kuntum Muhammad Hamzah Aliah. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk menggunakan Jasa Kursus Komputer Di Pusat Pendidikan dan Keterampilan YPK Aliah Makassar* : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Linda Defi Afifi. 2017. *Analisis Sistem Penerapan Bagi Hasil dan Perlakuan Akuntansi Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Maslaha Capem Pagelaran Malang*: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Manan, Abdul. 2016. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Muhammad. 2002. *Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muh Yunus Bandu. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat*: Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.



<https://dosenakuntansi.com/prinsip-akuntansi-syariah>

<https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html/amp>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Sampel_\(statistika\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Sampel_(statistika))

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan Syariah

Undang-Undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

PSAK 105 mengenai Akuntansi Mudharabah.