PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PT. BNI SYARI'AH MAKASSAR

Makalah

Disampaikan pada Seminar Karya Ilmiah Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar Tanggal 6 Oktober 2009

Oleh

Hj. Salmah Said NIP: 19740226 199903 2 001

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR 2009



SURAT KETERANGAN

Nomor: 48/FOK AHIPS-FSH/ X /2009

Pengurus Forum Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial (FOKAHIPS) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama

: Hj. Salmah Said, SE., M.Fin.Mgmt., M.Si.

NIP

19740226 199903 2 001

Pangkat/Gol/Ruang

: Penata (III/c)

Jabatan

: Lektor

Unit Kerja

: Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Alauddin Makassar

Benar Dosen yang bersangkutan telah menyajikan/membawakan makalah dalam Seminar Dosen yang dilaksanakan oleh Forum Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial (FOKAHIPS) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar pada:

Hari/Tangal

: Selasa, 6 Oktober 2009

Jam

10.00 Wita – selesai

Tempat

Ruang Dosen

Judul Makalah

: Preferensi Masyarakat terhadap

Produk PT. BNI. Syari'ah Makassar

Moderator

: Awaluddin, SE., M.Si.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 8 Oktober 2009

PENGURUS FOKAHIPS

Ketua

Dr. MUHAMMAD SABRI, M.Ag.

NIP. 19670714 199203 1 005



47/FOKAHIPS-FSH/ X /2009 Nomor Sifat

Penting

Lamp

Hal

UNDANGAN MEMBAWAKAN

SEMINAR MAKALAH

Sdr. Hj. Salmah Said, SE., M.Fin.Mgmt., M.Si.

Makassar

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Pengurus Forum Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial (FOKAHIPS) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar dengan hormat mengundang Saudara untuk membawakan makalah dalam Seminar Dosen, insya Allah dilaksanakan pada :

Hari/Tangal

: Selasa, 6 Oktober 2009

Jam

10.00 Wita – selesai

Tempat

: Ruang Dosen

Judul Makalah

Preferensi Masyarakat terhadap

Makassar, 5 Oktober 2009

Produk PT. BNI. Syari'ah Makassar

Moderator

: Awaluddin, SE., M.Si.

Demikian undangan ini, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimah kasih.

Wassalam

PENGURUS FOKAHIPS Ketua,

Dr. MUHAMMAD SABRI, M.Ag.

NIP. 19670714 199203 1 005



FORUM KAJIAN HUKUM ISLAM DAN PRANATA SOSIAL

Kampus I Jln. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp (0411) 864928 - 864923

Nomor

46/FOKAHIPS-FSH/ X /2009

Makassar, 5 Oktober 2009

Sifat

Penting

Lamp Ha1

UNDANGAN SEMINAR DOSEN

Sdr. Hj. Salmah Said, SE., M. Fin. Mgmt., M. Si.

Kepada

Bapak/Ibu Dosen

Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin

Di

Makassar

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Pengurus Forum Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial (FOKAHIPS) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar mengundang dengan hormat bapak/ibu/Sdr/(i) untuk menghadiri Seminar Dosen, insya Allah dilaksanakan pada:

Hari/Tangal

Selasa, 6 Oktober 2009

Jam

10.00 Wita – selesai

Tempat

Ruang Dosen

Pemakalah Judul Makalah Hj. Salmah Said, SE., M.Fin.Mgmt., M.Si. Preferensi Masyarakat terhadap

Produk PT. BNI. Syari'ah Makassar

Moderator

Awaluddin, SE., M.Si.

Demikian undangan ini, atas perhatian dan kehadiran Bapak/Ibu/Sdr/(i) diucapkan terimah kasih.

Wassalam

PENGURUS FOKAHIPS Ketua.

Dr. MUHAMMAD SABRI, M.Ag. NIP. 19670714 199203 1 005

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar (sebagai) laporan

PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PT. BNI SYARI'AH

MAKASSAR1

Hj. Salmah Said²

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan sektor perbankan sangat diperlukan pada saat ini untuk membangkitkan kegiatan ekonomi. Peranan tersebut akan sangat ditentukan oleh strategi pembangunan yang ditetapkan oleh kekuatan politik baru yang berkuasa disamping kepentingan komersial dan kekuatan pelaku asing yang tidak dapat diabaikan, dimana sebagian masyarakat sangat berharap dilakukannya reposisi sistem perbankan sebagai agent of development setelah sekian lama berfungsi sebagai lembaga yang membiayai kegiatan usaha grup-grupnya sendiri. Untuk dapat berperan mengentaskan masalah utama perekonomian tersebut maka diperlukan sistem perbankan yang sehat dan tangguh dengan kondisi perbankan nasional yang didominasi kepemilikan asing.

Bunga bank adalah permasalahan yang sangat sensitif, karena bunga bank dapat dihubungkan dengan riba sehingga menimbulkan pro dan kontra dikalangan umat Islam tentang status hukumnya, halal atau haram. Keragu-raguan masyarakat Islam di Indonesia

¹ Disampaikan pada Seminar Karya Ilmiah Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum, tanggal 6 Oktober 2009

² Pengajar MK. Ilmu Ekonomi dan Perbankan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar.

inilah yang menyebabkan peranan bank untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat tidak tercapai secara maksimal. Oleh karena itu pemerintah dan cendikiawan muslim Indonesia mencari jalan keluar untuk memecahkan masalah tersebut. Untuk itu sejak tahun 1990 pemerintah dan cendekiawan muslim melakukan terobosan baru yaitu dengan mendirikan bank syari'ah (Bank Muamalat Indonesia) yang menggunakan sistem bagi hasil (profit sharing) yang berdasarkan syari'ah Islam.

Eksistensi Bank Muamalat menjadi pelopor diizinkannya pendirian bank-bank selain bank umum di Indonesia. Diharapkan dengan keberadaan bank syari'ah maka peranan bank dapat maksimal karena memiliki pangsa pasar tersendiri di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Bank syari'ah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang meyakini bahwa sistem perbankan konvensional tidak sesuai prinsip Islam. Namun hal ini tetap memerlukan upaya promosi agar masyarakat dapat lebih mengenal sistem perbankan syari'ah.

Tabel 1. Peningkatan Nasabah Tabungan Syariah Plus

Tahun	Nasabah (orang)	Peningkatan (%)
2004	1.192	-
2005	1.897	159 %
2006	2.683	141 %

Sumber: PT.Bank BNI Syariah

Pada dasarnya keberatan masyarakat muslim terhadap sistem perbankan konvensional adalah dalam operasionalnya terdapat kegiatan usaha yang dinilai tidak sejalan dengan prinsip ekonomi syari'ah seperti kemungkinan penyaluran pembiayaan pada kegiatan yang bersifat

spekulatif (maisyir), perolehan keuntungan oleh pemilik modal kepada peminjam secara tidak adil (gharar) dan ketidakpastian dalam kontrak (jahl).

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengadakan penelitian dan membahas lebih jauh mengenai tingkat preferensi masyarakat terhadap produk perbankan syari'ah khususnya pada PT. Bank BNI Syari'ah Cabang Makassar.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang di atas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

"Apakah nasabah cenderung memilih produk Tabungan Syari'ah Plus pada PT. Bank BNI Syari'ah cabang Makassar dibanding produk tabungan pada bank lain?"

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui preferensi masyarakat kota Makassar memilih produk tabungan perbankan syari'ah pada Bank Syar'ah BNI cabang Makassar.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian makalah ini berguna sebagai:

- Referensi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai produk perbankan syari'ah.
- 2. Informasi bagi masyarakat yang ingin memanfaatkan fasilitas perbankan syari'ah.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pengertian Bank Syari'ah

Pengertian bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al Qur'an dan Al Hadist.³ Khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam yang menjauhi praktek-praktek riba serta mengacu kepada kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Jadi bank Islam atau bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW atau dengan kata lain bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁴

1. Prinsip-prinsip Bank Syari'ah5

³ Karnaen Perwaatmadja, dan Syafi'i, Antonio, Apa dan Bagaimana Bank Islam, Edisi Pertama. (Yogyakarta: Penerbit Dana Bhakti Wakaf, 1998), h. 81.

⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Penerbit UPP AMP YKPN, 2002), h.13.

Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Suatu Pengenalan Umum, Cetakan Pertama, (Jakarta: Bank Indonesia dan Penerbit Tazkia Institute, 1999), h. 121 – 179. Lihat pula Muhammad Zainul Arifin, Dasardasar Manajemen Bank Syari'ah, Cetakan Ketiga (Jakarta: Penerbit Alvabet, 2005), h. 18 – 31 dan Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek, Cetakan Pertama (Jakarta: Penerbit Alvabet, 1999), h. 29 – 33.

- a. Prinsip Simpanan Murni (al-Wadiah): Prinsip ini merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk al-Wadiah (simpanan), yaitu: Giro Wadiah dan Tabungan Wadiah.
- b. Prinsip Bagi hasil (Syirkah): Sistem ini meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara bank dan penyimpan dana maupun dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah mudharabah dan musyarakah.
- c. Prinsip jual beli (at-Tijarah): Sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan, kemudian bank menjualnya kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan.
- d. Prinsip sewa (*Ijarah*): Yaitu perjanjian antara pemilik barang dengan penyewa yang memperbolehkan penyewa untuk memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak.setelah masa sewa berakhir maka barang akan dikembalikan kepada pemilik.
- e. Prinsip jasa/ fee: Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank dalam bentuk produk seperti kliring, inkaso, jasa, transfer, dan lain-lain.

2. Pengertian Tabungan Syariah

Tabungan dalam bank syari'ah dijalankan dengan sistem *mudharabah* yang artinya perjanjian kerjasama antara pemilik modal yang menyediakan dananya 100% untuk dikelola oleh pengelola. Dalam bank syari'ah, tabungan dikategorikan dalam kelompok investasi, dimana sumber dana bank syari'ah diperoleh dari empat sumber yaitu: modal, titipan, investasi dan investasi khusus.

Mekanisme *mudharabah* adalah penyimpan dan deposan bertindak sebagai pemilik modal (shahibul maal) dan bank sebagai pengelola (mudharib). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan mudharabah atau ijarah (sewa). Hasil usaha ini akan dibagihasilkan berdasarkan nisbah (prosentase) yang disepakati. Apabila terjadi kerugian maka akan ditanggung oleh si pemilik modal selama kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh kelalaian pengelola. 6

3. Jenis Tabungan Bank Syari'ah

Pada bank syari'ah terdapat beberapa jenis produk tabungan seperti pada bank konvensional yaitu: Giro, Tabungan dan Deposito.

i. Giro

Nasabah yang menggunakan produk giro menggunakan akad *al-wadiah* atau titipan.

Dalam fiqih muamalah, *wadiah* dibagi menjadi dua macam:

- a) Wadiah yad al-amanah, adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerimaan titipan (dalam hal ini bank) tidak wajib mengganti jika terjadi kerusakan. Biasanya akad ini diterapkan bank pada titipan murni, seperti safe deposito box. Dalam hal ini, bank hanya bertanggung jawab atas kondisi barang (uang) yang dititipkan. Akad ini juga menetapkan bahwa pihak bank tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan, tetapi harus benar-benar menjaganya sesuai kelaziman.⁷
- b) Wadiah yad adh-dhamanah, adalah titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan. Bank syari'ah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah untuk rekening giro.

⁶ *Ibid*, h. 135.

⁷*Ibid*, h. 122.

ii. Tabungan

Pada produk tabungan bank syari'ah menerapkan dua akad yaitu: a). Wadiah: tabungan yang menerapkan akad wadiah mengikuti prinsip wadiah yad adh-dhamanah artinya tabungan ini mendapatkan keuntungan dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM. b). Mudharabah: tabungan yang menerapkan akad mudharabah mengikuti prinsip-prinsip akad mudharabah. Diantaranya sebagai berikut: pertama, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara shahibul maal (dalam hal ini nasabah) dan mudharib (dalam hal ini bank). Kedua, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutarkan dana itu diperlukan waktu yang cukup.

iii. Deposito

Bank syari'ah juga menerapkan akad *mudharabah* untuk deposito. Seperti dalam tabungan, nasabah (deposan) bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudharabah* terhadap deposito dikenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya. Misalnya seperti yang dikemukakan diatas bahwa akad *mudharabah* mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyetoran dan penarikan agar dana tersebut diputarkan. Jangka waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari dan seterusnya.

4. Perilaku Konsumen

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor-faktor tersebut secara sadar atau tidak mempengaruhi proses pemilihan produk yang ingin dibeli atau digunakan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian yaitu:8

- a. Faktor budaya: merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang dimana setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan perilaku pembelian yang berbeda seperti persepsi dan persepsi dan perilaku berbeda otomatis melahirkan keinginan yang berbeda.
- b. Faktor sosial: terdiri atas keluarga, kelompok serta peran dan status. Pengaruh-pengaruh yang didapatkan dari lingkungan kelompok dan keluarga serta peran yang dilakukan seseorang yang biasanya diikuti oleh orang lain yang ada disekitar yang akan mempengaruhi perilaku pembelian demikian halnya dengan status, seseorang akan memilih produk yang mencerminkan status mereka.
- c. Faktor pribadi dan psikologis: pemilihan produk dipengaruhi oleh empat faktor pribadi dan psikologis yang penting seperti berikut ini:
 - i. Motivasi: dorongan yang membuat seseorang bertindak untuk mencari kepuasan.
 - Persepsi: Proses dimana seseorang memilih mengatur dan menginterprestasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran yang berarti tentang sesuatu.
 - iii. Pengetahuan: Dapat mengubah perilaku seseorang yang muncul akibat penjualan sehingga mempengaruhi perilaku pembelian

⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2001), h. 196.

iv. Keyakinan dan sikap: Keyakinan dan sikap yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk, akan membentuk citra produk itu sendiri sehingga akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

5. Preferensi

Preferensi adalah kegemaran, kesukaan, kecendrungan terhadap sesuatu. Preferensi dapat pula diartikan sebagai pilihan, keadaan yang lebih disukai, minat. Ada beberapa hal yang dapat menimbulkan minat seseorang yaitu: kebutuhan (kepentingan dan manfaat) harga diri dan rasa ingin tahu. Dalam individu sendiri terjadi dinamika berbagai psikopisik seperti kebudayaan, motif, perasaan, perhatian dan pengambilan keputusan.

1. Faktor Internal

Faktor-faktor yang terdapat dalam diri seseorang yang secara langsung mempengaruhi minatnya terhadap sesuatu adapun yang termasuk faktor internal adalah:

a. Kebutuhan: Apabila seseorang mempunyai kepentingan serta memerlukan sesuatu yang dianggap bermanfaat bagi dirinya maka minat melakukan aktifitas tertentu adalah guna memperoleh apa yang diperlakukan.

⁹ Hartono, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 1992), h. 103. Lihat pula Damis Nawawi, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Penerbit AMP YKPN, 1994).

- b. Keinginan hati: Apabila dalam diri seseorang muncul keinginan terhadap sesuatu hal ini termasuk efektif yang menunjukkan bahwa minat seseorang dapat ditimbulkan karena ada keinginan.
- c. Niat: Suatu kehendak yang direncanakan manusia sebelumnya dengan niat dapat menimbulkan minat dalam dirinya.
- d. Ingin tahu: Seseorang dapat berminat terhadap apa yang dilihat, didengar dan yang dirasakan.

2. Faktor Eksternal

Faktor yang berasal diluar dari manusia yang didapat mempengaruhi terbentuknya minat dalam diri seseorang yang termasuk dalam faktor eksternal adalah:

- a. Lingkungan sosial: Lingkungan sekitar seperti: keluarga, teman, budaya, adat istiadat, agama, kebiasaan, norma-norma
- b. Sifat yang menonjol pada suatu pada suatu objek: Sifat yang tampak menonjol pada suatu objek akan menarik perhatian dan menimbulkan minat pada diri seseorang.

B. Metode Analisis

1. Teknis Analisis

Penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu dengan uji statistik nonparametrik dengan menggunakan *judgment sampling* yaitu berdasarkan pendapat konsumen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk

Tabungan Syari'ah Plus pada PT. Bank BNI Syari'ah Cabang Makassar. Teknis analisis yang digunakan adalah Cochran Q Test sebagai berikut:¹⁰

Ho: Qhit < Qtab = Kecenderungan ada pada bank lain

 H_a : $Q_{hit} > Q_{tab}$ = Kecenderungan ada pada produk tabungan Syariah Plus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Makassar

Dengan $\alpha = 0.05$ (tingkat kebenaran) dan degree of freedom (df) = n-1.

$$Q = \frac{(k-1)\left[k\sum_{j=1}^{k} C_{j}^{2} - (\sum_{j=1}^{k} C_{j})^{2}\right]}{k_{i}\sum_{j=1}^{n} R_{i} - \sum_{j=1}^{n} R_{i}^{2}}$$

k = Jumlah Variabel (Syari'ah, Pelayanan, Keakuratan, dan Assesibilitas)

n = Jumlah Responden

C_i = Total Responden pada j variabel (kolom)

R_i = Total Responden pada i pengamatan (baris)

2. Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan adalah setiap jawaban responden atas produk tabungan Syariah Plus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Makassar adalah: Syari'ah, Pelayanan, Keakuratan, dan Assesibilitas, dengan notasi 1 pada produk tabungan Syari'ah Plus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Makassar, dan notasi 0 pada preferensi bank lain.

¹⁰ Freddy Rangkuti, Riset Pemasaran, (Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 184.

C. Gambaran Umum Responden

Bank yang BNI Syari'ah hadir pada 29 April 2000 memiliki nasabah dengan latar belakang yang bervariasi baik tingkat pendidikan, jenis kelamin, pekerjaan maupun tingkat usia. Oleh karena itu, distribusi populasi berdasarkan tingkat preferensi terhadap produk Tabungan Syari'ah plus. Penelitian ini mengamati empat variabel untuk memperlihatkan bahwa variabel syariah, pelayanan, keakuratan, assesibilitas merupakan faktor-faktor yang menjadi alasan atau pertimbangan pemilihan produk tabungan Syariah plus pada Bank BNI Syari'ah adalah bervariasi bagi tiap-tiap responden.

Tabel 2. Latar belakang pendidikan dan pekerjaan responden

Pendidikan	Pekerjaan					
rendidikan	Pegawai (orang	Pengusaha (orang)	Lain-lain (orang)	(orang)		
SD	-	-	-	-		
SLTP	-	-	2	2		
SMU	10	6	4	20		
S 1	18	2	3	23		
S2	3	1	1	5		
Total	31	9	10	50		

Sumber: Diolah oleh Penulis

Dari tabel diatas menunjukkan tidak ada responden yang memiliki latar belakang pendidikan sekolah dasar (SD) dan semua memiliki pekerjaan. Responden yang memiliki latar belakang pendidikan SLTP dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 2 orang, Responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMU sebanyak 20 orang, dengan pekerjaan pegawai 10 orang, pengusaha 6 orang dengan pekerjaan lain-lain 4 orang. Responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1 dengan pekerjaan pegawai sebanyak 18 orang, pengusaha 2 orang. Lain-lain 3 orang, Responden yang memiliki latar belakang pendidikan S2 dengan pekerjaan pegawai sebanyak 3 orang dan pengusaha 1 orang, pekerjaan lain-lain 1 orang.

Tabel 3. Jenis kelamin dan Usia Responden

Jenis		Jumlah		
Kelamin	0-17 tahun	> 17-40 tahun	> 40 tahun	(orang)
Laki-laki	2	21	9	32
Perempuan	1	14	3	18
Total	3	35	12	50

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan bahwasanya responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang, dengan rata-rata usia antara 0-17 tahun sebanyak 2 orang, > 17-40 tahun sebanyak 21 orang, dan usia > 40 tahun sebanyak 9 orang. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 18 orang, dengan usia rata-rata 0-17 tahun sebanyak 1 orang, > 17-40 tahun sebanyak 14 orang, dan usia > 40 tahun sebanyak 3 orang. Total responden sebanyak 50 orang.

Tabel 4. Jawaban Responden terhadap variabel yang mempengaruhinya

	Variabel	yang mempen				
Responden	Syari'ah	Pelayanan	Keakuratan	Assesibilitas	Ri	$(R_i)^2$

1	1	0	1	0	2	4
2	0	1	0	1	2	4
3	1	0	0	0	1	1
4	1	0	0	0	1	1
5	1	0	1	0	2	4
6	1	0	0	1	2	4
7	0	1	0	0	1	1
8	1	0	0	0	1	1
9	0	1	0	0	1	1
10	1	1	0	0	2	4
11	0	0	0	1	1	1
12	0	0	0	1	1	1
13	1	0	1	0	2	4
14	1	0	- 0	0	1	1
15	0	0	1	0	1	1
16	1	0	0	0	1	1
17	0	1	0	0	1	1
18	0	1	0	1	2	4
19	1	0	1	0	2	4
20	1	0	0	0	1	1
21	1	0	0	0	1	1
22	0	0	1	0	1	1
23	1	0	0	0	1	1
24	0	0	1	0	1	1
25	1	0	0	0	1	1

26	0	1	0	1	2	4
27	1	0	0	0	1	1
28	1	0	0	0	1	1
29	0	1	0	0	1	1
30	1	0	0	0	1	1
31	0	0	0	1	1	1
32	1	0	0	0	1	1
33	0	1	0	0	1	1
34	1	0	0	0	1	1
35	0	0	0	1	1	1
36	0	0	1	0	1	1,
37	1	0	0	1	2	4
38	1	0	0	0	1	1
39	0	0	1	0	1	1
40	1	0	0	1	2	4
41	0	1	0	0	1	1
42	0	1	0	0	1	1
43	1	0	0	0	1	1
44	0	1	0	0	1	1
45	0	0	0	1	1	1
46	1	0	1	0	2	4
47	0	1	0	0	1	1
48	1	0	1	0	2	4
49	0	1	0	0	1	1
50	1	0	0	0	1	1

C_j	27	14	11	11	63	89
$(C_j)^2$	729	196	121	121		

Sumber: Data diolah

Penelitian ini mengamati empat variabel untuk memperlihatkan bahwa variabel – variabel: syari'ah, pelayanan, keakuratan, assesibilitas merupakan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan preferensi konsumen menggunakan produk Tabungan Syari'ah Plus pada bank BNI Syari'ah adalah benar bervariasi bagi tiap-tiap responden. Pengukuran variabel menggunakan statistik nonparametrik:

$$Q = \frac{(4-1)[4(1167) - (63)^2]}{4(63) - (89)} = \frac{2097}{163} = 12,87$$

Hal ini berarti bahwa Ho : Tolak, karena Q_{hit} 12,87 > 7,82 Q_{tab}

D. Analisis Hasil Perhitungan

Penelitian dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan variabel-variabel yang mempengaruhi untuk memilih produk tabungan pada Bank BNI Syari'ah plus. Dari perhitungan di atas diperoleh hasil bahwa nilai Q_{hitung} sebesar 12.87 > nilai Q_{tabel}. Hal ini menunjukkkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa responden lebih memilih produk Tabungan Syari'ah Plus pada Bank BNI Syari'ah cabang Makassar daripada produk pada bank lain.

BAB III

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Bank BNI Syari'ah Makassar terhadap tingkat preferensi maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Masyarakat menunjukkan tingkat preferensi terhadap produk tabungan syari'ah plus pada $Bank\ BNI\ Syari'ah\ Cabang\ Makassar\ yang\ lebih\ tinggi\ dibanding\ produk\ pada\ bank\ lain.$ Kesimpulan ini diperoleh dengan menggunakan metode analisis Cochran Qtest, yaitu dengan kriteria H_0 ditolak ketika $Q_{hit} > Q_{tab}$ dan H_a diterima ketika $Q_{tab} < Q_{hit}$.
- b. Terdapat empat variabel yang digunakan dalam menganalisis produk PT. BNI Syari'ah, yaitu: alasan syari'ah, pelayanan, keakuratan dan assesibilitas menjadi alasan atau pertimbangan pengambilan keputusan oleh responden yang diteliti. Sebanyak 27 responden memilih faktor syari'ah, faktor pelayanan dipilih oleh 14 responden, faktor keakuratan sejumlah 11 responden, faktor assesibilitas sejumlah 11 responden. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat terhadap produk perbankan lebih didasarkan pada aspek agama (syari'ah).

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Suatu Pengenalan Umum*, Cetakan Pertama, Jakarta: Bank Indonesia dan Penerbit Tazkia Institute, 1999.
- Arifin, Muhammad Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Cetakan Ketiga (Jakarta: Penerbit Alvabet, 2005).
- -----, Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Alvabet, 1999.
- Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi*, Edisi kedua (edisi Indonesia), Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002.
- Chandra Gregorius, Strategi dan Program Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002.
- Nawawi, Damis, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit AMP YKPN, 1994.
- Hartono, Kamus Bahasa Indonesia, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 1992.
- Kottler Philip, Manajemen Pemasaran, Edisi millenium, Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo, 2002.
- Kottler, Philip., Amstrong., Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2001.

Lupiyyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001.

Marwan, Asri, Marketing, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Penerbit AMP YKPN, 1991.

Muhammad, Manajemen Bank Syariah, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit UPP AMP YKPN, 2002.

Perwaatmadja, Karnaen., Antonio, Syafi'i, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit dana Bhakti Wakaf, 1998.

Rangkuti, Freddy, Riset Pemasaran, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Stanton J. William, Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996.