Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang

(Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso)

Acc utk Munaqasah 4/2-20

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Perbankan Syariah

Acc Munaqasah 5/2-2020

Oleh :

YOPI EKA PUTRA

3315.143

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

2020 M / 1441 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul "Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso" yang disusun oleh saudara **YOPI EKA PUTRA NIM 3315.143** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk di ajukan ke sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Januari 2020

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Hesi Eka Putri, SE., M.SI	Tartila Devy, SE., M.Ak
NIP. 197409082006042002	NIDN. 2009087803

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Yopi Eka Putra
NIM	: 3315143
Tempat/ Tangal Lahir	: Balai Tengah / 30 Juni 1996
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: *Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso)*

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku dengan gelar kesarjanaan penulis dicabut hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 04 Februari 2020

Penulis,



Yopi Eka Putra

NIM: 3315.143

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yopi Eka Putra

NIM : 3315143

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah mengikuti semua mata kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sesuai Program Studi yang saya pilih. Dan semua mata kuliah tersebut telah **LULUS** sebagai persyaratan mengikuti ujian Skripsi.

Apabila di kemudian hari ternyata ada mata kuliah yang belum Lulus, maka saya siap menerima sanksi dan ujian Skripsi saya dinyatakan batal/gugur.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 04 Februari 2020

Penulis,

Yopi Eka Putra

NIM: 3315.143

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Yopi Eka Putra
NIM	: 3315143
Tempat/ Tangal Lahir	: Balai Tengah / 30 Juni 1996
Fakultas/ Jurusan	: FEBI / S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: *Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso)*

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 04 Februari 2020

Penulis,

Yopi Eka Putra

NIM: 3315.143

ABSTRAK

Yopi Eka Putra, NIM 3315.143, Program Studi S1 Perbankan Syariah . Skripsi ini berjudul **"Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso)".**

Penelitian ini dilatarbelakangi persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang perbankan yang dituntut untuk mempunyai layanan yang lebih baik sehingga memotivasi nasabah untuk menabung dan meningkatkan jumlah nasabahnya serta mampu memuaskan kepuasan nasabahnya. Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis dampak tabungan bajapuik terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso).

Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) dengan teknik pengumpulan data yaitu angket (kuesioner). Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana yaitu
$Y = a + bX$, uji t dan uji determinasi.

Hasil analisis yang dilakukan dengan menggunkan *Software SPSS VERSI 24* dihasilkan analisis output menunjukkan bahwa secara nyata layanan (X) dan motivasi (Y), dapat dianalisis dengan nilai Y = 2,121 + 0,358. Faktor layanan (X) terdapat pengaruh yang positif antara faktor layanan (X) terhadap motivasi pedagang (Y) menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (t_{hitung} 7.112 > t_{tabel} 1,9962) dan tingkat signifikan 0,000< 0,05. Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso).

Kata Kunci : Layanan, Motivasi Menabung

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah segenap syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, karena atas berkat dan rahmat – Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso). Selanjutnya shalawat serta salam teruntuk kepada Nabi besar Muhammad SAW. sebagai pembawa risalah yang benar dan telah meninggalkan dua pedoman hidup untuk manusia sebagai petunjuk ke jalan yang benar, yakni Al-Qur'an dan Sunnah. Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penghargaan yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Maryunis dan Ibunda Almarhumah Yusniwati yang terus memberikan inspirasi dan dukungan baik moril dan materil. Ucapan terimakasih atas do'a dan kasih sayangnya yang tulus dalam setiap jejak langkah hidup penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini, semua harapan beliau akan menjadi janji yang akan penulis tunaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapkan terimakasih yang tulus kepada :

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi beserta jajarannya.
2. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
3. Ibu **Sandra Dewi, SE,MM** selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah yang telah memberikan motivasi dan arahsn kepada penulis untuk menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
4. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberi arahan, nasehat dan motivasi demi kelancaran proses belajar penulis.
5. Ibu **Dr. Hesi Eka Putri, SE., M.SI** selaku Pembimbing I dan Ibu **Tartila Devy, SE., M.Ak** selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan buah pikiran untuk memberikan bimbingan, ide, nasehat serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi khususnya Dosen-dosen Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membekali ilmu, motivasi dan semangat kepada penulis.

7. Bapak/Ibu Kepala beserta staf perpustakaan Intitut Agama Islam Negeri Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Pimpinan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Ampek Angkek Canduang yaitu Bapak **Alfian** selaku Direktur utama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan magang dan penelitian pada Bank BPRS Ampek Angkek Canduang
9. Terimakasih kepada adi Tanti Afriani dan Wira Mulyani dan keluarga besar mama dan juga keluarga besar ayah yang telah memberikan motivasi dan do'a buat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman kepengurusan Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi **(DEMA FEBI IAIN Bukittinggi)** yang telah memberikan motivasi dan dukungan buat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada sahabat yang selalu ada dikala suka dan duka di kampus Anwar, Alfi, Rifki, Adrian, Aldino, Fajri, iqbal, Rigo, Rido, Afdal.
12. Serta kepada semua pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dari mencari ide judul, proses penulisan hingga sampai tugas akhir ini selesai.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan do'a diberikan menjadi amal sholeh di sisi Allah SWT. Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari

semua pihak sangat penulis harapkan. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bukittinggi, Februari 2020

Penulis

Yopi Eka Putra
3315.143

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

HALAMAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR ..... **i**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 9
C. Batasan Masalah 9
D. Rumusan Masalah 10
E. Tujuan Penelitian 10
F. Manfaat Penelitian 11
G. Penjelasan Judul 12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori
   1. Layanan
      a. Pengertian Layanan 11
      b. Standar Mutu Pelayanan Bank Syariah 12
      c. Indikator Pelayanan 14
   2. Motivasi
      a. Pengertian Motivasi 16

b. Jenis – Jenis Motivasi 19
c. Dinamika Proses Motivasi 20
d. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi 20
e. Indikator Motivasi 22
f. Motivasi Menabung 24
3. Pedagang
a. Pengertian Pedagang 26
b. Perilaku Pedagang 28
c. Ciri – Ciri Pedagang Tradisional 29
4. Pasar
a. Pengertian Pasar 30
b. Bentuk Struktur Pasar 32
5. Perbankan Syariah
a. Pengertian Perbankan Syariah 38
b. Karakteristik Bank Syariah 39
c. Sumber Dana Bank Syariah 41
6. Hubungan Antara Layanan Dengan Motivasi Menabung 43
B. Kajian Terdahulu 45
C. Kerangka Pemikiran 47
D. Hipotesis 48
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 49
B. Lokasi Penelitian 49
C. Jenis dan Sumber Data
1. Data Primer 50
2. Data Sekunder 50
D. Populasi dan Sampel 50
E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian
1. Variabel Dependen 52
2. Variabel Independen 52
F. Instrument Penelitian 53

G. Uji Instrumen Penelitian
1. Uji Validitas 53
2. Uji Reliabilitas 54
3. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas 55
b. Uji Autokorelasi 56
H. Teknik Pengumpulan Data
1. Angket (Kuesioner) 57
2. Observasi 57
I. Teknik Analisis Data
1. Statistik Deskriptif 58
2. Regresi Linear Sederhana 58
3. Koefisien Determinasi (R^2) 59
4. Uji T (Uji Parsial) 59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Profil Perusahaan
1. Sejarah berdirinya PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang 60
2. Visi dan Misi PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang 63
3. Motto dan Slogan PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang 64
4. Profil PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang 64
5. Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang .. 67
6. Produk – Produk PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang 74
B. Karakteristik Responden
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 78
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 79
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaaan 80
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung 81
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 82
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan 82
C. Uji-pra Penelitian
1. Uji Validitas 83

a. Uji Validitas Faktor Layanan 84
b. Uji Validitas Faktor Motivasi 85
2. Uji Reabilitas 85
D. Hasil Analisis Regresi Linear sederhana 86
E. Hasil Uji Hipotesis
1. Uji T 87
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 88
F. Analisis Temuan 89
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 93
B. Saran 93
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN - LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Rekening Tabungan 5

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian 53

Tabel 3.2 Nilai Alpha Cronbach's 55

Tabel 3.3 Klasifikasi Nilai d 61

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin 79

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan umur.....79

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 80

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....81

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 82

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan 83

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Faktor Layanan (X).....84

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Motivasi (Y).....84

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 47

Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Ampek Canduang 67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan lembaga perantara keuangan yang paling penting dan institusi yang vital dalam struktur perekonomian suatu negara. Pertumbuhan dunia perbankan merupakan cermin untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi, dimana semakin baik sistem perbankan yang ada maka seluruh sektor usaha yang ada akan dapat berkembang dengan baik pula. Pertumbuhan dunia perbankan merupakan tolak ukur tingkat pertumbuhan ekonomi, dimana semakin baik sistem perbankan yang ada maka seluruh sektor usaha akan terlihat membaik juga.[1]

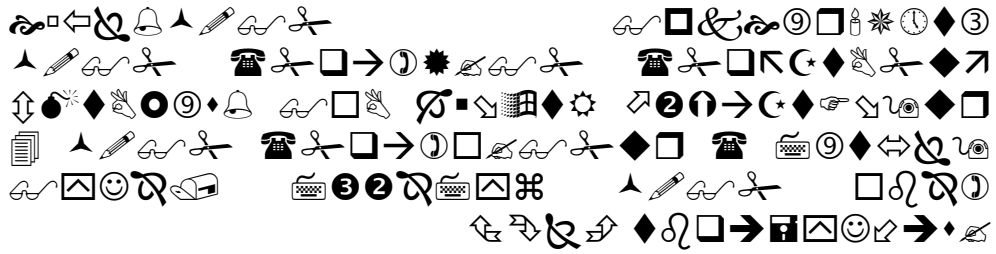
Bank dibagi menjadi dua yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah. Tetapi tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Usaha BPR menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

[1] Lukman Hakim, *Pinsip-Pinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Erlangga, 2012), hal. 34.

BPR adalah salah satu bentuk lembaga keuangan mikro di Indonesia yang telah memiliki akar dalam sosial ekonomi masyarakat pedesaan Indonesia. BPR sebagai salah satu lembaga perbankan juga mempunyai peranan yang cukup penting dalam menunjang perekonomian Indonesia. Salah satu peran BPR adalah membantu masyarakat yang sulit memiliki akses peminjaman dana ke bank umum, sehingga masyarakat tidak perlu meminjam uang kepada rentenir. BPR juga berperan serta dalam menunjang perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha terbesar yang ada di Indonesia yang membantu pemerintah dalam penciptaan lapangan pekerjaan. Peran BPR disini adalah membantu perkembangan UKM melalui peminjaman modal yang dihimpun dari dana masyarakat. Sebagai lembaga yang dipercaya masyarakat dalam menghimpun dana dan keuangan serta kesehatannya dari waktu ke waktu. Dengan kinerja keuangan yang baik, maka kepercayaan dana akan semakin tinggi.

Motivasi merupakan kekuatan yang ada pada diri seseorang yang mendorong atau menggerakkan untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan, dalam hal ini mencapai kemaslahatan. Dalam dunia perbankan motivasi akan selalu berpengaruh pada proses peningkatan jumlah nasabah, sehingga motivasi harus mendapat perhatian khusus karena hal itu bisa mendorong proses dan kemajuan perbankan itu sendiri. Motivasi merupakan salah satu prasyarat yang sangat penting dalam proses peningkatan jumlah nasabah. Fasilitas pelayanan nasabah yang bagus, berkualitas, saling

menguntungkan, kenyamanan, rasa percaya, dan fasilitas pendukung lainnya akan sia-sia jika tidak ada motivasi ketertarikan nasabah untuk menabung di bank syariah. Menabung adalah salah satu bentuk perencanaan dan tindakan antisipasif terhadap kondisi yang tidak diharapkan di masa depan. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr : 18, yaitu :



Artinya : *" Hai orang – orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah ia sajikan untuk hari esok, dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan".*[2]

Berdasarkan ayat di atas, tentang upaya yang harus dipertimbangkan seorang Muslim untuk memperoleh manfaat di masa yang akan datang. Hal ini berkaitan dalam melakukan kegiatan aktivitas ekonomi seperti investasi, menabung, dan pembentukan bank Islam, hendaknya setiap mengambil keputusan atau menentukan perilaku yang akan diperbuat harus benar-benar diperhitungkan. Karena semua yang hendak dilakukan tersebut akan mendatangkan manfaat dimasa yang akan datang.

PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) ikut menebar manfaat kepada masyarakat dengan cara melakukan promosi layanan guna meningkatkan jumlah nasabahnya. PT. BPRS Ampek Angkek Canduang adalah sebuah

[2] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al- Quran Terjemaha Surat* Al-Hasyr *Ayat 18.*, (Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu).

lembaga perbankan syariah yang berdomisili di jalan Surau Pinang, Ampang Gadang, Ampek Angkek Candung, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26132, Indonesia dan memiliki kantor cabang di Jalan Pakan Raba'a Gadut, Parik Rantang, Payakumbuh, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat 26251, Indonesia serta kantor kas di Jalan Sumbar - Riau, Tabek Panjang, Baso, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26192, Indonesia.[3]

Untuk menghimpun dana maka PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang menawarkan produk simpanan seperti tabungan dan deposito. PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Ampek Angkek Canduang menyelenggarakan sistem *"simpanan bajapuik"* (simpanan di jemput). Tabungan bajapuik merupakan simpanan pihak ketiga kepada bank yang pengambilannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan pelaksanaannya dilakukan dengan cara menjemput langsung ke tempat nasabah penyimpan oleh juru pungut. Penyediaan usaha tabungan bajapuik ini bertujuan untuk efisiensi waktu dan tenaga nasabahnya yang pada umumnya memiliki mobilitas yang tinggi dalam kehidupan mereka sehari-hari. Adapun tujuannya untuk menarik dan memotivasi pedagang pasar Baso untuk menabung di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang guna meningkatkan jumlah tabungan untuk disalurkan kembali kepada pedagang Pasar Baso atau masyarakat yang membutuhkan.

Berikut ini data laporan tabungan dan deposito PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang Periode 2014-2018 sebagai berikut :

[3] PT. BPRS Ampek Angkek Candung. Observasi pada hari Selasa tanggal 22 Januari 2019

Tabel 1.1
Data jumlah rekening tabungan dan jumlah rekening tabungan (Pasar Baso) PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang Periode 2014-2018

Tahun	Jumlah Rekening Tabungan	Persentase (%)	Jumlah Rekening Tabungan (Pasar Baso)	Persentase (%)
2014	33.365	-	101	-
2015	34.533	3,38	118	14,41
2016	35.523	2,78	136	13,24
2017	36.419	2,46	151	9,93
2018	37.511	2,93	170	11,18

Sumber : PT. BPRS Ampek Angkek Canduang

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat potensi PT. BPRS Ampek Angkek Canduang pada jumlah tabungan. Pada tahun 2015 jumlah rekening tabungan berjumlah 34.533 atau sebesar 3,38 %. Pada tahun 2016 jumlah rekening tabungan berjumlah 35.523 atau turun sebesar 2,78 %. Pada tahun 2017 jumlah rekening tabungan berjumlah 36.419 atau turun sebesar 2,46 %. Kemudian pada tahun 2018 jumlah rekening tabungan sebesar 37.511 atau naik 2,93 %.

Sedangkan jumlah rekening tabungan pada pasar Baso pada tahun 2015 berjumlah sebesar 118 atau sebesar 14,41 %. Pada tahun 2016 jumlah rekening pada pasar Baso berjumlah sebesar 136 atau turun sebesar 13,24 %. Pada tahun 2017 jumlah rekening pada pasar Baso berjumlah sebesar 151

atau turun sebesar 9,93 %. Kemudian pada tahun 2018 jumlah rekening pada pasar Baso berjumlah sebesar 170 atau naik sebesar 11,18 %.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa masih terjadi kenaikan dan penurunan jumlah rekening tabungan pada pasar Baso dari tahun 2014 - 2018. Terjadinya peningkatan dan penurunan disebabkan oleh beberapa kendala yang harus dihadapi PT. BPRS Ampek Angkek Canduang yaitu kecilnya motivasi pedagang di pasar Baso yang menabung pada BPRS Ampek Angkek Canduang karena kurangnya pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah, waktu penjemputan tabungan yang tidak tepat dengan keberadaan nasabah yang dimulai pukul 10.00 – 12.30 WIB dan kurang maksimalnya pelayanan dari marketing funding, dikarenakan nasabah dilayaninya tidak hanya di pasar baso saja. Kendala – kendala tersebut harus ditanggulangi oleh PT. BPRS Ampek Angkek Canduang dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya agar nasabah termotivasi untuk menabung dan merasakan kepuasan atas jasa yang ditawarkan PT. BPRS Ampek Angkek Canduang. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh analisis dampak layanan tabungan bajapuik pada sebuah bank dapat mempengaruhi motivasi nasabah untuk menabung dituangkan dalam penulisanskripsi yang berjudul **"Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso)".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kecilnya motivasi pedagang di pasar Baso yang menabung pada BPRS Ampek Angkek Canduang.
2. Waktu penjemputan tabungan yang kurang tepat.
3. Kurang maksimalnya pelayanan dari marketing funding.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka diperlukan pembatasan masalah yang diteliti. Batasan ini memberikan gambaran kemana arah penelitian dan memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan yang sedang diteliti. Penelitian ini hanya membahas mengenai analisis dampak layanan tabungan bajapuik terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah adalah bagaimana dampak layanan tabungan bajapuik terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis motivasi menabung pedagang di pasar Baso terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi bank, akademis dan juga peneliti. Dan manfaat penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Secara akademik, penelitian ini berguna untuk persyarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Bukittinggi.
2. Bagi Praktisi (Institusi/Masyarakat), penelitian ini bermanfaat Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan informasi dalam menambah ilmu pengetahuan tentang dampak layanan tabungan bajapuik terhadap motivasi pedagang untuk menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang.
3. Bagi pengembangan studi lanjut, penelitian ini bergunakan untuk menambah literatur pengetahuan dan keilmuan tentang tentang dampak layanan tabungan bajapuik terhadap motivasi pedagang untuk menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang.

G. Penjelasan Judul

Untuk menghindari adanya salah pengertian anatara penulis dan pembaca, serta untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang penelitian ini maka perlu kiranya memberikan penjelasan tentang konsep yang penulis gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Analisa	Aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria

	tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya.[4]
Tabungan Bajapuik	Teknik dimana petugas bank mendatangi ketempat usaha, rumah, dan atau kantor nasabah.
Motivasi	Suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu.[5]
Pedagang	Orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.[6]
Pasar Baso	Salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang.[7] Yang beralamat di Jl. Sumbar – Riau Tabek Pajang, Baso Kabupaten Agam Sumatera Barat.

Berdasarkan uraian di atas dapat diperjelas bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah suatu penelitian untuk menganalisis Dampak

[4] Makinuddin dan Tri Hadiyanto Sasongko, *Analisis Sosial - Bersaksi Dalam Advokasi Irigasi* (Bandung: AKATIGA, 2006), hal. 40

[5] Sardirman A. M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal.73

[6] Dini Hertita, *Setiap Pebisnis Harus Punya Buku Ini! Rahasia Meningkatkan Income dengan Pelayanan*, (Jakarta: Gramedia, 2018), hal. 2

[7] Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: Raja Garafindo Persada, 2003), hal. 67

Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

a. Layanan

a. Pengertian Layanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Selain itu pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.[8]

pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan dengan barang jadi.

---

[8] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 211-212.

2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
3) Produksi dan konsumsi dari pelayana tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik diatas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumennya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

b. Standar Mutu Pelayanan Bank Syariah

Standar mutu pelayanan bank syariah sama halnya dengan standar kualiatas yang dimiliki oleh bank syariah. Dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, bank syariah memiliki standar mutu pelayanan tersendiri yaitu: service excellence.

Service excellence adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk menfasilitasi kemudahan, pemenuhan, dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan.[9]

[9] M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal.212.

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui yaitu melayani dan pelayanan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu mengurus apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah excellent service yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan.[10]

Standar mutu pelayanan bank syariah adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Jadi, bisa dikatakan bahwa mutu pelayanan bank syariah seperti excellent service.

Keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah ditentukan oleh perilaku dan karakter petugas bank. Dalam persaingan yang semakin ketat dan era globalisasi dewasa lain,

[10] Nurlia, *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent,* Vol. 1, No. 2, Juni 2018 hal.19

peranan petugas bank memang peranan yang penting. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (nasabah).

Pelayanan juga dapat diartikan sebagai menolong, memudahkan, menyenangkan, dan bermanfaat bagi orang lain, pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.[11] Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa:

1) Adanya rangkaian sikap dan perilaku petugas bank.
2) Adanya komunikasi dengan nasabah.
3) Bertujuan untuk membantu dan menolong dan menyenangkan konsumen (nasabah) atau memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

c. Indikator Pelayanan

Menurut Kotler adalah Pelayanan yang merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut lukman adalah pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi lansung antara seseorang dengan orang lain secara fisik.

[11] M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar - dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012). hal.212.

Kualitas pelayanan merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk dapat memberikan kualitas yang berkesan ketika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai apa yang diharapkannya.

Menurut Parasuraman dkk, dalam jurnal Muliaty yang berjudul Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar‖, metode pengukuran Kualitas Pelayanan dapat diukur berdasarkan:

a) *Tangibles* (Bukti Langsung) : Kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Meliputi : Fasilitas Fisik, Perlengkapan, Pegawai, dan Sarana Komunikasi
b) *Reliability* (Kehandalan) : Kemampuan Perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan secara tepat waktu. Kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
c) *Responsiveness* (Ketanggapan) : Kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan secara cepat dan tanggap.
d) *Assurance* (Jaminan) : Pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Meliputi Pengetahuan dan Kemampuan Karyawan menangkap bahaya, risiko dan keraguraguan yang dilakukan oleh konsumen.

e) *Emphaty* (Empati) : Kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen, termasuk kepekaan terhadap kebutuhan konsumen. Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian kepada konsumen[12]

b. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Memahami perilaku konsumen (Nasabah) dan mengenal pelanggan merupakan tugas penting para produsen (Bank), untuk itu pihak produsen atau perusahaan yang menghasilkan suatu produk harus memiliki strategi yang jitu. perusahaan harus memahami konsep perilaku konsumen agar konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan melakukan transaksi pembelian dan merasakan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan sehingga konsumen menjadi pelanggan tunggal. Para produsen kebanyakan kurang dapat memahami motivasi yang lebih dalam mengenai konsumennya. Didalam hal ini produsen harus memahami konsep motivasi konsumen di dalam melakukan pembelian[13]

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari bahasa latin yakni *movere*, yang berarti "menggerakkan" (*tomove*). Secara bahasa motivasi berarti

[12] Nur Laili Maghfiroh, *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung* (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo), *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018, hal. 19.

[13] Nugroho J.setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 25

alasan, dorongan Atau motivasi adalah dorongan hati untuk bertindak mencapai suatu tujuan.[14]

Sedangkan secara terminonologi banyak para ahli yang memberikan batasan tentang pengertian motivasi diantaranya adalah:[15]

1. Menurut Sartain, Motivasi adalah suatu pertanyaan yang komplek dimana dalam suatu organisme yang mengarahkan tingkah laku terhadap suatu tujuan (*goal*) atau perangsang.
2. Menurut Chifford T. Morgan, motivasi bertalian dengan tiga hal yang sekaligus merupakan aspek-aspek dari pada motivasi. Ketiga hal tersebut adalah keadaan yang mendorong tingkahlaku (*Motiving states*), yaitu tingkah laku yang didorong oleh keadaan tersebut (*Motiving Behavior*), dan tujuan dari tingkah laku tersebut(*Goalor Endsof Such Behavior*).

Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi pada intinya adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang, secara disadari atau tidak disadari, untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu serta usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang ingin dicapai. Proses motivasi mencakup :[16]

---

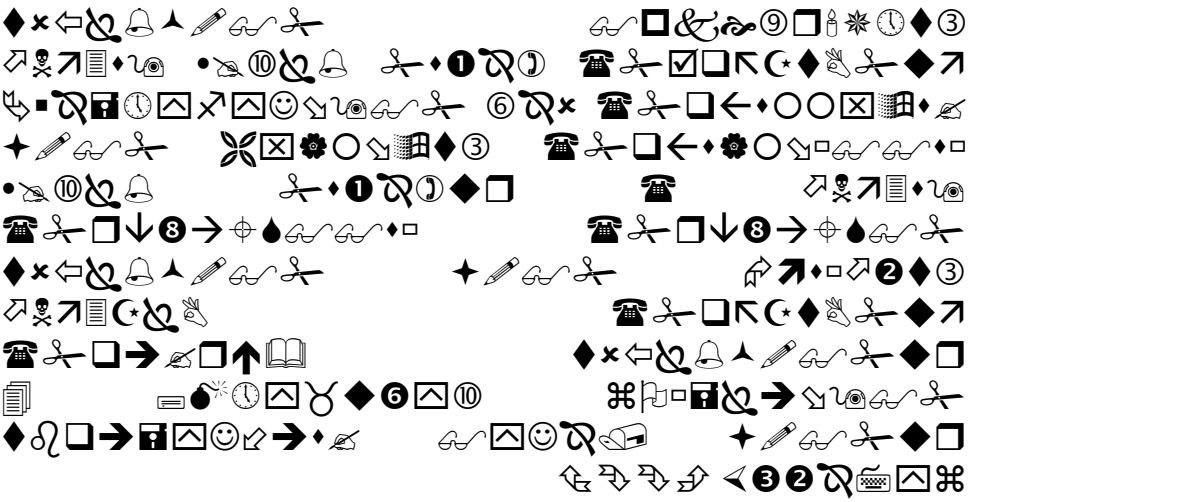
[14] Arep, Ishak & Tanjung Hendri, *Manajemen Motivas* , (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2003), hal. 33.

[15] Hamzah B.Uno, T*eori Motivasi &Pengukurannya*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 24.

[16] Arep, Ishak & Tanjung Hendri, *Manajemen Motivasi*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2003), hal. 33.

1. Pengenalan dan penilaian kebutuhan yang belum terpuaskan.
2. Penentuan tujuan yang akan memuaskan kebutuhan.
3. Penentuan tindakan yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan.

Dalam Al-Qur’an ditemukan beberapa statement baik secara eksplisit maupun implisit menunjukkan beberapa bentuk dorongan yang mempengaruhi manusia. Dorongan-dorongan dimaksud dapat berbentuk *instingtif* dalam bentuk dorongan naluriah, maupun dorongan terhadap hal-hal yang memberikan kenikmatan. Salah satu ayat Al-Qur’an yang bisa dijadikan rujukan tentang motivasi antara lain :



Artinya : “*Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan*”. (Q.S Al-Mujaadillah : 11).

Motivasi dalam Islam sangat erat kaitannya dengan masalah niat. Karena niat merupakan sebuah pendorong dalam melakukan sebuah kegiatan. Karena motivasi itu disebut juga pendorong maka penggerak dan pendorong itu tidak jauh dari naluri baik bersifat negatif ataupun positif dan sesungguhnya motivasi itu mengarahkan pada suatu tujuan. Seseorang yang bekerja dengan rajin dari pagi sampai malam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, termotivasi oleh kebutuhan yaitu, untuk memperoleh gaji atau laba dari perdagangan. Ketika seseorang termotivasi untuk bekerja, maka pada saat itu ia berniat untuk melakukannya. Atau sebaliknya, ketika ia berniat untuk bekerja, maka muncul motivasi untuk melakukannya. "Baik niat maupun motivasi dapat mempengaruhi keberadaan dan kualitas suatu perbuatan". [17]

Disini peranan motivasi itu sangat besar artinya dalam bimbingan dan mengarahkan seseorang terhadap tingkah laku keagamaan. Namun demikian ada motivasi tertentu yang sebenarnya timbul dalam diri manusia karena "terbukanya hati manusia terhadap hidayah Allah sehingga orang tersebut menjadi orang yang beriman dan kemudian dengan iman itulah melahirkan tingkah laku keagaman."

b. Jenis - Jenis Motivasi

Didalam motivasi, kita harus mengetahui dua jenis pembagian dari motivasi tersebut antara lain:

[17] Hamzah B.Uno , *Teori Motivasi & Pengukurannya*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 26.

1. Motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang. Motivasi jenis ini seringkali disebut dengan istilah motivasi instrinsik. Misalnya: seseorang siswa, tanpa disuruh oleh siapapun, setiap malam membaca buku pelajaran yang esok harinya akan dijelaskan oleh gurunya.
2. Motivasi dari luar yang berupa usaha pembentukan dari orang lain. Motivasi jenis ini seringkali disebut motivasi ekstrinsik. Misalnya: seorang siswa yang biasanya kurang rajin belajar kemudian menjadi rajin belajar karena gurunya menjanjikan kepada siapa saja yang memperoleh nilai terbaik pada mata pelajaran yang diajarkannya akan diberikan hadiah.

c. Dinamika Proses Motivasi

Agar pemberian motivasi berjalan dengan lancar, maka harus ada proses motivasi yang jelas karena motivasi konsumen yang dilakukan oleh produsen sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen untuk itu perusahaan selalu berusaha untuk membangun kepuasan konsumen dengan berbagai cara. Berikut adalah proses motivasi yang terdiri dari: “Tujuan, mengetahui kepentingan, komunikasi efektif, integrasi tujuan, dan fasilitas.”

Proses motivasi perlu untuk menyatukan tujuan perusahaan dan tujuan kepentingan konsumen. Tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba serta perluasan pasar, sedangkan tujuan konsumen adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Kedua kepentingan diatas harus disatukan dan untuk itu penting adanya penyesuaian motivasi. Perusahaan juga harus

memberikan fasilitas agar konsumen mudah mendapatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

d. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi

1. Metode Pemberian Motivasi

   Metode atau cara yang digunakan perusahaan dalam pemberian motivasi terdiri atas:[18]

   a) Metode Langsung (*Direct Motivation*)

      Motivasi langsung adalah motivasi (material atau pun non material) yang diberikan secara langsung kepada setiap konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Hal ini sifatnya khusus, seperti bonus, tunjangan, penghargaan terhadap pelanggan, dan lain-lain.

   b) Metode Tidak Langsung (*Indirect Motivation*)

      Metode tidak langsung adalah motivasi yang diberikan hanya merupakan fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah konsumen untuk melakukan pembelian. Seperti pelayanan yang memuaskan, kualitas barang ditingkatkan, dan lain sebagainya.

2. Bentuk Pemberian Motivasi

[18] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Kharisma Putra, 2013), hal. 37

Adapun bentuk motivasi yang diberikan oleh perusahaan dapat dalam bentuk “intensif positif dan intensif negatif.”

a) Motivasi Positif (*Insentif Positif*)

Didalam motivasi positif produsen tidak saja memberikan dalam bentuk sejumlah uang tapi juga memotivasi (merangsang konsumen) dengan memberikan diskon, hadiah, pelayanan yang optimum yang ditunjukkan pada diferensiasi dan *positioning* yang dilakukan kepada mereka yang melakukan pembelian dan yang akan melakukan pembelian.

b) Motivasi Negatif (*Insentif Negatif*)

Didalam motivasi negatif produsen memotivasi konsumen dengan standar pembelian, maka mereka akan mendapatkan ganjaran. Dengan motivasi negatif ini semangat konsumen dalam jangka waktu pendek akan meningkat untuk melaksanakan pembelian karena mereka mempunyai kepentingan terhadap kebutuhan tersebut.

e. Indikator Motivasi

Kita semua memiliki kebutuhan pada waktu tertentu, ada kebutuhan yang bersifat biogenik yaitu kebutuhan timbul dari keadaan tekanan psikologis seperti rasa lapar, rasa haus, atau rasa tidak nyaman. Dan kebutuhan psikogenik kebutuhan yang timbul dari keadaan tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan dan lain-lain.

Kebutuhan menjadi motif (motive) ketika kebutuhan itu meningkat sampai tingkat itensitas yang cukup sehingga mendorong kita untuk bertindak. Ada tiga teori yang terkenal tentang Motivasi manusia, yaitu teori Sigmund Freud, Abraham Maslow, dan Frederick Herzberg. Dari tiga teori tersebut membawa implikasi yang cukup berbeda bagi analisis konsumen dan strategi pemasaran.

1) Teori Freud

   Sigmund Freud Mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang membentuk perilaku seseorang adalah ketidaksadaran, dan bahwa seseorang tidak dapat memahami secara penuh motivasinya sendiri. Ketika seseorang mengamati suatu merek tertentu, ia tidak hanya bereaksi pada suatu kemampuan yang dinyatakan produk tersebut, tetapi juga pada tanda lain seperti Bentuk, ukuran, berat, bahan, warna, dan nama merek.

2) Teori Maslow

   Abraham Maslow berusaha menjelaskan bahwa mengapa orang didorong oleh kebutuhan tertentu pada waktu tertentu. Kebutuhan manusia diatur dari yang paling menekan sampai yang paling tidak menekan. Orang-orang berusaha memuaskan kebutuhan terpentingnya terlebih dahulu. Ketika seseorang berhasil memuaskan sebuah kebutuhan penting maka ia akan berusaha memuaskan kebutuhan penting berikutnya.

3) Teori Herzberg

Frederick Herzberg mengembangkan teori dua faktor yang membedakan yaitu faktor ketidakpuasan dan kepuasan. Teori Herzberg mempunyai dua implikasi. Pertama, penjual harus melakukan yang terbaik untuk menghindari ketidakpuasan (misalnya, pelatihan yang buruk atau kebijakan layanan yang buruk). Kedua, penjual harus mengidentifikasi setiap kepuasan atau memotivator utama pembelian dipasar dan kemudian memasok mereka.[19]

Dari berbagai teori yang dikemukakan para ahli penelitian ini mengacu pada teori kesimpulan dari Ali Hasan bahwa Motivasi yang mendorong masyarakat untuk menggunakan Jasa bank syari'ah dibagi menjadi dua yaitu Motivasi Internal dan Eksternal. Berikut indikatornya :

1) Motivasi Internal terdiri dari: Motivasi Personal atas dasar kemauan diri sendiri, tuntutan bagi hasil yang jujur sesuai kesepakatan, sistem bagi hasil yang halal sesuai ajaran islam, menjalankan syari'at islam yang tidak adanya riba sesuai visi dan misi islam, kerelaan membantu orang lain atau tolong menolong.
2) Motivasi Eksternal terdiri dari pengaruh dari orang lain seperti anggota keluarga, teman, tetangga dan lainnya, keamanan saat bertransaksi, pelayanan dengan prosedur yang mudah, komunikasi yang efektif dari pegawai, serta ketetapan janji, kecepatan dan

[19] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 179

ketepatan dalam transaksi, hingga promosi seperti papan iklan, iklan tv, brosur, tawaran pegawai, variasi produk dan nama bank.[20]

f. Motivasi Menabung

Motivasi menabung adalah keadaan dalam diri setiap orang yang menjadi pendorong individu dan menimbulkan suatu tindakan yang akan mengarahkannya pada keinginan menabung yang dicapai untuk memenuhi kebutuhan kedepannya. Contoh: Suryowati seorang nasabah bank mengatakan bahwa alasan utama mengapa dirinya menabung di bank yaitu karena "keamanan, karena kalau simpan di rumah kita kan nggak tahu risiko keamanannya, resiko keamanan yang dimaksud bukan hanya sekedar resiko dari kejahatan melainkan resiko musibah seperti kebakaran atau lainnya".

menabung ialah menahan mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan akan digunakan untuk dimasa yang akan datang. Anggaran pemenuhan kebutuhan yang telah dialokasikan dari dana pendapatan rumah tangga dikelola sebaik mungkin oleh seorang ibu rumah tangga agar tidak melebihi anggaran yang ada sehingga akan berakibat melakukan kegiatan peminjaman uang (hutang). Sedangkan pendapatan yang berlebihan akan lebih baiknya untuk dilakukan kegiatan menabung yang berguna sebagai dana jaga-jaga didalam keluarga.[21]

Menabung membutuhkan beberapa motivasi didalamnya begitu

---

[20] Atina Rahmi Arba'ati, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Persepsi Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syari'ah* (Skripsi Program Sarjana ilmu Perbankan Syari'ah, IAIN Salatiga, Salatiga, 2016), hal. 32

[21] Mulyadi, S dan Trizki L, *Financial Parenting Menjadikan Anak Cerdas dan Cermat Mengelola Uang*, (Jakarta : Noura Books, 2012), hal. 90.

pula dengan ibu rumah tangga yang bekerja dan tidak bekerja yakni memiliki perencanaan menabung dengan motivasinya masing-masing. Ada banyak cara mengelola keuangan yang tepat dan mudah agar terbiasa menabung meski pemasukan rendah. Sehingga sumber pendapatan keluarga yang berasal dari suami saja dapat ditabung dengan optimal sesuai tujuan menabung apabila memiliki cara pengelolaan keuangan, bentuk tabungan dan tempat menabung yang tepat. Tempat menabung biasa dilakukan dilembaga keuangan guna meningkatkan laju perkonomian suatu wilayah dimana saat ini sudah banyak tersedia di berbagai kota serta merambah di kecamatan dan desa terpencil. Tempat menabung yang telah tersedia diberbagai pelosok dapat membantu memperlancar ekonomi keluarga yang ingin menyimpan maupun meminjam dana sehingga bisa mendongkrak roda perekonomian masyarakat.

c. Pedagang

a. Pengertian Pedagang

Perdagangan atau perniagaan pada umumnya ialah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau pada waktu yang berikut dengan maksud untuk memperoleh keuntungan. Dalam Buku Bab1 Pasal 2 sampai dengan Pasal 5 KUHD diatur tentang pedagang dan perbuatan perdagangan. Pedagang adalah orang yang melakukan perbuatan perdagangan sebagaipekerjaan sehari-hari (Pasal 2 KUHD). Pengertian perdagangan atau perniagaan

dalam Pasal 3 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) adalah membeli barang untuk dijual kembali dalam jumlah banyak atau sedikit,masih berupa bahan atau sudah jadi, atau hanya untuk disewakan pemakaiannya.[22]

Dalam konteks usaha mikro, pedagang Mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berskala kecil yang banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat lapisan bawah dengan sektor informal atau perekonomian subsisten, dengan cirri-ciri tidak memperoleh pendidikan formal yang tinggi, keterampilan rendah, pelanggannya banyak berasal dari kelas bawah, sebagian pekerja adalah keluarga dan dikerjakan secara padat karya serta penjualan eceran, dengan modal pinjaman dari bank formal kurang dari dua puluh lima juta rupiah guna modal pinjaman dari bank formal kurang dari dua puluh lima juta rupiah guna modal usahanya.[23]

Didalam aktivitas perdagangan, Pedagang adalah orang atau instusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi: pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran. Sedangkan menurut pendangan sosiologi ekonomi

[22] Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 41.

[23] Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 42.

membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokan menjadi :

1. Pedagang profesonal yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan / sumber dana satu-satunya begi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi-profesonal yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
3. Pedagang Subsitensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsitensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian kepasar desa atau kecamatan.
4. Pedagang Semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak diharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

b. Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang dipasar tradisonal menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu :[24]

1) Jumlah pedagang yang saling meningkat

Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisonal dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.

2) Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, keberasilan dan ketertiban.

Para pedagang yang umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan oleh para pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi atau pelatihan secara berkala terhadap pedagang.

3) Pemahaman yang rendah terhadap konsumen selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang tidak bisa mengikutinya karena terbatasnya pengetahuan dan informasi.

Mereka pada umumnya berkembang secara alamiah tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan. Masalah yang bisa dihadapi oleh pedagang dipasar tradisonal adalah kekurangan modal apalagi ditambah dengan inflasi yang tidak menentu.

c. Ciri-ciri Pedagang Tradisonal

[24] Sakur, *Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan* :Studi Perspektif Etika Bisnis Islam, Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019 hal.9-10

Adapun ciri-ciri dari pedagang pasar tradisonal adalah sebagai berikut[25]:

1) Modal yang mereka punya relative kecil

   Para pedagang tak mempunyai keberanian mendatangi bank umum untuk memperoleh modal, mengingat rumitnya prosedur dan persyaratan yang sulit mereka penuhi. Apalagi kebanyakan dari mereka buta huruf dan tak punya asset sebahagiaan jaminan. Akhirnya mereka-meraka berpaling pada rentenir, yang setiap saat mampu memberikan pinjaman dengan cepat, tanpa butuh waktu lama dan proses yang rumit.

2) Biasanya mereka melakukan perdagangan hanya memenuhi kebutuhan saat itu.

   Maksudnya para pedagang tradisonal biasanya kurang memperhitungkan adanya tabungan masa depan. Pendapatan yang mereka dapatkan lansung mereka belikan ke barang dagangan, beli keperluan sehari-hari dan tentunya membayar cicilan hutang.

3) Pendidikan para pedagang relative rendah bahkan buta huruf sehingga mereka kurang melihat prospek masa akan datang, bagi mereka perdagangan yang mereka lakukan selama telah memenuhi kebutuhan sudah cukup. Lebih cenderung memilih melakuan pinjaman kepada rentenir karena prosesnya mudah.

d. Pasar

a. Pengetian Pasar

[25] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), hal. 37.

Pasar merupakan tempat perjumpaan antara pembeli dan penjual, dimana barang/jasa atau produk dipertukarkan antara pembeli dan penjual. Selain itu Pasar juga suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang / jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati antara pembeli dan penjual.[26]

Ukuran kerelaan dalam pertukaran tersebut biasanya akan muncul suatu tingkat harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan tersebut. Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi:[27]

a. Menurut segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa macam,di antaranya:
    a) Pasar tradisional
    b) Pasar raya
    c) Pasar abstrak
    d) Pasar konkrit
    e) Toko swalayan
    f) Toko serba ada,dll
b. Berdasarkan jenis barang yang dijual, pasar dibedakan menjadi beberapa macam di antaranya:

[26] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset terbit: 2011) hal. 5
[27] Satria, *Pasar Modern Dan Pasar Tradisional* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 3

a. Pasar ikan

b. Pasar sayuran

c. Pasar buah-buahan

d. Pasar barang elektronik

e. Pasar barang perhiasan

f. Pasar bahan bangunan

g. Bursa efek dan saham,dll

b. Bentuk Struktur Pasar

Didalam pasar terdapat beberapa bentuk bentuk dari struktur pasar itu sendiri, diantaranya adalah sebagai berikut [28] :

1. Pasar Persaingan Sempurna

   Jenis pasar persaingan sempurna terjadi ketika jumlah produsen sangat banyak sekali dengan memproduksi produk yang sejenis dan mirip dengan jumlah konsumen yang banyak. Contoh produknya adalah seperti beras, gandum, batubara, kentang, dan lain-lain. Adapun sifat-sifat pasar persaingan sempurna:

   a. Barang yang dijual sejenis, serupa dan mirip satu sama lain, sehingga para pembeli tidak dapat membedakan produk yang dihasilkan antara produsen A dan produsen B.

   b. Penjual bersifat pengambil harga (*price taker*), yaitu penjual tidak dapat menentukan atau merubah harga dikarenakan harga pasar ditentukan oleh interaksi antara produsen dengan pembeli.

[28] Assauri, S. *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), hal. 17.

c. Harga ditentukan mekanisme pasar permintaan dan penawaran (*demandand supply*)
d. Posisi tawar konsumen kuat
e. Jumlah penjual dan pembeli banyak
f. Sulit memperoleh keuntungan diatas rata-rata
g. Sensitif terhadap perubahan harga
h. Mudah untuk masuk dan keluar dari pasar, yaitu apabila seorang penjual mengalami kerugian dapat langsung meninggalkan pasar dan begitu sebaliknya.
i. Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan di pasar Artinya bahwa pembeli mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan – perubahan keatas harga tersebut.

Pasar persaingan sempurna memiliki bebarapa kebaikan dibandingkan pasar – pasar yang lainnya antara lain:

a. Persaingan sempurna memaksimumkan efisiensi
b. Kebebasan bertindak dan memilih

Adapun beberapa kelemahan atau keburukan dari system pasar persaingan sempurna yang saat ini adalah:

a. Persaingan sempurna tidak mendorong inovasi
b. Persaingan sempurna adakalanya menimbulkan biaya sosial
c. Membatasi pilihan konsumen
d. Biaya produksi dalam persaingan sempurna mungkin lebih tinggi

e. Distribusi pendapatan tidak selalu merata

2. Pasar Monopolistik

Struktur pasar monopolistik terjadi manakala jumlah produsen atau penjual banyak dengan produk yang serupa/sejenis, namun dimana konsumen produk tersebut berbeda – beda antara produsen yang satu dengan yang lain. Contoh produknya adalah seperti makanan ringan (snack), nasi goreng, pulpen, buku, dan sebagainya. Sifat - sifat pasar monopolistik:

a. Adanya differensiasi produk (produk yang dijual mungkin sama namun memiliki perbedaan satu sama lain)
b. Mirip dengan pasar persaingan sempurna
c. Brand yang menjadi ciri khas produk berbeda-beda
d. Produsen atau penjual hanya memiliki sedikit kekuatan merubah harga
e. Relatif mudah keluar masuk pasar
f. Promosi penjualan harus aktif.

Pada pasar ini harga bukan merupakan pendongkrak jumlah konsumen, melainkan kemampuan perusahaan menciptakan citra baik dimata konsumen, sehingga dapat menimbulkan fanatisme terhadap produk.

Selain itu ada beberapa poin dari Pasar Monopolistik yang memiliki nilai kebaikan sebagai berikut:

a. Banyaknya produsen dipasar memberikan keuntungan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang terbaik baginya.
b. Kebebasan keluar masuk bagi produsen, mendorong produsen untuk selalu melakukan inovasi dalam menghasilkan produknya.
c. Diferensiasi produk mendorong konsumen untuk selektif dalam menentukan produk yang akan dibelinya, dan dapat membuat konsumen loyal terhadap produk yang dipilihnya.

Ada beberapa kelemahan yang dapat kita ketahui dari Pasar Monopolistik diantaranya sebagai berikut:

a. Pasar monopolistik memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan. Sehingga produsen yang tidak memiliki modal dan pengalaman yang cukup akan cepat keluar dari pasar.
b. Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk kedalam pasar monopolistik, karena pemain pasar didalamnya memiliki skala ekonomis yang cukup tinggi.
c. Pasar ini mendorong produsen untuk selalu berinovasi, sehingga akan meningkatkan biaya produksi yang akan berimbas pada harga produk yang harus dibayar oleh konsumen.

3. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah suatu bentuk persaingan pasar yang di dominasi oleh beberapa produsen atau penjual dalam satu wilayah area. Contoh industri yang termasuk oligopoli adalah industri semen di

Indonesia, industri mobil di Amerika Serikat, dan sebagainya. Sifat – sifat pasar oligopoli:

a. Harga produk yang dijual relatif sama.
b. Pembedaan produk yang unggul merupakan kunci sukses.
c. Sulit masuk ke pasar karena butuh sumber daya yang besar.
d. Perubahan harga akan diikuti perusahaan lain.

Ada beberapa kelebihan yang dapat kita ketahui dari Pasar - pasar oligopoli yaitu sebagai berikut :

a. Adanya efisiensi dalam menjalankan kegiatan produksi.
b. Persaingan di antara perusahaan akan memberikan keuntungan bagi konsumen dalam hal harga dan kualitas barang.

Selain itu ada beberapa kelemahan yang dapat kita ketahui dari Pasar- Pasar oligopoli yaitu sebagai berikut :

a. Dibutuhkan investasi dan modal yang besar untuk memasuki pasar, karena adanya skala ekonomis yang telah diciptakan perusahaan sehingga sulit bagi pesaing baru untuk masuk kedalam pasar.
b. Apabila terdapat perusahaan yang memiliki hak paten atas sebuah produk, maka tidak memungkinkan bagi perusahaan lain untuk memproduksi barang sejenis.
c. Perusahaan yang telah memiliki pelanggan setia akan menyulitkan perusahaan lain untuk menyainginya

4. Pasar Monopoli

Pasar monopoli akan terjadi jika di dalam pasar konsumen hanya terdiri dari satu produsen atau penjual. Contohnya seperti *microsof twindows*, Perusahaan Listrik Negara (PLN), perusahaan kereta api (perumka), dan lain sebagainya. Sifat-sifat pasar monopoli:

a. Hanya terdapat satu penjual atau produsen.
b. Harga dan jumlah kuantitas produk yang ditawarkan dikuasai oleh perusahaan monopoli.
c. Umumnya monopoli dijalankan oleh pemerintah untuk kepentingan hajat hidup orang banyak.
d. Sangat sulit untuk masuk ke pasar karena peraturan undang-undang maupun butuh sumber daya yang sulit di dapat.
e. Hanya ada satu jenis produk tanpa adanya alternatif pilihan.
f. Tidak butuh strategi dan promosi untuk sukses.

Adapun beberapa faktor yang dapat kita ketahui dari terjadinya pasar monopoli yang ada pada saat ini adalah

a. Modalnya besar.
b. Memiliki keahlian tertentu.
c. Adanya pasar yang terbatas.

Ada beberapa kebaikan yang dapat kita ketahui dari pasar monopoli yang ada pada saat ini yaitu :

a. Memiliki keuntungan lebih.
b. Dapat menurunkan biaya produksi.
c. Lebih efisien.

d. Harganya lebih bersaing.

Ada beberapa kelemahan yang dapat kita ketahui dari pasar monopoli yang ada pada saat ini yaitu :

a. Menciptakan ketidakadilan.
b. Adanya unsur eksploitas faktor-faktor terhadap produksi.
c. Boros dalam sumber daya ekonomi.

e. Perbankan Syariah

a. Pengertian

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal dengan *Islamic Banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal-usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupa mengakomodasi desakan dari barbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya, adalah berkaitan dengan pelarangan praktik riba, kegiatan *maisir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidak jelasan).[29]

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank Syariah, adalah bank yang peroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan

[29] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 5.

berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW. Atau dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah (1) bank yang peroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam; (2) adalah bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadis.[30]

Sementara bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beropersinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsure-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

b. Karakteristik bank syariah

Prinsip syariah Islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan investasi yang merupakan landasan aktivitas ekonomi dalam masyarakat.

---

[30] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 6

Bank syariah ialah bank yang berasaskan, antara lain, pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik, antara lain, sebagai berikut [31]:

1) Pelanggaran riba dalam berbagai berikutnya.
2) Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*).
3) Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas.
4) Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif.
5) Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang.
6) Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank Syariah tidak menggunakan bungan sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bungan merupakan riba yang diharamkan. Berbeda dengan non-syariah, bank syariah tidak membedakan secara tegas antara sektor moneter dan sector riil sehingga dalam kegiatan usahanya dapat melakukan transaksi-transaksi sector riil, seperti jual beli dan sewa menyewa. Disamping itu, bank syariah juga dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh

[31] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 7

imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.[32]

c. Sumber dana bank syariah

Dana bank adalah uang tunai yang dimiliki oleh bank ataupun aktiva lancar yang dikuasai oleh bank dan setiap waktu dapat diuangkan Kasmir. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai, atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank tidak hanya berasal dari para pemilik bank itu sendiri,tetapi juga berasla dari titipan atau penyertaan dana orang lain atau pihak lain yang sewaktu-waktu atau pada suatu saat tertentu akan ditarik kembali, baik sekaligus ataupun secara berangsur-angsur.[33]

Berdasarkan data empiris selama ini, dana yang berasal dari para pemilik bank itu sendiri, ditambah cadangan modal yang berasal dari akumulasi keuntungan yang ditanam kembali pada bank, hanya sebesar 7 sampai 8% dari total aktiva bank. Banhkan di Indonesia rata-rata jumlah modal dan cadangan yang dimiliki oleh bank-bank belum pernah melebihi 4% dari total aktiva. Ini berarti bahawa sebagaian besdar modal kerja bank

---

[32] Syafe`I M, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta : PT. Dana Bakhti Wakaf, 1997), hal. 27

[33] Syafe`I M, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta : PT. Dana Bakhti Wakaf, 1997) ,hal. 27-28

berasal dari masyarakat, lembaga keuangan lain dan pinjaman likuiditas dari bank sentral.

Dalam pandangan syariah, uang bukanlah merupakan suatu komoditas melainkan hanya sebagai alat untuk mencapai pertambahan nilai ekonomis (*economic added value*). Hal ini bertentangan dengan perbankan berbasis bunga di mana "uang mengembangbiakkan uang", tidak peduli apakah uang itu dipakai dalam kegiatan produktif atau tidak.

Untuk menghasilkan keuntungan, uang harus dikaitkan dengan kegiatan ekonomi dasar (primary economic activities), baik secara langsung melalui transaksi seperti perdagangan, industry manufaktur, sewa-menyewa, dan lain-lain, atau secara tidak langsung melalui penyertaan modal guna melakukan salah satu atau seluruh kegiatan usaha tersebut.

Berdasarkan prinsip tersebut bank syariah dapat menarik dana pihak ketiga atau masyarakat dalam bentuk[34]:

1. Titipan (wadiah) simpanan yang dijamin keamanan pengembaliannya (guaranteed deposit) tetapi tanpa memperoleh imbalan atau keuntungan.
2. Partisipasi modal berbagi hasil dan berbagi resiko untuk investasi umum (*mudharabah mutlaqah*) di mana bank akan membayar bagian keuntungan secara proporsional dengan portofolio yang didanai dengan modal.

[34] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 16

3. Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah*) di mana bank bertindak sebagai manajer investasi sedangkan investor sepenuhnya mengambil risiko atas investasi itu.

Dengan demikian, sumber dana bank syariah terdiri dari: Modal Inti (*core capital*), Kuasi ekuitas (*mudharbah account*), Titipan (wadiah) atau simpanan tanpa imbalan (*non remunerated deposit*).

f. Hubungan antara layanan dengan motivasi menabung

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini berarti terbukti hubungan kualitas layanan dan kepuasan nasabah tidak lepas dari pembicaraan kreativitas layanan perbankan untuk dapat menciptakan suatu layanan yang berkualitas, selain itu pihak bank juga harus mampu untuk dapat mengidentifikasi tingkat nasabahnya, sehingga dapat memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas kualitas yang telah diberikan oleh pihak Bank[35].

Jadi terjadi perbedaan persepsi antara nasabah satu dengan nasabah lainnya dalam menilai kinerja bank tersebut antara lain terjadinya kesalahan dalam melakukan pencatatan keuangan, kemampuan dalam memperhatikan keluhan nasabah, karyawan yang tidak bersikap profesional dan ramah, karyawan yang tidak mampu menjawab pertanyaan nasabah, banyaknya kantor, informasi produk yang kurang jelas.

[35] Kusworo Octarika, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Lokasi Sebagai Variabel* Moderating (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), hal.14.

Dari hasil pembahasan dan hasil uji statistik penelitian Hendri Triandini menunjukan bahwa layanan jemput bola tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah DPK dan jumlah nasabah. Akan tetapi, variabel lainnya seperti margin/*rate*, dan KPMM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah DPK dan jumlah nasabah.[36]

Motivasi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah dengan bentuk pengaruhnya adalah positif dikarenakan nilai koefisien regresi motivasi nasabah bernilai positif. Hal ini berarti semakin baiknya motivasi nasabah berakibat kepada meningkatnya keputusan nasabah uuntuk menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang dan begitu pula sebaliknya.

Penelitian Hesti Mayasari dkk menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang dengan bentuk pengaruhnya adalah positif dikarenakan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,374. Hal ini berarti semakin baiknya kualitas pelayanan berakibat kepada semakin meningkatnya keputusan nasabah untuk menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang dan begitu pula sebaliknya.[37]

Penelitian Muhammad Arif Sholahuddin tentang Peranan Sistem Doku Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada PT. BPRS Lantabur

---

[36] Hendri Triandini, *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah*: Studi Pada Bprs Artha Karimah Irsyadi, *Jurnal Etikonomi*, Vol. 12, No. 2, Oktober, 2013.

[37] Hesti Mayasari dkk, *Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 8, No. 2, Mei, 2017.

menunjukkan bahwa peran sistem doku dalam meningkatkan motivasi menabung nasabah sangat berperan penting. Nasabah mengaku kemudahan yang ditawarkan oleh sistem doku membuat nasabah ingin menabung . Kemudahan tersebut antara lain nasabah tidak perlu lagi mendatangi kantor bank dan mengantre lagi untuk menabung di bank, serta tidak ada batas jumlah setoran,berapapun jumlah uang yang ingin ditabung akan diterima oleh petugas sistem doku.[38]

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh **Ryan Pratama dan Lena Farida** (2016) tentang **"Pengaruh Pelayanan Tabungan Bajapuik Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmur Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat ".** Hasil penelitiannya adalah bahwasanya kualitas pelayanan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmuk saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmur.[39]
2. Penelitian yang dilakukan oleh **Elfira Khusma Fairuz** (2015) tentang **"Pengaruh Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Menabung di**

[38] Muhammad Arif Sholahuddin dan A'rasy Fahrullah, *Peranan Sistem Doku Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada PT. BPRS Lantabur, Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 3, Tahun 2019.

[39] Ryan Pratama Putra dan Lena Farida, *Pengaruh Pelayanan Tabungan Bajapuik Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmur Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat* , Jom FISI , Vol. 3, No. 2, Oktober, 2016.

Bank Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah)" Hasilnya Terbukti bahwa motivasi mahasiswa dipengaruhi oleh *physiological needs, safety needs, social needs, esteem needs* dan *self actualization needs* untuk keputusan menabung di bank syariah.[40]

3. Penelitian yang dilakukan oleh **Hendri Triandini** (2013) tentang **"Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk *Funding* Terhadap DPK Dan Jumlah Nasabah (Studi Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi)".** Hasilnya menunjukan bahwa layanan jemput bola tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah DPK dan jumlah nasabah. Akan tetapi, variabel lainnya seperti margin/*rate*, dan KPMM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah DPK dan jumlah nasabah.[41]
4. Penelitian yang dilakukan oleh Hesti Mayasari, dkk (2017) tentang **"Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang".** Hasilnya motivasi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang. Uji F menghasilkan motivasi nasabah dan kualitas pelayanan secara bersamaan

---

[40] Fairuz Elfira Khusma, *Pengaruh Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah* (Studi Kasus Perbankan Syariah), *Skripsi* ,IAIN Talungagung, 2012.

[41] Hendri Triandini, *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah* : Studi Pada Bprs Artha Karimah Irsyadi, *Jurnal Etikonomi*, Vol. 12, No. 2, Oktober, 2013.

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Sinarmas Syariah Padang.[42]

5. Penelitian yang dilakukan **Muhammad Arif Sholahuddin dan A'rasy Fahrullah (2019)** tentang **"Peranan Sistem Doku Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada PT. BPRS Lantabur".** Hasilnya menunjukkan bahwa peran sistem doku dalam meningkatkan motivasi menabung nasabah sangat berperan penting. Nasabah mengaku kemudahan yang ditawarkan oleh sistem doku membuat nasabah ingin menabung.[43]

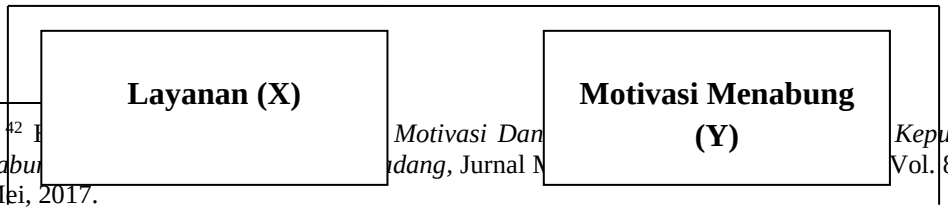
Berdasarkan penelitian sebelumnya maka ditarik kesimpulan yang membedakan dengan penelitian ini adalah dimana belum ada menjelaskan tentang "Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pasar Baso).

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Hubungan tabungan bajapuik terhadap motivasi pedagang menabung:

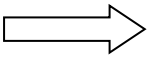
Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



[42] I... *Motivasi Dan* ... *Keputusan Menabu*... *dang*, Jurnal M... Vol. 8, No. 2, Mei, 2017.

[43] Muhammad Arif Sholahuddin dan A'rasy Fahrullah, *Peranan Sistem Doku Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada PT. BPRS Lantabur*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 3, Tahun 2019.



D. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara, merupakan suatu kontruk yang masih perlu dibuktikan, suatu kesimpulan yang belum teruji kebenarannya. [44]

Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas searah pengujinya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik sebagai objek pengujian maupun dalam pengumpulan data.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H0 = Diduga layanan tidak berpengaruh terhadap motivasi menabung pedagang

H_1 = Diduga layanan berpengaruh terhadap motivasi menabung pedagang

[44] Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualtitatif dan Gabungan)*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 130.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut pendekatannya penelitian ini merupakan penelitian lapangan yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode penelitian diartikan sebagai cara-cara yang sistematik atau prosedur untuk memeriksa atau menyelidiki sesuatu secara hati-hati. Penelitian adalah cara-cara sistematik untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan.[45]

Berdasarkan jenis data pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat bahwa datanya bersifat kuantitatif atau angka - angka statistik ataupun koding - koding yang dapat dikuantifikasi. Data tersebut berbentuk variabel - variabel dan operasioalnya dengan skala tertentu, misalnya skala nominal, ordinal, interval dan ratio.[46]

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang khususnya pada pedagang pasar Baso Kab. Agam.

---

[45] Zulganef, Metode *Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), hal. 7-8.
[46] Zulganef, Metode *Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), hal. 259.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.[47] Melalui penyebaran angket, yakni teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan-pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Dalam hal ini responden yang peneliti tunjuk adalah pedagang pasar Baso Kab. Agam.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber- sumber yang telah ada. Data sekunder diperoleh dari laporan-laporan, instansi lain yang terkait dan dokumentasi pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang. [48]

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa manusia, gejala-gejala, benda-benda, pola sikap, tingkah laku dan lain sebagainya yang menjadi objek penelitian. [49] Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPRS Ampek Angkek Canduang yang menggunakan jasa perbankan pada saat penelitian, yang berjumlah 170 nasabah.

---

[47] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2015), hal. 16.

[48] Misbahuddin dan Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), hal. 21.

[49] Mahi M. Hikmat, Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), hal. 60.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. [50] Adapun metode pengumpulan sampel yang digunakan untuk menghemat waktu, biaya, dan tenaga, maka penelitian ini menggunakan *converence sampling*, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja. [51] Adapun penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, menggunakan rumus Slovin :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas kesalahan (10 %)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara :

$$n = \frac{170}{1 + 170\ (10\ \%)^2}$$

$$= 63$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diasumsikan bahwa 63 orang responden tersebut dapat mewakili dari keseluruhan populasi yang ada.

---

[50] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hal. 116.

[51] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2015), hal. 33.

E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Berikut ini adalah pengukuran masing-masing variabel yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel ini dinyatakan dalam tanda (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah motivasi menabung. Motivasi menabung adalah keadaan dalam diri setiap orang yang menjadi pendorong individu dan menimbulkan suatu tindakan yang akan mengarahkannya pada keinginan menabung yang dicapai untuk memenuhi kebutuhan kedepannya.

2. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain.[52] Variabel ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah layanan. Layanan adalah aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Selain itu pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam

[52] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif,* (Jakarta : Kencana, 2015), hal. 33.

pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

F. Instrumen Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert ini terdiri dari angka 1 sampai 5, untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = Diberi skor 1
2. Tidak Setuju (TS) = Diberi skor 2
3. Ragu-ragu (RR) = Diberi skor 3
4. Setuju (S) = Diberi skor 4
5. Sangat Setuju (SS) = Diberi Skor 5. [53]

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Layanan (X)	1. Bukti langsung	1,2,3
	2. Keandalan	4,5,6
	3. Daya tanggap	7,8,9
	4. Jaminan	10,11,12
	5. Empati	13,14,15
Motivasi Menabung (Y)	1. Motivasi Internal	16,17,18
	2. Motivasi Eksternal	19,20,21

Sumber : Peneliti

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sebuah kuesioner yang digunakan dalam penelitian harus valid. Arti valid yaitu mampu menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.

---

[53] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung :Alfabeta, 2014), hal. 132-133.

Dengan kriteria pengujian jika korelasi atau butir dengan skor total lebih dari 0,3 maka instrument tersebut dinyatakan valid, atau sebaliknya jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3, maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan α = 0,05, maka koefisien tersebut signifikan. Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r = 0,3.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 dengan kriterium uji bila *correlated item-total correlation* lebih besar dibandingkan dengan 0,3 maka data merupakan konstruk yang kuat (valid).[54]

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 20 dengan model *Alpha*

[54] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hal. 188.

Cronbach's yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Menurut Sayuti, kuesioner dinyatakan *reliable* jika mempunyai nilai koefisien *alpha*, maka digunakan ukuran kemantapan *alpha* yang diinterpretasikan sebagai berikut [55]:

Tabel 3.2
Nilai *Alpha Cronbach's*

Nilai Alpha Cronbach's	Kualifikasi Nilai
0,00 – 0,20	Kurang *reliable*
0,21 – 0,40	Agak *reliable*
0,41 – 0,60	Cukup *reliable*
0,61 – 0,80	*Reliable*
0,81 – 1,00	Sangat *reliable*

Sumber :(Suharsimi Arikunto : 2008)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk di analisis dengan menggunkan statistik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.[56]

Selain itu uji normalitas juga bisa berdasarkan Kolmogorov Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data

[55] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2008), hal. 109.
[56] Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), hal. 278-279.

berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.[57]

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi diharuskan tidak adanya autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut *(time series)* karena "gangguan" pada seseorang / kelompok cenderung mempengaruhi "gangguan" pada individu / kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Pada data *crossection* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena "gangguan" pada observasi yang berbeda berasal dari autokorelasi. Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada tidaknya adalah uji Durbin-Watson (DW).[58]

Tabel 3.3
Klasifikasi Nilai *d*

Nilai *d*	Keterangan
< 1, 10	Ada autokorelasi
1,10 – 1,54	Tidak ada kesimpulan
1,55 – 2,46	Tidak ada kesimpulan
2,46 – 2,90	Tidak ada kesimpulan
> 2,91	Ada autokorelasi

Sumber : (Iqbal Hasan : 2008)

[57] Singgih Santoso, *Statistik Non Parametrik Edisi Revisi,* (Jakarta : PT. Elex Media Kompuindo, 2014) hal. 81.

[58] Iqbal Hasan,, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif),* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008), hal.290.

H. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode-metode sebagai berikut :

1. Angket (Kuesioner)

Menurut Sekaran mengungkapkan bahwa kuesioner adalah seperangkat pertanyaan tertulis yang sudah dirumuskan sebelumnya, dimana responden menulis atau mencatat jawaban mereka, umumnya dalam beberapa alternatif yang telah ditentukan terlebih dahulu. [59]

Metode ini merupakan metode utama dalam mencari dan mengumpulkan data yang berkenaan dengan Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pasar Baso)".

2. Observasi

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi dapat digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.[60] Penelitian ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung sehingga dapat menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh PT. BPRS Ampek Angkek Canduang.

---

[59] Zulganef, *Metode Penelitian Sosial Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), hal. 166.

[60] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2014), hal. 203.

Data yang diperoleh dari observasi ini yaitu penulis dapat mengetahui tata letak kantor dan struktur organisasi perusahaan.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini metode data yang digunakan sebagai berikut :

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskiptif adalah statistik yang digunakan untuk mengalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.[61]

2. Regresi Linear Sederhana

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui permodelan hubungan antara variabel dependen dan satu variabel independen, yaitu : Pengaruh variabel Layanan (X) dan Motivasi Menabung (Y). Persamaan regresi berganda dapat berupa :[62]

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Motivasi Menabung
a dan b= konstanta

---

[61] Lijan Poltak Sinambela, *Metode Penelitian Kuantitatif,* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), hal. 189.

[62] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif,* (Jakarta : Kencana, 2015), hal. 301.

X = Layanan
e = residual atau eror

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mendeteksi seberapa jauh kemampuan dalam menerapkan variansi variabel dependen.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati satu menandakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variansi variabel dependen.

4. Uji T

Uji ini dilakukan secara parsial dua variabel bebas *(indenpenden)* terhadap variabel tak bebas *(dependent)* adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan $t_{tabel.}$

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai Sig. < 0,05, maka Ha diterima dan berarti hubungannya signifikan.[63]

[63] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif,* (Jakarta : Kencana, 2015), hal. 303-306.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Monografi BPR Syariah Ampek Angkek Candung

1. Sejarah Berdirinya PT BPR Syariah Ampek Angkek Candung

Nama “Candung” berasal dari sebuah alat sejenis parang yang dipakai masyarakat setempat untuk menunjang berbagai aktivitas sehari-hari, seperti memotong kayu dan lain sebagainya. Canduang adalah istilah yang dipergunakan masyarakat setempat untuk menyebut alat ini. Selain kegunaan tersebut “Canduang” juga digunakan masyarakat untuk mempersenjatai diri dalam menghadapi musuh. Awal muasal wilayah yang bernama Canduang dewasa ini adalah sebuah kampung kecil yang berada didekat Balai Sati.

Kecamatan Canduang berada dikaki Gunung Marapi dengan daerah yang berombak dan berbukit sampai dengan lereng yang sangat terjal. Kecamatan Candung berada pada ketinggian antara 780 hingga 2891 meter diatas permukaan laut. Penduduk Kecamatan Candung sebagian besar berasal dari etnis Minang Kabau. Penduduk Kecamatan Candung adalah pemeluk agama Islam.[64]

Pada bulan November 1947 Nagari Biaro Gadang, Ampang Gadang dan Batu Taba dipisahkan dari Kota Bukittinggi, kemudian bergabung dengan Kabupaten Agam yang menjadi bagian Pemerintahan Wilayah Baso. Pada

[64]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal.57.

Agresi Militer II dimulai bulan Februari 1949, Pemerintahan di Ampek Angkek Canduang berubah menjadi 2 bagian:

a. Nagari disebelah selatan rel kereta api diperintah oleh Wali Nagari Perang Ampek Angkek Selatan dibawah Camat Militer IV Angkatan Selatan.
b. Nagari disebelah utara rel kereta api diperintah oleh Wali Nagari Perang Ampek Angkek dibawah Camat Militer Baso.

Sejarah berdirinya PT. BPRS Ampek Angkek Candung berasal dari usaha para perantau jakarta-bandung. Para pengusaha dan perantau minang menyepakati untuk mendirikan PT BPRS Ampek Angkek Candung melalui "Gebu (Gerakan Seribu) Minang" pada tanggal 29 Januari 1990 di setiap kecamatan di Sumatera Barat. Kecamatan Ampek Angkek Candung sengaja dipilih sebagai tempat berdirinya PT BPRS Ampek Angkek Candung karena daerah ini dianggap memiliki masyarakat yang agamis dan kental sekali dengan adat istiadat.

Menyongsong bergulirnya era perdagangan bebas maka para pemarkasa terdiri dari para pensiunan yang diantaranya Djamin Sutan Mudo, H. Bustaman Rahim dan Taufik M.A yang merupakan pemerkasa utama. Mereka memberanikan diri mengemukakan hal ini dan mendapatkan tanggapan positif baik moril maupun materil. Selain itu aspek pemasaran

yang akan dicapai sangat mendukung pendirian PT. BPRS Ampek Angkek Candung yaitu (tanpa bunga).[65]

Pada tanggal 14 Juni 1996 diadakan rapat para pemarkasa pendiri PT. BPRS Ampek Angkek Candung, dihadiri oleh 31 orang yang terdiri dari mantan pejabat pemerintah, ABRI, pegawai swasta, pengusaha. Dalam rapat tersebut diberikan penjelasan mengenai Bank Pembiayaan Rakyat yang berpedoman pada prinsip syariah. rapat menghasilkan kesepakatan untuk mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan panitia terdiri dari 10 orang. Diketahui oleh Drs. Bustaman Rahim untuk selanjutnya panitia berkewajiban menyampaikan laporan bulanan kepada pendiri, partisipasi dan calon partisipan pendiri PT BPRS Ampek Angkek Candung.

Setelah melewati perjalanan panjang akhirnya pada tanggal 14 Mei 1999 panitia pendiri PT. BPRS Ampek Angkek Candung dapat meraih hasil dengan dikeluarkannya izin operasional melalui keputusan Direksi BI. No.35/57/ KEP/ DIR. Dan tanggal 12 Juli 1999 PT. BPRS Ampek Angkek Candung resmi beroperasi . dengan peresmian PT. BPRS Ampek Angkek Candung.

Pada bulan Desember 2010 PT. BPRS Ampek Angkek Candung telah memiliki 1 kantor pusat yaitu beralamat di Jl. Raya Bukittinggi-Payakumbuh Km. 4, Simpang Parit Putus, Kecamatan Ampek Angkek Candung, Kabupaten Agam, Sumatera Barat, Indonesia. dan 3 kantor

[65]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal.80.

cabang yang berada di Payakumbuh, Dhamasraya, dan Pasaman Barat, serta 1 kantor kas yaitu kantor kas Baso beralamat didepan pasar baso.[66]

2. Visi dan Misi PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung

Dengan didasari cinta terhadap kampung halaman yang kuat dari para pendiri untuk berjihad di bidang ekonomi Islam disertai ridho dari Allah SWT. Syukur Alhamdulillah pada tanggal 12 Juli 1999 dilakukan grand opening yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Barat. Pendirian dan operasional PT. BPR Syari'ah Ampek Angkek Candung tidak hanya berbasis bisnis saja, tetapi membawa visi dan misi yang mulia, yaitu :

a. Visi

Menjadi BPR Syariah yang amanah dan profesional guna meraih keberkahan dan kesuksesan bersama yang bermanfaat bagi Masyarakat

b. Misi

Memberikan pelayanan yang islami dan profesional dengan berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadits serta menjadikan PT. BPRS Ampek Angkek Candung sebagai BPR Syari'ah terbaik di Indonesia. Dalam menjalankan amanah ummat yaitu mengelola dana titipan umat PT. BPRS Ampek Angkek Candung senantiasa mengacu pada prinsip kerja yang dimiliki yaitu :

1) Keadilan

Bertindak adil terhadap nasabah, baik dalam pemberian imbalan atas simpanan berupa bagi hasil maupun penentuan margin

[66]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal.85.

keuntungan dan nisbah bagi hasil untuk pembiayaan dengan memperhatikan keuntungan kedua belah pihak.

2) Kemitraan

Bank memandang nasabah penyimpan maupun pengguna dana berada dalam posisi yang sejajar, yaitu sebagai mitra usaha yang amanah dan saling menguntungkan.

3) Transparan

Nasabah dapat mengetahui laporan keuangan Bank yang ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya secara nyata dan transparan, sehingga secara langsung dapat mengetahui dan menilai kondisi keuangan dan kualitas manajemen Bank.[67]

3. Moto dan Slogan PT.BPR Syariah Ampek Angkek

Moto PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung Cabang yaitu: *''menjaga amanah meraih keberkahan bersama*.'' Dan adapun Slogan yaitu: ''*Kami ada dengan ikhlas memberikan kemudahan bagi anda''*.[68]

4. Profil PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang

Kehadiran PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung pada tahun 1999 sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pascah krisis ekonomi dan moneter 1997-1998 bagi masyarakat Ampek Angkek Candung. Sebagaimana diketahui krisis ekonomi dan moneter yang melanda

[67]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal. 43.

[68]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal. 50.

sejak juli 1997 berakibat buruk bagi seluruh lapisan masyarakat. Semua sektor kehidupan mengalami adalah sektor ekonomi, disamping itu industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank konvensional juga mengalami dilikuidasi.

Diawali dengan niat tulus ikhlas untuk mengurangi beban masyarakat dalam menghadapi krisis dan juga dengan tujuan membantu masyarakat agar terlepas dari para rentenir yang ada di daerah Kecamatan Ampek Angkek dan Candung, maka para perantau Ampek Angkek Candung di Jakarta dan Bandung bertekat untuk mendirikan BPR sebagai tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. Berkat semangat dan kerja keras dari para pendiri sejak tahun 1996, akhirnya Bank Indonesia mengeluarkan Surat Izin Usaha dengan No.SK 32/57/KEP/DIR tanggal 4 Mei 1999 sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. BPRS Ampek Angkek Candung sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris H.Sofyan, SH No.1 tanggal 2 Februari 1998.

Menyusul pengakuan legal tersebut PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung berhasil mencapai asset sebesar Rp 50.889.664 ribu serta sudah memiliki 4 kantor kas dan 3 kantor cabang yang didukung oleh 62 karyawan termasuk Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Direksi. PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung terus berusaha untuk mengukuhkan diri dalam dunia perbankan serta mewujudkan visinya sebagai BPR Syariah yang Amanah dan Profesional.

Nama : PT . BPR Syariah Ampek Angkek Candung

Alamat Kantor : Jl. Raya Bukittinggi – Payakumbuh Km. 4 Simpang Parik Putus

Telepon / Fax : (0752) 626146 / 31650 / 8014666 – Fax (0752) 31649

Email : bprs_aac@yahoo.co.id

Izin Operasional : Izin BI No 32/57/KEP/DIR tgl 14 Mei 1999

Pemegang Saham : - Masyarakat Ampek Angkek Candung

- PT. Permodalan Nasional Madani (persero)

Bidang Usaha : Memasarkan produk perbankan danmenghimpun dana masyarakat melalui tabungan deposito serta pembiayaan bagi masyarakat sekitarnya guna menunjang perekonomian daerah dengan menyalurkan pembiayaan bagi kegiatan usaha yang bersifat produktif

Modal Dasar : Rp. 500.000.000. - (Lima Ratus Juta Rupiah)

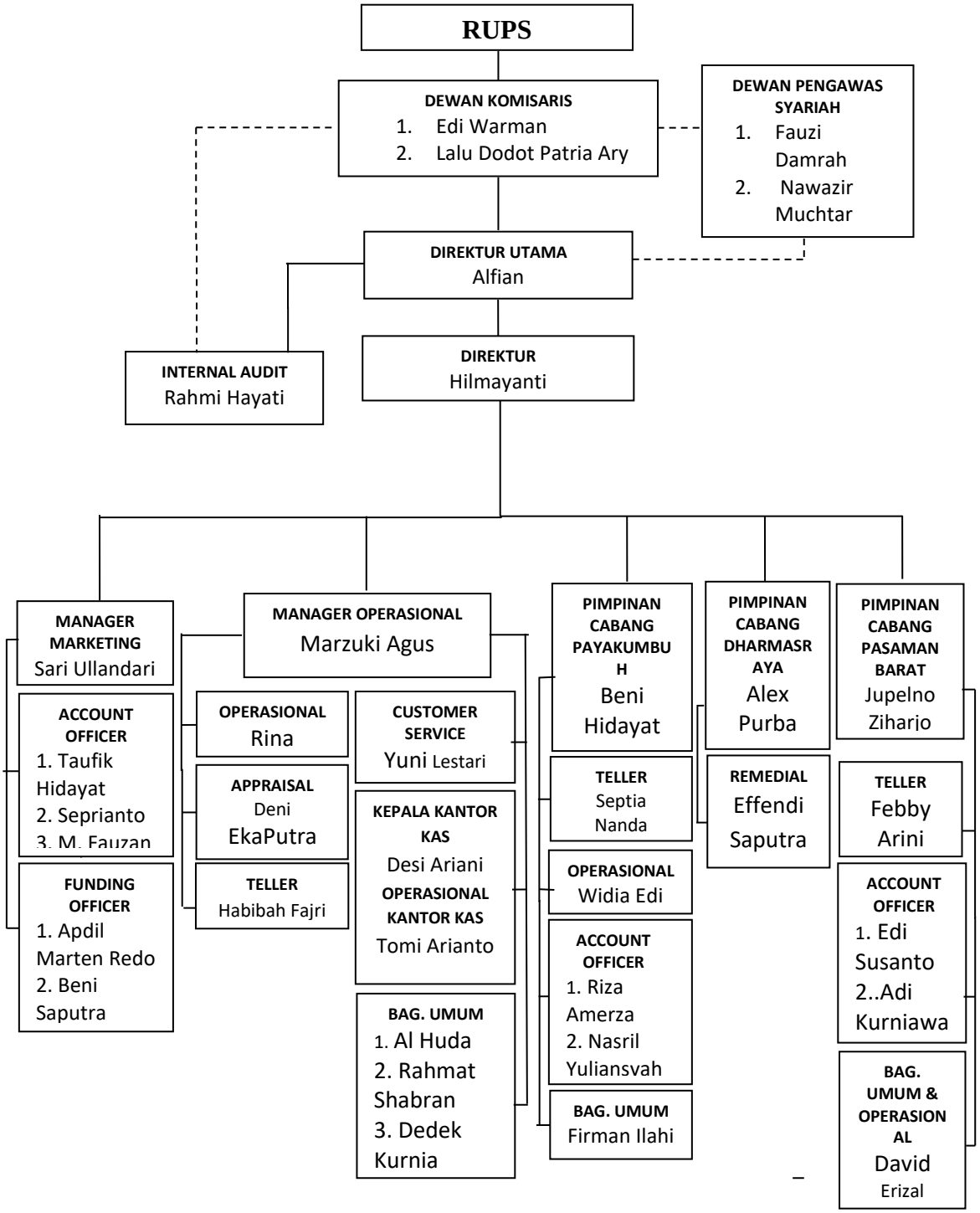
Modal Disetor : Rp. 500.000.000 .- (Lima Ratus Juta Rupiah)

Anggaran Dasar : Akta Notaris No. 1 tanggal 2 Februari 1998 oleh Sofyan, SH Notaris di Bogor dan pengesahan oleh Departemen Kehakiman RI No. C2 2049. HT.01.TH’98. Perubahan Anggaran Dasar oleh NotarisIndra Jaya SH di Padang No. AHU54594.01.02.Tahun 2009, Akta perubahan AnggaraDasar oleh Notaris H. Indra Jaya SHdi Padang No.165 tanggal 17 juli 2012.

5. Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung

Adapun struktur organisasi PT. BPR Syariah Ampek Canduang adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung



Struktur Organisasi (*Design Organisation*) adalah mekanisme-mekanisme formal dimana organisasi dikelola, struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan poin tetap dan hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi. Bagian-bagian, atau posisi-posisi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, dan tangging jawab yang berbeda.

Adapun struktur organisasi PT. BPRS Ampek Angkek Candung adalah:[69]

a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Karena PT. BPRS Ampek Angkek Candung merupakan PT, maka mengambil kebijakan tertinggi terdapat pada RUPS yang diadakan sekali dalam setahun.Pada RUPS dibahas laporan pertanggungan jawaban Direksi yang berisi Laporan Keuangan, laporan mengenai sumber daya manusia dan laporan mengenai sumber serta penyaluran pembiayaan.Melalui RUPS ini dibentuk Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan Dewan Pengawas Syariah serta penetapan kebijakan-kebijakan pokok PT. BPRS Ampek Angkek Candung.RUPS dipimpin oleh direksi sesuai dengan ketentuan anggaran dasar perusahaan.

b. Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil dari pemegang saham yang terdiri dari dua orang dengan wewenang dan tugasnya:

[69]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal. 65.

1) Mengadakan pengawasan dan pemeriksaan secara berkala minimal 3 bulan sekali terhadap Direksi, Kepala Bidang dan Seluruh karyawan Bank untuk mengetahui perkembangan Bank.
2) Mengadakan internal audit terhadap kinerja Bank secara berkala, minimal 6 bulan sekali meliputi neraca, administrasi kredit dan manajemen Bank

c. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Sesuai dengan ketentuan Bi bahwa setiap bak syaraiah wajib mempunyai DPS yang akan mengawasi jalannya kegiatan Bank Apakah sesuai dengan ketentuan syariah yang berlaku atau tidak.

Begitu pula dengan PT. BPRS Ampek Angkek Candung mempunyai DPS dengan tegas:

1) Merumuskan dan menetapkan produk yang dianggap dapat dilaksanakan sesuai produk PT. BPRS Ampek Angkek Candung, serta mengawasi pemasaran-pemasaran pelayanan produk yang sesuai dengan syariah.
2) Mengontrol dan mengawasi penerapan produk bank yang telah ditetapkan, minimal 3 bulan sekali agar sesuai dengan UU Perbankan Syariah yang berlaku.

d. Dewan Direksi

Dewan direksi bertanggung jawab keluar dan kedalam secara hukum atas seluruh kegiatan usaha bank dan aturan perbankan yang ditetapkan pemerintah. Dewan Direksi melalui RUPS harus lulus ujian kelayakan dan

kepatuhan yang diadakan oleh Bi dan kemudian diangkat untuk periode 5 (lima) Tahun.Dewan Direksi terdiri;

1) Direktur Utama

Secara kolektif Dirut mempunyai tugas dan tanggung jawab:

a) Mengurus dan memimpin seluruh kegiatan PT. BPRS Ampek Angkek Candung sesuai dengan peraturan dan ketentuan perbankan yang berlaku, baik ynag dikeluarakan Bi maupun Departemen Agama.

b) Mengamankan dan mengawasi tugas dari pekerjaan PT. BPRS Ampek Angkek Candung secara aktif, diantarana dalam pemberian pembiayaan, menghimpun dana, persetujuan atas transaksi dengan bank lain, mengangkat dan memberhentikan karyawan.

2) Direktur

Bertugas dan berwenang serta bertanggung jawab dalam menandatangani laporan keuangan, surat-surat yang berhubungan dengan pegawai, surat perjanjian dengan pihak ketiga, surat-surat ynag bersifat umum serta menghadiri undangan dari luar bank dan lain-lain.

e. Kabag Operasional

Bertugas memeriksa dan memberiukan paraf pada nota-nota debit/kredit, Buku tabungan dan sebagianya. Mencocokan saldo kas harian dengan pembukuan dan saldo rekening pada bank lain untuk dilaporkan pada direksi.

Bagian opersional melakukan kegiatan yang berkaitan dengan penginputan data keuanagan sepeti transfer, penarikan, penyetoran. Mengarsipkan seluruh dokumen guna keberlangsungan kegiatan bank.

f. Kabag Marketing

Bertugas untuk mengatur karyawan dalam rangka mengumpulkan dana nasabah penabung dan menyalurkan dana kepada calon peminjam.

g. Costumer Service (CS)

CS adalah bagian jabatan yang merupakan perantara Bnak dengan Nasabah (sebagai pusat informasi Bank terhadap Nasabah). Oleh sebab itu CS ini harus mengetahui secara jelas tentang perkembangan serta produk-produk Bank agar segala informasi ang diinginkan nasabah yang mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi dengan Bank seperti mengisi slip setoran, penarikan, dll.

CS melakukan kegiatan yang berkaitan dengan segala yang berhubungan dengan pelayanan Nasabah. Baik itu nasabah yang ingin membuka tabungan atau nasabah yang mengklaim ATM.

h. Teller

Teller adalah bagian yang bertugas meliputi transakksi penerimaan dan pembayaran tunai serta penyimpanan tunai dan penyimpana kas tunai perusahaan

Pada bagian ini, teller melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan uang baik tunai maupun non tunai. Tugas

teller memelihara saldo kas yang ada dalam tempat kas, baik itu kas kecil maupun kas besar.

i. Accounting

Accounting mempunyai tugas yaitu:

a. Memeriksa, menyusun dan membukukan seluruh media transaksi kedalam pencatatan harian
b. Memberikan laporan harian pada direksi terhadap keberhasilan pendataan buku besar
c. Membuat, menyususn laporan setiap bulan tentang laporan keuangan kepada Bi serta kepada pihak yang terkait lainnya.

j. Umum dan Personalia

Merupakan bagian yang bertanggung jawab atas pengadministrasian dokumen/surat perusahaan, inventaris perusahaan dan kepagawaian. Disamping itu bagian ini juga bertugas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat luar atau insani lain dalam kepentingan perusahaan. Bagian ini dibantu oleh satpam yang bertanggung jawab atas keamanan kantor, Office Boy yangmembantu segala keperluan kantor sesuai dengan wewenangnya.

Selain itu bertanggung jawab terhadap administrasia pembiaaan yang diberikan, termasuk membuat akad pembiayaan terhadap nasabah yang bermasalah, juga menghitung jumlah anggaran serta *margin rescedulling* (penjadwalan kembali) atas sisa hutang nasabah.

k. Account Officer (AO)

Merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk mengelola permohonan pembiayaan sejak dari interview, obsevasi, pencairan pembiayaan serta terhadap pembiayaan yang menunggak dan macet.

6. Produk - Produk PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung

Produk-produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Ampek Angkek Candung adalah[70]

a. Menghimpun Dana dari Masyarakat

Jenis-jenis produk PT. BPRS Ampek Angkek Candung yang menggunakan prinsip *Al-Wadi'ah* dan *Al-Mudharabah* yaitu

1) Tabungan

a) Tabungan Al-Wadiah

Jenis tabungan yang tidak dikelola dan dimanfaatkan untuk pembiayaan oleh bank.Fungsi bank hanya sebagai pihak yang menerima titipan dari nasabah dan dikenakan biaya administrasi.Pada PT. BPRS Ampek Angkek Candung tabungan ini digunakan untuk penitipan pembiayaan.

b) Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah tabungan yang dimanfaatkan oleh bank dan akan memperoleh keuntungan dimana keuntungan

[70]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal.69

tersebut akan dibagi berdasarkan sistem bagi hasil. Jenis tabungan yang menggunakan akad mudharabah:

(1) Tabungan Mudharabah Haji

Tabungan Mudharabah Haji merupakan simpanan pihak ketiga yang dihimpun dari nasabah untuk biaya yang dapat di tarik pada saat nasabah akan melaksanakan ibadah haji dan umrah.

(2) Tabungan Mudharabah Qurban

Tabungan ini bermanfaat untuk menyimpan dana yang diperuntukkan nasabah untuk pelaksanaan ibadah qurban pada hari raya idul adha dan penarikan hanya dapat dilakukan jika nasabah hendak melakasanakan ibadah qurban.

Layanan dan fasilitas yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) Syariah yang melakukan tabungan sebagai berikut:

(a) Setoran awal hanya Rp. 5.000,-.
(b) Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-.
(c) Bebas biaya administrasi bulanan.
(d) Setoran dan penarikan bisa di antar jemput
(e) Mendapatkan bagi hasil (bonus) setiap bulannya.
(f) Dana nasabah dijamin oleh pemerintah karena kami merupakan bank peserta Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

2) Deposito.

Deposito yang ada PT. BPRS Ampek Angkek Candung adalah deposito mudharabah. Deposito mudharabah merupakan tabungan berjangka dengan bagi hasil yang diambil 1, 3, 6, atau 12 bulan. Bank akan menginvenstasikan dana tersebut sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Manfaat akad *mudharabah* pada depositoantara lain:

a) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat
b) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/ hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*
c) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow*/ arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah
d) Bank akan lebih selektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman dan menguntungkan karena keuntungannya yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.
e) Prinsip bagi hasil dalam *mudharabah* ini berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan satu jumlah bunga tetap berapapun keuntungannya yang dihasilkan nasabah, sekalian merugi dan terjadi krisis ekonomi.

Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib,* Bank pembiayaan rakyat syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip *syariah* serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak ketiga. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pemilik dana terhadap bank, terdapat dua bentuk *mudharabah* dalam deposito:

a) *Mudharabah Muthlaqah (Unrestricted Investment Account)*

Adalah nasabah yang menyimpan dananya di bank syariah tidak memberikan pembatasan bagi bank syariah dalam menggunakan dana yang disimpannya. Investasi ini diterapkan dalam *deposito mudharabah*

b) *Mudharabah Muqayyadah (Restricted Investment Account)*

Adalah nasabah yang menyimpan dananya di bank syariah memberikan batasan-batasan tertentu kepada bank syariah dalam menggunakan dana yang disimpannya. Jadi, dalam investasi terikat ini pada prinsipnya kedudukan bank sebagai agen saja dan atas kegiatannya tersebut bank menerima imbalan/*fee.*

b. Menyalurkan Dana pada Masyarakat

Jenis-jenis pembiayaan yang diberikan oleh PT. BPRS Ampek Angkek Candung adalah:[71]

[71]Bustaman Rahim, *Mengenang Pendirian PT BPR Syariah Ampek Angkek Canduang*, (Jakarta: CV Pustaka, 2001), hal. 70.

1) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan Murabahah adalah perjanjian dimana bank membeli barang atau asset yang dibutuhkan oleh nasabah untuk modal kerja invesntasi, nasabah akan membiayai harga pembelian barang atau asset tersebut ditambah margin yang telah disepakati.

Adapun rukun dan syaratnya sebagai berikut:

a) Penjual
b) Pembeli
c) Barang yang diperjual-belikan
d) Harga dan
e) Ijab-qabul

2) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah perjanjian antara Bank dengan Pengusaha dimana bank membiayai keseluruhan usaha yang dikelola pohak pengusaha. Sedangkan pihak bank tidak turut campur dalam usaha tersebut. Baik dalam bentuk manajemen maupun dalam segi pemasaran.

Adapun rukun dan syaratnya adalah sebagai berikut

a.Ada shahibul maal (modal/nasabah).
b.Adanya mudharib (pengusaha/bank).
c.Adanya amal (usaha/pekerjaan).
d.Adanya hasil (bagi hasil/keuntungan) dan
e.Adanya aqad (ijab-qabul)

3) Pembiayaan Ijarah (ijarah muntahiyyah bi tamlik)

Pembiyaan ijarah adalah akad sewa suatu barang antara bank dengan nasabah, dimana nasabah diberi kesempatan untuk membeli obyek sewa pada akhir akad. Harga sewa dan harga beli ditetapkan bersama diawal perjanjian. Dalam pembiayaan ini yang menjadi obyek sewa diisyaratkan harus barang yang bermanfaat dan dibenarkan oleh syariat dan nilai dari manfaat dapat diperhitungkan atau diukur.pembiayaan sewa beli ini dapat dilakukan dengan cara: pertama lembaga pembiayaan yang berdasarkan syariah Islam membeli aset yang akan dibeli oleh nasabah, setelah terbeli maka, lembaga tersebut menyewakan aset itu dalam jangka waktu dan harga yang ditentukan dalam perjanjian kedua belah pihak.

B. Analisis Deskriptif

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, kuesioner tersebut di peroleh mengenai gambaran umum mengenai karakteristik responden. Responden dalam penelitian ini adalah pedagang BPRS Ampek Angkek Canduang dengan sampel sebanyak 63 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, lama menjadi nasabah, Pendidikan terakhir, dan jumlah tanggungan.

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Berikut adalah tabel 4.1 berdasarkan jenis kelamin nasabah yang menjadi responden berdasarkan penelitian melalui kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
BPRS Ampek Angkek Canduang

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	33	52,4
2	Perempuan	30	47,6
	Total	**63**	**100 %**

Sumber: hasil pengolahan data primer (kuesioner)

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas dapat diketahui jenis kelamin responden yang paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 33 nasabah atau sebesar 52,4 %, sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 30 nasabah atau sebesar 47,6 %.

2. Karakteristik berdasarkan umur

Berikut adalah tabel 4.2 berdasarkan umur nasabah yang menjadi responden berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
BPRS Ampek Angkek Canduang

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	< 20 tahun	2	3,2
2	21 – 30 tahun	8	12,7
3	31 – 40 tahun	17	27
4	41– 50 tahun	20	31,7
5	>50 tahun	16	25,4
	Total	**63**	**100%**

Sumber: Hasil pengolahan data primer (kuesioner)

Berdasarkan data tabel 4.2 dapat diketahui umur responden yang paling banyak adalah 41 – 50 tahun sebanyak 20 nasabah atau sebesar 31,7 %, 31 – 40 tahun sebanyak 17 nasabah atau sebesar 27 %, > 50 tahun yaitu sebanyak 16 nasabah atau sebesar 25,4 %, 21 – 30 tahun sebanyak 8 nasabah atau sebesar 12,7 %, dan < 20 tahun sebanyak 2 nasabah atau sebesar 3,2 %,

3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Berikut adalah tabel 4.3 berdasarkan pekerjaan nasabah yang menjadi responden berdasarkan penelitian melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
BPRS Ampek Angkek Canduang

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Karyawan Swasta	6	9,5
2	Pelajar/Mahasiswa	2	3,2
3	PNS	-	-
4	Wiraswasta	31	49,2
5	Lainnya	24	38,1
	Total	**63**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data primer (kuesioner)

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas dapat diketahui pekerjaan responden yang paling banyak adalah Wiraswasta yaitu sebanyak 31 nasabah atau sebesar 49,2 %, Lainnya sebanyak 24 nasabah atau sebesar 38,1 %, Karyawan Swasta sebanyak 6 nasabah atau sebesar

9,5 % Pelajar/Mahasiswa sebanyak 2 nasabah atau sebesar 3,2 %, dan PNS tidak ada,

4. Karakteristik berdasarkan lama menjadi nasabah

Berikut adalah tabel 4.4 berdasarkan lama menjadi nasabah yang menjadi responden berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan lama menjadi nasabah
BPRS Ampek Angkek Canduang

No	Lama menabung	Jumlah	Persentase (%)
1	1 s/d 3 tahun	13	20,6
2	3 s/d 5 tahun	22	34.9
3	Lebih dari 5 tahun	28	44,5
	Total	**63**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data primer (kuesioner)

Berdasarkan data tabel 4.4 di atas dapat diketahui lama responden yang menjadi nasabah yang paling banyak adalah lebih dari 5 tahun sebanyak 28 nasabah atau sebesar 44,5 %, 3 s/d 5 tahun sebanyak 22 nasabah atau sebesar 34,9 %, dan 1 s/d 3tahun yaitu sebanyak 13 nasabah atau sebesar 20,6 %.

5. Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah tabel 4.5 berdasarkan pendidikan terakhir yang menjadi responden berdasarkan penelitian melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
BPRS Ampek Angkek Canduang

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	8	12,7
2	SLTP	16	25,4
3	SLTA	20	31,7
4	D1-D3	7	11,1
5	Sarjana/Pasca Sarjana	12	19,1
	Total	**63**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data primer (kuesioner)

Berdasarkan data tabel 4.5 di atas dapat diketahui Pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah S L T A yaitu sebanyak 20 nasabah atau sebesar 31,7 %, SLTP sebanyak 16 nasabah atau sebesar 25,4 %, Sarjana / Pasca Sarjana sebanyak 12 nasabah atau sebesar 19,1 %, dan SD sebanyak 8 nasabah atau sebesar 12,7 % D1-D3 sebanyak 7 nasabah atau sebesar 11,1 %.

6. Karakteristik berdasarkan Jumlah Tanggungan

Berikut adalah tabel 4.6 berdasarkan jumlah tanggungan yang menjadi responden berdasarkan penelitian melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

Berdasarkan data tabel 4.6 dapat diketahui jumlah tanggungan responden yang paling banyak adalah 1 – 3 orang yaitu sebanyak 25 nasabah atau sebesar 39,7 %, > 5 orang sebanyak 21 nasabah atau sebesar 33,3 %, dan 4 – 5 orang sebanyak 17 nasabah atau sebesar 27 %.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan
BPRS Ampek Angkek Canduang

No	Tanggungan	Jumlah	Persentase (%)
1	1 – 3 orang	25	39,7
2	4 – 5 orang	17	27
3	>5 orang	21	33,3
	Total	**63**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data primer (kuesioner)

C. Uji-pra penelitian

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Suatu instrument atau angket atau tes dinyatakan valid atau memenuhi syarat jika harga koefisien r_{hitung} besar dari 0,2091 jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reabilitas alat ukur tersebut di uji, uji validitas dilakukan dengan mengunakan rumus dengan menggunakan program SPSS yaitu sebagai berikut:

a. Uji validitas faktor layanan

Uji validitas faktor layanan adalah untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Faktor Layanan (X)

Pernyataan	Sig	*Pearson Correlation*	Keterangan
X_1.1	0,052	0,246	Valid
X_1.2	0,000	0,553	Valid
X_1.3	0,000	0,432	Valid
X_1.4	0,000	0,626	Valid
X_1.5	0,000	0,460	Valid
X_1.6	0,000	0,557	Valid
X_1.7	0,000	0,622	Valid
X_1.8	0,000	0,489	Valid
X_1.9	0,002	0,383	Valid
X_1.10	0,010	0,324	Valid
X_1.11	0,000	0,621	Valid
X_1.12	0,000	0,602	Valid
X_1.13	0,000	0,584	Valid
X_1.14	0,000	0,617	Valid
X_1.15	0,010	0,322	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V. 24 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel faktor layanan sudah valid semua. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang dapat dilihat dari nilai *personal correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2091 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel faktor layanan sudah valid.

b. Uji validitas faktor motivasi

Uji validitas faktor motivasi adalah untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Motivasi (Y)

Pernyataan	Sig	*Pearson Correlation*	Keterangan
X_1.1	0,000	0,447	Valid
X_1.2	0,000	0,567	Valid
X_1.3	0,000	0,576	Valid
X1.4	0,000	0,546	Valid
X_1.5	0,000	0,572	Valid
X_1.6	0,000	0,477	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V. 24 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel faktor sosial sudah valid semua. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang dapat dilihat dari nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2091 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel faktor sosial sudah valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat untuk mengujur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner akan dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap

pertanyaan adalah konsisten atau stabil waktu ke waktu. Untuk mengukur kehendak suatu variabel atau konstruk menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Batasan kehandalan suatu konstruk adalah apabila nilai cronbach alpha > 0,6.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Nilai *Cronbach Alpha***	**Standar *Cronbach Alpha***	**Keterangan**
Faktor Layanan (X)	0,774	0,60	*Reliable*
Faktor Motivasi (Y)	0,605	0,60	*Reliable*

Sumber : Olahan data SPSS V. 24 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa semua variabel bersifat reliable karena semua variabel mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* di atas 0, 60.

D. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independent) yaitu Faktor layanan terhadap variabel terikat yaitu Motivasi (Y) pedagang pasar Baso di BPRS Ampek Angkek Canduang. Persamaan regresi linear berganda yaitu : Dapat dilihat pada tabel *coefficients* dengan persamaan yaitu:

Y = 2,121 + 0,358 X

(7,112)

F test = 50.578

R^2 = 0,453

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah :

1. a = 2,121 menyatakan bahwa, apabila variabel faktor layanan konstan, tetap atau tidak ada maka besarnya motivasi pedagang menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang sebesar 2,121 satuan.
2. Nilai koefisien faktor layanan (X) terhadap motivasi (Y) yaitu sebesar 0,358 menyatakan bahwa, jika faktor layanan meningkat sebesar satu satuan, maka besarnya motivasi pedagang menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang mengalami peningkatan sebesar 0,358 satuan.

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t_{hitung} bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari layanan terhadap motivasi pedagang Pasar Baso menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang.

Ho : $b_1 \neq 0$ (layanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pedagang Pasar Baso menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang.

Ha : $b_1 = 0$ (layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pedagang Pasar Baso menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang

Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai $t_{tabel.}$ Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Dapat dilihat pada tabel *coefficients* dengan persamaan yaitu :

Y = 2,121 + 0,358 X

(7,112)

F test = 50.578

R^2 = 0,453

Pengujian yang dilakukan untuk membuktikan adakah pengaruh antara faktor layanan (X) terhadap motivasi (Y). Dari hasil perhitungan di atas dapat dibandingkan bahwa nilai t_{hitung} 7,112 > 1,9962, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, faktor layanan berpengaruh signifikansi terhadap motivasi, dengan tingkat signifikannya 0,000 > 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian di atas menyatakan bahwa variabel Faktor layanan (X) mempengaruhi motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Baso). Dan koefisien regresi yang terdapat pada persamaan di atas bertanda

positif (+) yang menandakan arah hubungan yang baik atau pengaruh yang baik.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dapat dilihat tabel *model summary* bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,453 yang berarti 45, 3 % variabel dependen (motivasi) dapat dijelaskan oleh variabel independen (layanan). Sedangkan sisanya 54,7 % dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

F. Analisis Temuan

1. Dampak Layanan Terhadap Motivasi Pedagang Menabung

a. Meningkatkan Jumlah Nasabah

Bank merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat. Salah satu asset penting untuk mendukung perkembangan bank adalah banyak jumlah nasabah yang mempercayakan uangnya untuk ditabung di bank.

Bank Syariah harus memiliki strategi untuk meningkatkan nasabah. Strategi merupakan upaya yang bisa dilakukan oleh berbagai instansi termasuk bank untuk melakukan berbagai tindakan dengan tujuan untuk mencapai target yang telah ditentukan.

Apabila bank Syariah ingin mempertahankan atau meningkatkan jumlah nasabah maka bank Syariah harus melakukan secara maksimal apa-apa yang menjadi acuannya untuk mendapatkan nasabah baru.

Apabila bank Syariah telah melakukan secara maksimal maka akan berpengaruh positif terhadap bank dan membawa dampak yang baik guna mencapai tujuan dari suatu bank Syariah.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang memiliki berbagai macam produk / jasa yang ditawarkan untuk meningkatkan jumlah nasabah.[72] Salah satu nya yaitu layanan tabungan bajapuik yang langsung dijemput petugas bank ke tempat nasabah. Dilihat dari data jumlah nasabah yang didapatkan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang mengalami peningkatan.

b. Memberikan kemudahan kepada nasabah

Keberadaan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang dewasa ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terutama masyarakat kalangan pengusaha mikro, kecil, dan rumah tangga. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah yang menjadi nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang, seperti pengusaha, peternak, pedagang maupun petani. Untuk meminjam dan menabung pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang nasabah membutuhkan pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang.

[72] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hal.190-191.

Produk andalan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang yaitu, tabungan bajapuik (karyawan bank akan menjemput tabungan nasabah langsung ke rumah atau tempat usahanya). Produk tabungan bajapuik ini memberi kemudahan kepada nasabah yang ingin menabung pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang tanpa harus mendatangi bank itu sendiri karena telah dijemput oleh petugas.

Nasabah merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang karena tidak perlu datang ke bank untuk menabung. Namun terkadang waktu pelaksanan tabungan bajapuik yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang tidak tepat dengan keberadaan nasabah yang dimulai pukul 10.00 – 12.30 WIB.

c. Mengembangkan Produk Bank

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar Internasional (global). Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan kepuasan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda.

Berbagai macam produk / jasa yang ditawarkan oleh Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang baik dari segi penghimpun dan penyaluran dana kepada nasabah. Salah satu jenis produk dari segi penghimpun dana adalah tabungan bajapuik.

d. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dalam jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menggapai persaingan dalam perbankan masalah kualitas pelayanan *(service quality)* menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis, bank syariah khususnya telah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai nilai berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariah.[73] Pelayanan bank kepada nasabah tidak cukup hanya memuaskan nasabah, namun harus memberikan pelayanan yang berkesan.[74]

Dilihat dari data jumlah nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang jumlah nasabah tabungan mengalami peningkatan dan penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya kualitas layanan dari Bank

[73] Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009), hal. 25.
[74] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 10.

Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang kepada nasabah yang menyebabkan kurangnya minat nasabah menabung dan tidak maksimalnya pelayanan dari *marketing funding*. Serta berkurangnya kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang.

e. Meningkatkan Pendapatan Bank

Semakin banyak jumlah nasabah yang menabung maka jumlah dana yang bisa disalurkan juga akan semakin banyak. Semakin banyak penabung maka jumlah dana yang bisa disalurkan untuk pembiayaan juga akan lebih banyak.

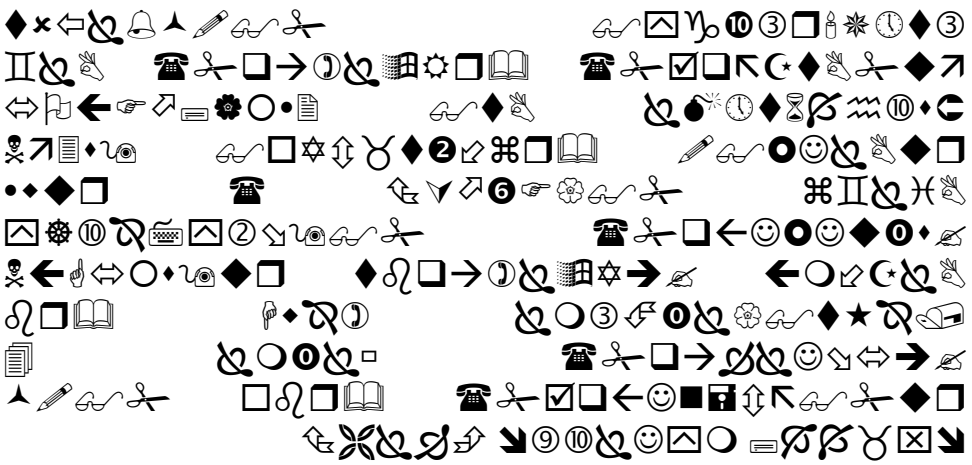
Ini artinya, bank juga akan mendapatkan income dari pembayaran pembiayaan setiap bulannya sehingga akan mendukung eksistensi bank.

Salah satu produk penyalur dana dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang yaitu pembiayaan modal kerja maupun investasi. Tidak sedikit pula nasabah yang membuka pembiayaan modal kerja dan investasi, bagi pelaku uasaha yang menginginkan usahanya berkembang.

2. Dampak Layanan Terhadap Motivasi Pedagang Menabung Dalam Pespektif Ekonomi Islam

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil

usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 267, yaitu



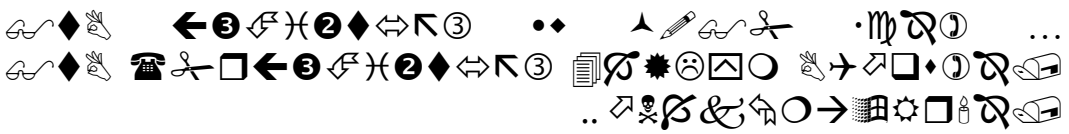
Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagiandari hasil yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk menafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji".*

Ayat di atas menjelaskan tentang pemanfaatan kekayaan alam. Hendaknya seorang muslim terhadap harta benda dimana harta adalah anugerah dari Allah SWT. yang harus disyukuri. Dan harta adalah amanah dari Allah SWT. yang harus dipertanggungjawab. Setiap kondisi, entah baik atau pun buruk yang kita alami sudah menjadi ketentuan dari Allah SWT.

Tiap perbuatan senantiasa tentunya karna adanya motivasi. Timbulnya motivasi dikarenakan seorang merasakan sesuatu kebutuhan dan karnanya perbuatan tersebut terarah pada pencapaian tujuan tertentu.

Apabila tujuan telah tercapai, maka akan merasa puas. Tingkah laku yang telah memberikan kepuasan teerhadap suatu kebutuhan cenderung untuk diulangi kembali.

Motivasi menurut perspektif Islam di dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'ad ayat 11 Allah berfirman :



Artinya : *".... Sesungguhnya Allah tidak mengubah suatu keadaaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri ..."*

Ayat di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi yang paling kuat adalah motivasi yang berasal dari dalam diri sendiri. Motivasi sangat mempengaruhi tingkah laku seseorang dalam setiap tindakannya. Motivasi di dalam Islam sangat terkait dengan niat, karena niat merupakan pendorong seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Karena motivasi itu disebut juga pendorong, maka penggerak dan pendorong itu tidak jauh dari naluri baik itu bersifat negatif ataupun positif dan motivasi itu juga mengarahkan pada suatu tujuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan berpengaruh signifikan terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi kasus pedagang di pasar Baso). Sesuai dengan uji regresi linear sederhana jika layanan meningkat sebesar 0,358 satu satuan, maka motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang mengalami peningkatan sebesar 0,358 satuan serta nilai signifikan layanan

menunjukkan 0,000 < 0,05. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa faktor layanan memiliki arahan yang positif dan signifikan terhadap motivasi pedagang menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, faktor layanan berpengaruh signifikansi terhadap motivasi pedagang untuk menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka nasabah atau pedagang termotivasi untuk menabung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ryan Pratama dan Lena Farida (2016) tentang " Pengaruh Pelayanan Tabungan Bajapuik Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmur Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat" yang menunjukanan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmuk saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmur.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor layanan terhadap motivasi menabung pedagang pasar Baso di BPRS Ampek Angkek Canduang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Faktor layanan (X) terdapat pengaruh yang positif antara faktor layanan (X) terhadap motivasi pedagang (Y) menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (t_{hitung} 7.112 > t_{tabel} 1,9962) dan tingkat signifikan 0,000< 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima artinya layanan berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi pedagang untuk Pasar Baso menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran bagi pihak terkait, yang bisa dijadikan bahan informasi untuk pengambilan keputusan dimasa yang akan datang, saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank Perkreditan Rakyat Syariah Ampek Angkek Canduang.

   Untuk dapat meningkatkan atau mengembangkan produk tabungan bajapuik yaitu dengan memaksimalkan layanan yang baik

dan penawaran kepada calon nasabah/nasabah. Serta menjalin komunikasi yang bagus untuk menjaga kepuasan, kenyamanan serta loyalitas calon nasabah/ nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan dampak pengaruh tabungan bajapuik terhadap motivasi menabung.

DAFTAR PUSTAKA

Arep, Ishak & Tanjung Hendri. 2003. *Manajemen Motivasi.* Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Rajawali Pers.

Atina Rahmi Arba'ati, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Persepsi Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syari'ah* (Skripsi Program Sarjana ilmu Perbankan Syari'ah, IAIN Salatiga, Salatiga, 2016).

B.Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi &Pengukurannya.* Jakarta : Bumi Aksara.

Dini Hertita. 2018. *Setiap Pebisnis Harus Punya Buku Ini! Rahasia Meningkatkan Income dengan Pelayanan*. Jakarta: Gramedia.

Fairuz Elfira Khusma, *Pengaruh Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah* (Studi Kasus Perbankan Syariah), *Skripsi* ,IAIN Talungagung, 2012.

Fandi Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Hendri Triandini, *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah*: Studi Pada Bprs Artha Karimah Irsyadi, *Jurnal Etikonomi*, Vol. 12, No. 2, Oktober, 2013.

Hesti Mayasari dkk, *Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang,* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 8, No. 2, Mei, 2017.

Iqbal Hasan. 2008. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif).* Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al- Quran Terjemah* .Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu.

Kusworo Octarika, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Lokasi Sebagai Variabel Moderating* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

Lijan Poltak Sinambela. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Lukman Hakim. 2012. *Pinsip-Pinsip Ekonomi Islam*. Jakarta : Erlangga.

Mahi M. Hikmat. 2014. Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Makinuddin dan Tri Hadiyanto Sasongko. 2006. *Analisis Sosial - Bersaksi Dalam Advokasi Irigasi.* Bandung: AKATIGA,

Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2014. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.

M.Nur Rianto Al Arif. 2012. *Dasar - dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Muhammad Arif Sholahuddin dan A'rasy Fahrullah, *Peranan Sistem Doku Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada PT. BPRS Lantabur, Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 3, Tahun 2019.

Muhammad. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada.

Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualtitatif dan Gabungan).* Jakarta: Kencana,

Muhammad Sharif Chaudhry. 2012. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mulyadi, S dan Trizki L. 2012. *Financial Parenting Menjadikan Anak Cerdas dan Cermat Mengelola Uang.* Jakarta : Noura Books.

Misbahuddin dan Ikbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik.* Jakarta : Bumi Aksara.

Nugroho J.setiadi. 2015. *Perilaku Konsumen.Cet ke-6.* Jakarta: Kencana.

Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen Cet ke-5*. Jakarta: PT. Kharisma Putra.

Nurlia, *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent*, Vol. 1, No. 2, Juni 2018.

Nur Laili Maghfiroh, *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung* (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo), *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran* Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.

PT. BPRS Ampek Angkek Candung. Observasi pada hari Selasa tanggal 22 Januari 2019

Ryan Pratama Putra dan Lena Farida, *Pengaruh Pelayanan Tabungan Bajapuik Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Guguk Mas Makmur Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat* , Jom FISI , Vol. 3, No. 2, Oktober, 2016.

Sakur, *Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan* : Studi Perspektif Etika Bisnis Islam, Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Sardirman A. M. 2007. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Satria. 2010. *Pasar Modern Dan Pasar Tradisional.* Jakarta: Rineka Cipta.

Singgih Santoso. 2014. *Statistik Non Parametrik Edisi Revisi,* Jakarta : PT. Elex Media Kompuindo.

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

Suharsimi Arikunto. 2008. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.

Suherman Rosyidi, 2003. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Raja Garafindo Persada.

Syafe`I M. 1997. *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*.Yogyakarta : PT. Dana Bakhti Wakaf.

Syofian Siregar. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset terbit: 2011)

Zulganef. 2013. Metode *Penelitian Sosial dan Bisnis.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARI'AH
AMPEK ANGKEK CANDUNG
Pusat : Parit Putus - Kotak Pos 73 - BUKITTINGGI - 26191 Telp. (0752) 626146 - 31650 Fax. 31649
Cabang : - Jl. Jakarta No. 4 (Belakang Kusda) Payakumbuh Barat Telp. (0752) 93457 Fax. (0752) 93457
- Jl. Raya Simpang Ampek Pasaman Barat Telp. (0753) 466863

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Nomor :21/BPRS-AAC/I/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Direktur PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Ampek Angkek Candung, menerangkan bahwa:

Nama	: **Yopi Eka Putra**
NIM	: 3315143
Nama Universitas	: IAIN Bukittinggi
Program Studi	: Perbankan Syariah S1
Judul Skripsi	:***Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung di BPRS Ampek Angkek Candung (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baso)***

Maka dengan ini kami sampaikan bahwa permohonan penelitian tersebut diatas dapat dilakukan pada PT. BPRS Ampek Angkek Candung.

Demikian Surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

PT. BPRS AMPEK ANGKEK CANDUNG
Parit Putus, 23 Januari 2020

SYARI'AH
AMPEK ANGKEK CANDUNG

Hilmayanti, SE
Direktur

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN BUKITTINGGI

Nomor : 63/In.26.3/PP.00.9/05/2019

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Yopi Eka Putra** NIM. **3315143** tanggal 9 Mei 2019, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003 tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi
6 Peraturan Menteri Agama RI Nomor 35 Tahun 2017 tentang STATUTA IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik terhadap Motivasi Pedagang untuk Menabung di BPRS Ampek Angkek Canduang"**

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A. Nama : **Dr. Hesi Eka Putri, SE, M.Si**
NIP : 197409082006042002
Pangkat/Gol.Ruang : Penata Tk. I (III/d)/ Lektor
Bidang Keahlian Pokok : Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah : Metodologi Penelitian
Untuk Tugas : Pembimbing I

B. Nama : **Tartila Devi, SE, M. Ak**
NIDN : 2009087803
Pangkat/Gol.Ruang : DTNP
Bidang Keahlian Pokok : Akuntansi
Memberi Mata Kuliah : Pengantar Akuntansi
Untuk Tugas : Pembimbing II

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 27 Mei 2019

HIZ. IZAMUDDIN

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BUKITTINGGI
Kampus I : Jalan Paninjauan Garegeh Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.iainbukittinggi.ac.id | email : info@iainbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN
BEBAS TUNGGAKAN UANG KULIAH

Nomor :

Bendahara Penerimaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	**: YOPI EKA PUTRA**
NIM	**: 3315143**
Program Studi	**: Perbankan Syariah S1**
Fakultas	**: Ekonomi dan Bisnis Islam**

Telah memenuhi persyaratan untuk mendaftar Wisuda Semester Genap TA 2019/2020 dan dinyatakan BEBAS tunggakan uang kuliah sampai pembayaran bulan Agustus 2019.

Bukittinggi,04 Februari 2020

Bendahara Penerimaan,

Risdianto, SH
NIP. 198107032006041017

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
UPT PERPUSTAKAAN
Kampus I : Jalan Paninjauan Garegeh Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : elib.iainbukittinggi.ac.id | Email : elib@iainbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

No.B. 159 /In.26.8/HM.02.2/02/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan IAIN Bukittinggi, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	Yopi Eka Putra
NIM	:	3315143
Fakultas / Jurusan	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah
Judul	:	Analisis Dampak Layanan Tabungan Bajapuik Terhadap Motivasi Pedagang Untuk Menabung Di BPRS Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pasar Baso)

Dengan persyaratan batas toleransi bebas deteksi plagiarisme untuk karya ilmiah mahasiswa sebanyak 13% dengan demikian karya ilmiah yang bersangkutan setelah dilakukan pemeriksaan bersangkutan dinyatakan **BEBAS PLAGIAT.**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 05 Februari 2020
Kepala UPT Perpustakaan,

Novi Zulfikar, S.Sos, M.AP
NIP. 197711302009011006

ANGKET PENELITIAN

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jeniskelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
3. Umur : ☐ <20th ☐ 21-30th ☐ 31-40th
   ☐ 41-50th ☐ >50th
4. Pekerjaan : ☐ Karyawan Swasta ☐ Wiraswasta ☐ PNS
   ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Lainnya
5. Lama menjadi nasabah : ☐ 1 s/d 3 th ☐ 3 s/d 5 th
   ☐ Lebih dari 5 th
6. Pendidikan terakhir : ☐ Tamat SD ☐ Tamat SLTP ☐ Tamat SLTA
   ☐ D1-D3 ☐ Sarjana/ Pasca Sarjana
7. Jumlah Tanggungan : ☐ 1-3 orang ☐ 4-5 0rang ☐ > 5 orang

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban pada pernyataan-penyataan berikut dengan cara memberi tanda (√) pada salah satu kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat dan berdasarkan pada apa yang Anda rasakan sebagai nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang.

Berikut pendapat Anda sesuai dengan kriteria sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (**STS**) = 1
2. Tidak Setuju (**TS**) = 2
3. Netral (**N**) = 3
4. Setuju (**S**) = 4
5. Sangat Setuju (**SS**) = 5

DAFTAR KUESIONER

Layanan (X)

No	Indikator	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			STS	**TS**	N	**S**	**SS**
1	Bukti langsung/ *Tangibles*	1. Kelengkapan fasilitas yang tersedia di BPRS Ampek Angkek Canduang sudah memadai. 2. Dilihat dari lokasi gedung yang dimiliki oleh BPRS Ampek Angkek Canduang mudah dijangkau dengan letakya yang strategis . 3. BPRS Ampek Canduang memiliki ruang tunggu yang bersih terutama ruang tempat transaksi.					
2	Keandalan/ *reability*	1. BPRS Ampek Canduang melayani transaksi nasabah dengan cepat, akurat dan teliti. 2. BPRS Ampek Canduang menyediakan fasilitas penjemputan tabungan sehingga menabung dan tarik tunai tidak perlu ke kantor. 3. BPRS Ampek Canduang memberikan penjelasan mengenai produk yang ditawarkan dengan jelas, singkat, dan mudah di mengerti.					
3	Daya Tanggap	1. Cepat dan tanggap dalam melakukan transaksi dengan nasabah. 2. Karyawan meminta maaf atas setiap komplain dan ketidak nyamanan yang diajukan oleh nasabah. 3. Karyawan BPRS Ampek Angkek Canduang tidak menunjukkan kesan sibuk dalam menyambut nasabah.					
4	Jaminan.	1. Karyawan BPRS Ampek Angkek Canduang mampu membuat nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi. 2. Pihak BPRS Ampek Canduang menjamin kerahasiaan transaksi para nasabah. 3. Karyawan BPRS Ampek Angkek Canduang selalu mencatat semua transaksi dalam buku tabungan					

5	Empati.	1. Karyawan BPRS Ampek Angkek Canduang mengerti kebutuhan nasabah dan mengutamakan kepentingan nasabah. 2. Kepedulian bank terhadap masalah yang dihadapi nasabah. 3. Komunikasi yang baik dan terciptanya hubungan yang baik serta keakraban antara nasabah dengan bank.					

Motivasi (Y)

No	Indikator	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			STS	**TS**	N	**S**	**SS**
	Motivasi Internal	1. Saya menggunakan produk Bank Syariah atas kemauan diri sendiri. 2. Saya menggunakan jasa perbankan syariah untuk menghindari riba. 3. Saya tertarik dengan produk Bank Syariah yang bervariasi.					
	Motivasi Eksternal	1. Produk Bank Syariah tidak mengandung Riba karena menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan ajaran Islam. 2. Saya menggunakan produk Bank Syariah karena orang lain juga menggunakannya (keluarga, teman, tetangga, dll). 3. Perbankan Syariah andil dalam pembangunan perekonomian Indonesia.					

Baso,..... 2020

Responden

(.....)

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Total_score
Item_1	Pearson Correlation	1	.041	-.064	-.086	-.220	.200	.158	-.044	.185	.153	.052	.172	.100	.073	.067	.246
	Sig. (2-tailed)		.751	.617	.505	.083	.116	.215	.733	.147	.231	.685	.178	.435	.568	.604	.052
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_2	Pearson Correlation	.041	1	.131	.426**	.258*	.048	.007	.332**	.110	.036	.277*	.290*	.430**	.581**	.324**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.751		.305	.001	.041	.707	.958	.008	.390	.779	.028	.021	.000	.000	.010	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_3	Pearson Correlation	-.064	.131	1	.295*	.443**	.136	.329**	-.020	.029	-.040	.258*	.215	.244	.201	-.103	.432**
	Sig. (2-tailed)	.617	.305		.019	.000	.289	.008	.876	.825	.758	.041	.090	.054	.114	.420	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_4	Pearson Correlation	-.086	.426**	.295*	1	.341**	.433**	.265*	.254*	.090	.213	.400**	.186	.283*	.473**	.017	.626**
	Sig. (2-tailed)	.505	.001	.019		.006	.000	.036	.045	.484	.093	.001	.145	.025	.000	.892	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_5	Pearson Correlation	-.220	.258*	.443**	.341**	1	.124	.331**	.231	-.103	-.020	.283*	.145	.271*	.162	.069	.460**
	Sig. (2-tailed)	.083	.041	.000	.006		.335	.008	.068	.421	.874	.024	.257	.032	.206	.594	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_6	Pearson Correlation	.200	.048	.136	.433**	.124	1	.478**	.099	.171	.319*	.244	.307*	.141	.155	.054	.557**
	Sig. (2-tailed)	.116	.707	.289	.000	.335		.000	.442	.180	.011	.054	.014	.271	.226	.674	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_7	Pearson Correlation	.158	.007	.329**	.265*	.331**	.478**	1	.319*	.287*	.192	.203	.341**	.219	.114	.052	.622**
	Sig. (2-tailed)	.215	.958	.008	.036	.008	.000		.011	.022	.132	.110	.006	.085	.374	.684	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_8	Pearson Correlation	-.044	.332**	-.020	.254*	.231	.099	.319*	1	.235	.095	.178	.270*	.200	.193	.123	.489**
	Sig. (2-tailed)	.733	.008	.876	.045	.068	.442	.011		.064	.459	.163	.033	.117	.131	.339	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_9	Pearson Correlation	.185	.110	.029	.090	-.103	.171	.287*	.235	1	-.038	.074	.214	.182	.098	.041	.383**
	Sig. (2-tailed)	.147	.390	.825	.484	.421	.180	.022	.064		.766	.564	.092	.153	.446	.747	.002
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_10	Pearson Correlation	.153	.036	-.040	.213	-.020	.319*	.192	.095	-.038	1	.336**	.184	.043	.202	.109	.324**
	Sig. (2-tailed)	.231	.779	.758	.093	.874	.011	.132	.459	.766		.007	.148	.735	.112	.395	.010
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

Item_11	Pearson Correlation	.052	.277*	.258*	.400**	.283*	.244	.203	.178	.074	.336**	1	.417**	.437**	.523**	.309*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.685	.028	.041	.001	.024	.054	.110	.163	.564	.007		.001	.000	.000	.014	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_12	Pearson Correlation	.172	.290*	.215	.186	.145	.307*	.341**	.270*	.214	.184	.417**	1	.237	.382**	.187	.602**
	Sig. (2-tailed)	.178	.021	.090	.145	.257	.014	.006	.033	.092	.148	.001		.061	.002	.141	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_13	Pearson Correlation	.100	.430**	.244	.283*	.271*	.141	.219	.200	.182	.043	.437**	.237	1	.489**	.291*	.584**
	Sig. (2-tailed)	.435	.000	.054	.025	.032	.271	.085	.117	.153	.735	.000	.061		.000	.021	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_14	Pearson Correlation	.073	.581**	.201	.473**	.162	.155	.114	.193	.098	.202	.523**	.382**	.489**	1	.369**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.568	.000	.114	.000	.206	.226	.374	.131	.446	.112	.000	.002	.000		.003	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_15	Pearson Correlation	.067	.324**	-.103	.017	.069	.054	.052	.123	.041	.109	.309*	.187	.291*	.369**	1	.322*
	Sig. (2-tailed)	.604	.010	.420	.892	.594	.674	.684	.339	.747	.395	.014	.141	.021	.003		.010
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Total_skor	Pearson Correlation	.246	.553**	.432**	.626**	.460**	.557**	.622**	.489**	.383**	.324**	.621**	.602**	.584**	.617**	.322*	1
	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.010	.000	.000	.000	.000	.010	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	15

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	total
x1	Pearson Correlation	1	.243	.218	.083	-.083	.098	.477**
	Sig. (2-tailed)		.055	.086	.519	.518	.446	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
x2	Pearson Correlation	.243	1	.141	.533**	.120	.019	.567**
	Sig. (2-tailed)	.055		.269	.000	.347	.885	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
x3	Pearson Correlation	.218	.141	1	.026	.434**	.004	.576**
	Sig. (2-tailed)	.086	.269		.840	.000	.975	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63

x4	Pearson Correlation	.083	.533**	.026	1	.189	.085	.546**
	Sig. (2-tailed)	.519	.000	.840		.138	.505	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
x5	Pearson Correlation	-.083	.120	.434**	.189	1	.265*	.572**
	Sig. (2-tailed)	.518	.347	.000	.138		.036	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
x6	Pearson Correlation	.098	.019	.004	.085	.265*	1	.477**
	Sig. (2-tailed)	.446	.885	.975	.505	.036		.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Total	Pearson Correlation	.477**	.567**	.576**	.546**	.572**	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	6

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673[a]	.453	.444	2.220

a. Predictors: (Constant), x

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.183	1	249.183	50.578	.000[b]
	Residual	300.531	61	4.927		
	Total	549.714	62			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.121	2.789		.761	.450
	X	.358	.050	.673	7.112	.000

a. Dependent Variable: y