

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *ACCOUNT OFFICER* DAN
PEMBIAYAAN TEPAT SASARAN TERHADAP MINAT CALON
NASABAH (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT
SYARIAH LAMPUNG BARAT)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi
Dan Bisnis Islam**

Oleh

Ruly Andika

NPM: 1851020180

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Moh. Bahrudin, M.A

Pembimbing II : Gustika Nurmalia SEI, M.Ek



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *ACCOUNT OFFICER* DAN
PEMBIAYAAN TEPAT SASARAN TERHADAP MINAT CALON
NASABAH (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT
SYARIAH LAMPUNG BARAT)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi
Dan Bisnis Islam**

**Oleh
Ruly Andika
NPM: 1851020180**

Program Studi : Perbankan Syariah

**Pembimbing I : Dr. Moh. Bahrudin, M.A
Pembimbing II : Gustika Nurmalia SEI, M.Ek**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan perbankan tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan dari pihak *Account Officer* yang bertanggung jawab dalam pemberian kredit. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari seberapa bagusnya kinerja keuangan yang ada di perusahaan tersebut untuk menarik nasabah. Menjadi seorang *account officer* diharuskan untuk dapat selektif dalam memantau berjalannya kegiatan marketing atau pemasaran produk yang ditawarkan kepada nasabah. Karena dengan berjalannya proses marketing sampai dengan pembiayaan akan menjadi tanggung jawab AO. Pembiayaan tepat sasaran berdasarkan waktu yang ditetapkan dalam melakukan pinjaman seorang kreditur memiliki kewajiban dalam membayar tanggungan sesuai maksimal waktu tenggang. Jika melebihi masa tenggang hal ini menjadi tanggung jawab AO dalam menghubungi pihak kreditur sebagai bentuk pantauan dari pihak manajemen perusahaan. Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *account officer* dan pembiayaan tepat sasaran terhadap minat calon nasabah (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Lampung Barat).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan penelitian ini adalah nasabah BPRS Lampung Barat yang belum ditentukan. Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan non random sampling, maka sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menjelaskan bahwa secara parsial kualitas pelayanan *account officer* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah. Kemudian secara parsial bahwa pembiayaan tepat sasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah. Dan secara simultan bahwa kualitas pelayanan *account officer* dan pembiayaan tepat sasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pembiayaan Tepat Sasaran, Minat

ABSTRACT

The rapid development of banking is inseparable from the quality of service from the Account Officer who is responsible for extending credit. A good company can be seen from how good the financial performance of the company is to attract customers. Becoming an account officer is required to be selective in monitoring the progress of marketing activities or the marketing of products offered to customers. Because with the ongoing marketing process up to the financing will be the responsibility of AO. Financing is right on target based on the time specified in making a loan, a creditor has an obligation to pay dependents according to the maximum grace period. If it exceeds the grace period, it is AO's responsibility to contact creditors as a form of monitoring from company management. The purpose of this study was to determine the effect of account officer service quality and targeted financing on the interest of prospective customers (Studies in West Lampung Islamic Rural Banks).

In this study, the authors used a quantitative research approach. The population used in this research is BPRS Lampung Barat customers who have not been determined. Based on the sampling technique using non-random sampling, the sample (n) obtained is 96.04 which is then rounded up to 100 people.

Based on the research results obtained, it is explained that partially the service quality of account officers has a positive and significant effect on the interest of prospective customers. Then partially that the right target financing has a positive and significant effect on the interest of prospective customers. And simultaneously that the service quality of account officers and targeted financing have a positive and significant effect on the interest of prospective customers.

Keywords: *Service Quality, Targeted Financing, Intere*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ruly Andika
Npm : 1851020180
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *ACCOUNT OFFICER* DAN PEMBIAYAAN TEPAT SASARAN TERHADAP MINAT CALON NASABAH (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH LAMPUNG BARAT)”** adalah benar – benar merupakan hasil karya penyusun sendiri bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah ditunjuk atau disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Bandar Lampung, 06 Desember 2022

Penulis,

Ruly Andika
Npm. 1851010280



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol Hi. Endro Suratmin, Sukarame 1 Telp (0721) 703289 Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *ACCOUNT OFFICER* DAN PEMBIAYAAN TEPAT SASARAN TERHADAP MINAT CALON NASABAH (STUDI PADA BANK PERKREDITAN SYARIAH LAMPUNG BARAT)

**Nama : Ruly Andika
NPM : 1851020180
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

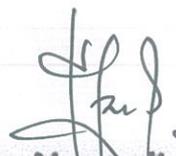
MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

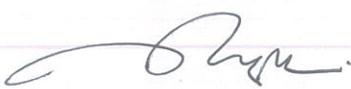
Pembimbing 1

Pembimbing 11


Dr. Moh. Bahrudin, M.A
NIP. 197905142003121003


Gustika Nurmalla, SEI, M.Ek.
NIP.

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**



Any Eliza, S.E., M.Ak
NIP. 198308152006042994



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmni Sukarame Bandar Lampung
35131 Telp (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ACCOUNT OFFICER DAN PEMBIAYAAN TEPAT SASARAN TERHADAP MINAT CALON NASABAH (STUDY PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH LAMPUNG BARAT)**”, disusun oleh: **Ruly Andika, NPM: 1851020180**, Jurusan: **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal :

Hari/Tanggal : 19 Desember 2022
Waktu : 08:00 – 09:30 WIB
Ruangan : Ruang Sidang IV C.2.2

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. MADNASIR, SE, M.Si (.....)
Sekretaris : Yeni Susanti, M.A (.....)
Penguji I : DIMAS PRATOMO, M.E. (.....)
Penguji II : Gustika Nurmalia, SEI, MEK (.....)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. ulius Survanto, SE, M.M., Akt.C.A
197009262008011008

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

(Q.S. An-nisa (4) : 29)

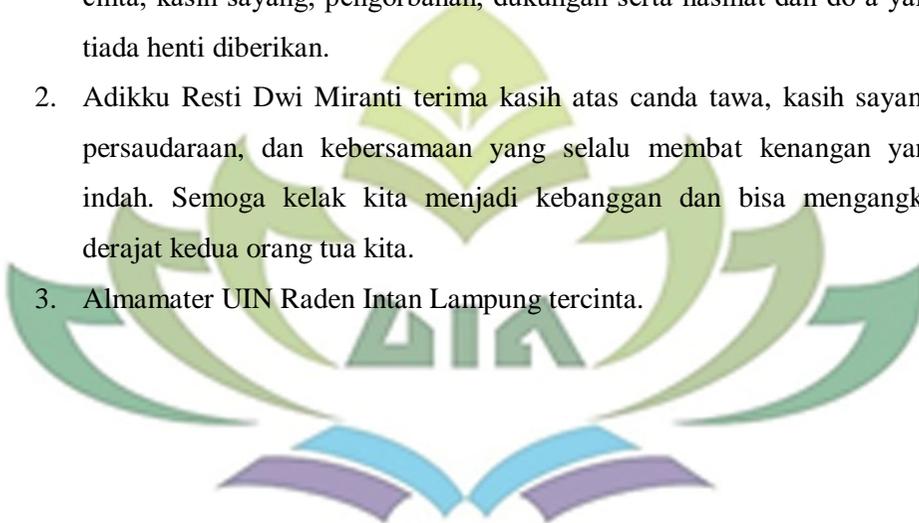


PERSEMBAHAN

Dengan segala Kerendahan hati, serta syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat, nikmat, hidayah serta inayah-Nya, maka :

Ku persembahkan skripsi ini untuk :

1. Ayahanda Dahmir dan Ibunda Rohaida terima kasih atas segala curahan cinta, kasih sayang, pengorbanan, dukungan serta nasihat dan do'a yang tiada henti diberikan.
2. Adikku Resti Dwi Miranti terima kasih atas canda tawa, kasih sayang, persaudaraan, dan kebersamaan yang selalu membuat kenangan yang indah. Semoga kelak kita menjadi kebanggaan dan bisa mengangkat derajat kedua orang tua kita.
3. Almamater UIN Raden Intan Lampung tercinta.



RIWAYAT HIDUP

Ruly Andika, dilahirkan Pada Tanggal 11 Juli 2000 di Desa Cunggu, Lampung Barat. Anak Pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Dahmir dan Ibu Rohaida. Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah Pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Pekon Balak Kecamatan Batu Brak, Lampung Barat yang dimulai pada Tahun 2006 dan diselesaikan pada Tahun 2012. Pada Tahun 2012 sampai 2015, penulis melanjutkan ke SMPN 1 Batu Brak Lampung Barat. Penulis juga melanjutkan pendidikan jenjang selanjutnya, yaitu ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Liwa Kabupaten Lampung Barat dari tahun 2015 sampai tahun 2018. Kemudian pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 06 Desember 2022
Penulis,

Ruly Andika
Npm. 1851010280

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrobbilalamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan, Shalawat serta salam dihaturkan kepada junjungan Baginda Rasulullah SAW, semoga kami kelak mendapat syafaatnya. Aamiin YRA.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh kualitas Pelayanan Account officer dan Pembiayaan Tepat Sasaran Terhadap Minat Calon Nasabah (Studi Pada Bank Perkerditan Rakyat Syariah Lampung Barat)” dalam penyelesaiannya tentunya mendapat bantuan dari beberapa pihak untuk itu ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr tulus Suyanto.,M.M,Akt., C.A, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Bandar Lampung
2. Ibu Any Eliza,S.E,M.Ak., selaku Kepala Program Studi Pebankan Syariah yang senantiasa memantu para mahasiswa
3. Bapak Dr. Moh. Bahrudin,M.A, selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing I yang telah dengan sabar membantu terselesainya skripsi ini.
4. Ibu Gustika Nurmalia SEI,M.EK, selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan ketelatenan dan kesabaran yang membantu terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Ibu Kabag, Kasubag dan Staf Akademik dan Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) UIN RIL yang telah memberikan data, informasi juga administrasi sehingga terselesainya skripsi ini.

6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 FEBI UIN RIL yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya dalam memberikan data sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

7. Semua Pihak kerabat-Keraba Serta Keluarga besar yang selalu mendoakan dan memotivasi sehingga Penulis bisa menyelesaikan Studi di UIN RIL

8. Civitas Akademik UIN RIL tanpa terkecuali Skripsi ini tentunya masih belum sempurna untuk itu saran dan kritik sangat penulis harapkan untuk kesempurnaannya. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan mendapatkan ridho darinya.. Kepada semuanya Jazakumullah Khairan Katsir.

9. Bank Perkeredean Rakyat Syariah Liwa Lampung Barat yang telah bersedia menjadi tempat penelitian penulis.

10. kedua orang tua yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pekuliahan dari awal hingga ahir.

Bandar Lampung, 06 Desember 2022

Penulis

Ruly Andika

1851020180

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	2
C. Masalah Penelitian.....	5
D. Batasan Masalah.....	5
E. Alasan Memilih Judul.....	5
F. Rumusan Masalah	6
G. Tujuan Penelitian.....	6
H. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	7
1. Minat Nasabah	7
2. Unsur-Unsur Minat.....	9
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	10
4. Pengertian Bank Syariah	11
5. Tujuan Bank Syariah	13
6. Fungsi Bank Syariah	14
7. Prinsip Dasar Bank Syariah	14
8. Landasan Hukum Bank Syariah.....	16

9. Produk Bank Syariah.....	19
10. Pengertian <i>Account Officer</i>	21
11. Peranan dan Fungsi <i>Account Officer</i>	21
12. Kualitas Pelayanan.....	22
13. Karakteristik Layanan.....	23
14. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	24
15. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
16. Pembiayaan Tepat Sasaran.....	26
17. Dasar Hukum Pembiayaan.....	26
18. Syarat Sahnya Pembiayaan.....	27
19. Tujuan Pembiayaan.....	28
B. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	29
C. Hipotesis Penelitian.....	31
D. Kerangka Teori.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Definisi Operasional Variabel.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Kualitas Data.....	39
2. Uji Validitas.....	39
3. Uji Reliabilitas.....	40
4. Uji Determinasi (R Square).....	40
5. Uji Asumsi Klasik.....	41
6. Uji Normalitas.....	41
7. Uji Multikolinearitas.....	41
8. Uji Heteroskedastisitas.....	42
9. Uji Regresi Linier Berganda.....	42
10. Uji Hipotesis.....	43
F. Pengolahan Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	45
B. Pembahasan.....	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan63
B. Rekomendasi63

Daftar Rujukan



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Usia	45
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pembiayaan Tepat Sasaran	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Calon Nasabah.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Pembiayaan Tepat Sasaran	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Minat Calon Nasabah	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Scatterplot	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	34



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini dibuat dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Account Officer* dan Pembiayaan Tepat Sasaran Terhadap Minat Calon Nasabah (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Lampung Barat)”. Penulis akan menjelaskan mengenai penegasan judul yang penulis jadikan judul penulisan skripsi, agar dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai judul dan menghindari kesalah pahaman dalam memahami arti judul skripsi ini. Berikut penjelasan arti judul ini:

1. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.¹
2. *Account Officer* adalah pelaku manajemen yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas, khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.²
3. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³
4. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan⁴
5. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah,

¹ Kotler, P., Keller, K., L. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2019), 15

² Jusuf Jopie. *Panduan Dasar Untuk Account Officer*, (Yogyakarta, 1997), 8

³ Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 12

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia

yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.⁵

Berdasarkan uraian diatas maka disimpulkan judul yang dimaksud adalah penilaian dari konsumen mengenai seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh *account officer* sebagai pihak manajemen dari suatu perusahaan dalam mengatur pembiayaan yang tepat dari pihak konsumen yang tentunya akan mempengaruhi keinginan sebagai calon nasabah.

B. Latar Belakang

Dalam hal bisnis tentunya suatu perusahaan menginginkan pendapatan yang sebesar-besarnya dengan meminimalisir resiko yang diambil. Perbankan mempunyai kegiatan yang mempertemukan pihak yang saling membutuhkan dana dan pihak yang mempunyai kelebihan dana. Dengan kegiatan pinjaman, bank berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat bagi kelancaran usahanya, sedangkan dengan adanya penyimpanan dana, bank berusaha menawarkan kepada masyarakat akan keamanan dananya dengan jasa lain yang akan diperoleh. Pesatnya perkembangan perbankan tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan dari pihak *Account Officer* yang bertanggung jawab dalam pemberian kredit.

Perusahaan yang baik dapat dilihat dari seberapa bagusnya kinerja keuangan yang ada di perusahaan tersebut untuk menarik nasabah. Kinerja keuangan adalah hasil/prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan secara efektif selama periode tertentu.⁶ Perusahaan dengan kinerja yang baik mampu menstabilkan keuntungan sehingga perusahaan mampu melakukan usaha yang dikelola dalam kurun waktu yang lama. Bank merupakan perusahaan dibidang keuangan yang memfokuskan keuntungan pada produk-produk yang disediakan. Tentunya berlaku pada Bank Syari'ah memiliki dua produk yang ditawarkan yaitu, produk simpanan dan produk pembiayaan. Dibalik sehatnya kinerja keuangan ada faktor-faktor yang

⁵ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, *Tentang Perbankan*.
<https://peraturan.bpk.go.id/>

⁶ Rudianto, *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. (Jakarta;Erlangga, 2013),138

mempengaruhinya yaitu dengan kualitas dari pihak manajemen yaitu *account officer* yang menjadi tumpuan dari kegiatan yang berkaitan dengan nasabah dan juga faktor pembiayaan tepat sasaran. Perusahaan yang dapat mempertahankan keuntungan dan kelancaran dalam kinerja keuangan didalamnya terdapat pihak manajemen agar dapat melihat dari bagaimana kualitas *account officer* dan pembiayaan tepat sasaran Karena pada dasarnya *account officer* merupakan yang terpenting dalam memasarkan produk yang harus memiliki kemampuan dalam berbicara yang mudah dipahami, dan mampu dalam menganalisis.

Menjadi seorang *account officer* diharuskan untuk dapat selektif dalam memantau berjalannya kegiatan marketing atau pemasaran produk yang ditawarkan kepada nasabah. Karena dengan berjalannya proses marketing sampai dengan pembiayaan akan menjadi tanggung jawab AO. Jika sejak awal AO tidak mampu menganalisis syarat-syarat kreditur untuk mendapatkan suatu pinjaman atau produk yang ada pada bank maka akan terjadi kendala dalam pembiayaan sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan. Peranan dan fungsi seorang *Account Officer* adalah melakukan pemantauan atas pembiayaan yang diberikan kepada nasabah agar nasabah tersebut memenuhi komitmen atas pembiayaan pinjamannya. Dalam hal kegiatan yang dilakukan oleh AO adalah sebagai tanggung jawab yang harus dipahami bahwa kualitas AO akan menjadi tolak ukur dalam berjalannya pembiayaan tepat sasaran untuk mencapai kinerja keuangan yang sehat.

Pembiayaan tepat sasaran berdasarkan waktu yang ditetapkan dalam melakukan pinjaman seorang kreditur memiliki kewajiban dalam membayar tanggungan sesuai maksimal waktu tenggang. Jika melebihi masa tenggang hal ini menjadi tanggung jawab AO dalam menghubungi pihak kreditur sebagai bentuk pantauan dari pihak manajemen perusahaan. Karena semakin lama kreditur membayar pembiayaan maka akan berdampak pada keuntungan dari kinerja keuangan perusahaan. Dalam pemberian pembiayaan, seringkali terdapat masalah-masala. Dalam pemberian pembiayaan tersebut, seperti adanya kredit macet atau bisa disebut dengan *Non Performing Financing* (pembiayaan bermasalah), yang dalam hal ini banyak faktor-faktor yang menyebabkan

terjadinya pembiayaan bermasalah tersebut. Pengawasan dan pembinaan terhadap kreditur harus sudah dilakukan sebelum kredit menjadi tidak lancar.

Berkembangnya Bank Syariah menjadikan persaingan antar bank syariah menjadi ketat yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kinerja keuangan karena tujuannya adalah memperoleh keuntungan demi berlangsungnya bank syariah dalam jangka waktu panjang. Bank syariah merupakan bank yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariat Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.⁷ seperti dalam landasan Q.S Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقْوَمُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَخْبِطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (Q.S Al-Baqarah:275).

Salah satu Bank Syaria'h adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Barat yang telah memberikan edukasi dan informasi

⁷ Muhammad Firdaus NH, dkk, *Konsep & Implentasi Bank Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), 18

mengenai produk-produk pembiayaan bank syariah kepada para nasabah sebagai bentuk dari adanya skill dan kompetensi dari sumber daya yang dimiliki oleh BPRS Lampung Barat. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁸ Berdasarkan akad pembiayaan yaitu Mudharabah, Musyarakah dan Murabahah.⁹ Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Barat memiliki kualitas AO yang dipercaya mampu mengawasi dan mengevaluasi agar pembiayaan tepat sasaran pada kreditur dapat menjadikan kinerja keuangan tidak terkendala.

Berdasarkan latar belakang di atas maka judul dari penelitian ini adalah sebagai berikut “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Account Officer* Dan Pembiayaan Tepat Sasaran Terhadap Minat Calon Nasabah (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Lampung Barat)”

C. Masalah Penelitian

Masalah dalam penelitian ini adalah masih adanya kendala pembayaran atau keterlambatan pembayaran nasabah yang mempengaruhi kinerja keuangan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Barat, sehingga penelitian ini menganalisis masalah tersebut dengan pelayanan *Account Officer* dan pembiayaan tepat sasaran.

D. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah variabel X1 yaitu kualitas pelayanan *Account Officer* , variabel X2 yaitu Pembiayaan Tepat Sasaran , variabel Y yaitu Minat calon nasabah serta penelitian ini membatasi hanya pada BPRS Lampung Barat.

⁸ UU No. 10 pasal 1 ayat 12, *Tentang Perbankan (2022)*. <https://jdih.kemenkeu.go.id/>

⁹ Akad Pembiayaan , *Diakses pada tanggal 15 Februari 2022*, <https://bprslampungbarat.co.id/index.php/produk>

E. Alasan Memilih Judul

Alasan memilih judul dalam penelitian ini adalah karena di Lampung Barat satu-satunya Bank Syariah yang di kelola oleh pemerintah adalah BPRS Lampung Barat

F. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan *Account Officer* berpengaruh terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat?
2. Apakah pembiayaan tepat sasaran berpengaruh terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat?
3. Apakah kualitas pelayanan *Account Officer* dan Pembiayaan Tepat Sasaran berpengaruh secara simultan terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat?

G. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Account Officer* berpengaruh terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat.
2. Untuk mengetahui pembiayaan tepat sasaran berpengaruh terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Account Officer* dan Pembiayaan Tepat Sasaran berpengaruh secara simultan terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat?

H. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah untuk menyampaikan hasil mengenai berpengaruh atau tidaknya kualitas pelayanan *Account Officer* dan Pembiayaan Tepat Sasaran terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai literatur, referensi, informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca mengenai pentingnya keilmuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan *Account Officer* dan Pembiayaan Tepat Sasaran terhadap minat calon nasabah BPRS Lampung Barat.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya. Minat merupakan salah satu aspek psikis yang mendorong manusia mencapai tujuannya. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, cenderung memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut. Namun, apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka orang itu tidak akan memiliki minat atas objek tersebut. Oleh karena itu, tinggi rendahnya perhatian atau rasa senang seseorang terhadap objek dipengaruhi oleh tinggi rendahnya minat seseorang tersebut.

Menurut Slameto, Minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹⁰ Menurut Tampubolon mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.¹¹ Sedangkan menurut Djali bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.¹² Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara menggolongkannya. minat dapat dibagi menjadi tiga macam

¹⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 182.

¹¹ Tampubolon, *Mengembangkan Minat dan Keinginan Membaca Pada Anak*, (Bandung: Angkasa, 1991), 41

¹² DJaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara), 121

(berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut:¹³

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat social adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat di bedakan *expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.

Nasabah adalah pelanggan (*costumer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.¹⁴ Nasabah adalah Seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.¹⁵ Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah bank dibagi menjadi:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan

¹³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263-268

¹⁴ Mislah Hayati Nasution, Sutisna.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, h 65

¹⁵ Dwi Perwitasari Wiryaningtyas. 2016. Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth. Volume 14 Nomor 2, h 50

dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁶

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (missal : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan minat menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:¹⁷

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

2. Unsur-Unsur Minat

Menurut Adityaromantika seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain:

- a. Perhatian
Seseorang dikatakan berminat apabila seseorang disertai adanya perhatian,yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu objek,jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek pasti perhatiannya akan memusat terhadap sesuatu objek tersebut.
- b. Kesenangan
Perasaan senang terhadap sesuatu objek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, seseorang merasa tertarik kemudian pada saatnya timbul keinginan yang dikehendaki agar objek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian individu yang bersangkutan berusaha untuk mempertahankan objek tersebut.

¹⁶ Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, Op. Cit. h. 17

¹⁷ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam..., h. 264

c. Kemauan

Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu objek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat seseorang yang bersangkutan. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan suka terhadap suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Antara minat dan perasaan senang terdapat timbal balik, sehingga tidak mengherankan jika mahasiswa yang berperasaan tidak senang juga akan kurang berminat dan begitu juga sebaliknya. Orang yang memiliki minat yang tinggi maka ia tidak akan mudah putus asa demi tercapainya tujuannya tersebut. Karena jika hal yang diinginkan bisa tercapai maka rasa kepuasanlah yang didapat dari usaha yang telah dilaksanakan.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat seseorang tidak timbul secara tiba-tiba. Minat tersebut ada karena pengaruh dari beberapa faktor, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menurut Crow and Crow sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Rahman Shaleh, ada beberapa faktor yang menjadikan timbulnya minat, yaitu:¹⁸

- a. Dorongan dari dalam Yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang. Faktor dorongan dalam yaitu persepsi seseorang mengenai diri sendiri, harga diri, harapan pribadi, kebutuhan, keinginan, kepuasan, dan prestasi yang diharapkan.
- b. Motif sosial Yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.
- c. Faktor emosional Minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas

¹⁸ Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Didaktik Pendidikan Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), 263-265

dan meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang. Secara sederhana, minat (interest) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Reber, dalam psikologi minat tidak termasuk istilah populer karena ketergantungannya yang banyak pada faktor-faktor internal lainnya seperti: Pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.¹⁹

4. Pengertian Bank Syariah

Istilah bank telah menjadi istilah umum yang banyak dipakai di masyarakat dewasa ini. Dalam konteks bank sebagai lembaga keuangan, kata bank dapat ditelusuri dari kata *banque* dalam bahasa Prancis, *banco* dalam bahasa Italia yang dapat berarti peti, lemari atau banku. Konotasi kedua kata ini mengarah pada fungsi dasar yang ditunjukkan bank komersial sebagai , *pertama*, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman. *Kedua*, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa²⁰. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah didefinisikan sebagai bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam.²¹ Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran

¹⁹ Reber dalam Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015), 152

²⁰ Arifin, Zainul, (Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah). Bandung: Alva Beta, 2002), 2

²¹ C.S.T Kamsil, dkk, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), cet. Ke-1, 311-313

serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan AlHadist. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

Adapun perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedang bank konvensional memakai sistem bunga. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan sangat berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah lebih menekankan sistem kerja serta *partnership*, kebersamaan terutama kesiapan semua pihak untuk berbagi termasuk dalam hal-hal keuntungan dan kerugian

Dalam kegiatan usahanya baik Bank Umum Syariah maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pada dasarnya sama dengan kegiatan usaha bank konvensional, yaitu meliputi tiga kegiatan utama: pertama, dalam bidang pengumpulan dana masyarakat dalam bentuk simpanan atau investasi (*liability product*), kedua, dalam bidang penyaluran dana kepada masyarakat (*asset product*), dan ketiga, berupa pemberian jasa-jasa bank (*service product*).²²

Usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:

- a. Menghimpun dana
- b. Menyalurkan dana
- c. Memberikan jasa bank lainnya

Keuntungan dari selisih bunga ini di bank dikenal dengan istilah *spread based*. Jika suatu bank mengalami suatu kerugian dari selisih bunga, dimana suku bunga simpanan lebih besar dari suku bunga kredit, istilah ini dikenal dengan nama *negative spread*. Kemudian bagi bank yang berprinsip syariah keuntungan bukan

²² Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), 2

diperoleh dari bunga. Di bank ini jasa bank yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah yang berdasarkan hukum islam²³

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah islam yang sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan Al-Hadits, khususnya dalam konteks tata cara bermuamalah secara islam. Dalam operasinya, bank syariah ini menghindarkan diri dari praktek-praktek yang mengandung riba dan menggantinya dengan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan²⁴

5. Tujuan Bank Syariah

Allah SWT telah memerintahkan umat muslim untuk meninggalkan praktek riba dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 278 sebagai berikut²⁵:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

Undang-undang No.21 Tahun 2008 pasal 3 menyebutkan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Tujuan bank syariah adalah sebagai berikut:

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah atau beraktivitas secara Islam, khususnya muamalah yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan), dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan masyarakat;
- b. Menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan

²³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 15

²⁴ Antonio Muhammad Syafi'i. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani, 2001)

²⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), 43

meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang sangat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.

- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari Negara-negara yang sedangberkembang
- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah diyakini akan mampu menghindari pemanasan ekonomi yang diakibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.

6. Fungsi Bank Syariah

Perbankan syariah menyatakan bahwa fungsi bank syariah adalah sebagai berikut:²⁶

- a. Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif)

7. Prinsip Dasar Usaha Bank Syariah

Prinsip dasar kegiatan perbankan syariah dibagi menjadi 5 (lima), di antaranya²⁷:

²⁶ Undang-Undang No.21 tahun 2008 pasal 4, *Fungsi Bank Syariah*, <https://www.ojk.go.id/id>

²⁷ Suwiknyo. *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 7

1. Prinsip Simpanan Murni (al-Wadi'ah) Prinsip Simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh Bank Islam untuk diberikan oleh Bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak bank yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk alWadi'ah. Fasilitas al-Wadi'ah biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito. Dalam dunia perbankan konvensional al-Wadi'ah identik dengan giro.
2. Bagi Hasil (syirkah) Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah mudharabah dan musyarakah. Lebih jauh prinsip mudharabah dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan musyarakah lebih banyak untuk pembiayaan.
3. Prinsip Jual Beli (at-Tijarah) Prinsip ini merupakan suatu system yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli di tambah keuntungan (margin)
4. Prinsip Sewa (al-Ijarah) Prinsip ini secara garis besar terbagi kepada dua jenis :
 1. Ijarah, sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu equipment yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah.
 2. Al-Ijarah al-muntahia bit-tamlik, merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.

5. Jasa (*Fee-based services*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain Bank Garansi, Kliring, Inkaso dan Jasa Transfer. Secara syariah prinsip ini didasarkan pada konsep al-ajr wal-umullah

8. Landasan Hukum Bank Syariah

a. Landasan Hukum Islam

Q.S Al-Baqarah Ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”.

b. Landasan Hukum Positif

1. Undang-undang No.7 Tahun 1992 Sejak diberlakukannya UU No.7 tahun 1992 yang memosisikan bank Syariah sebagai bank umum dan bank perkreditan rakyat, memberikan angin segar kepada sebagian umat muslim yang anti-riba, yang ditandai dengan mulai beroperasinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 Mei 1992 dengan modal awal Rp.106.126.382.000,00. Meskipun UU No.7 Tahun 1992 tersebut tidak secara eksplisit menyebutkan pendirian bank syariah atau bank bagi hasil dalam pasal-pasalannya, kebebasan yang diberikan oleh pemerintah melalui deregulasi tersebut telah memberikan pilihan bebas kepada masyarakat untuk

merefleksikan pemahaman mereka atas maksud dan kandungan peraturan tersebut.

b. Undang-undang No.10 Tahun 1998

UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang No.7 Tahun 1992 hadir untuk memberikan kesempatan meningkatkan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Arah kebijakan regulasi ini dimaksudkan agar ada peningkatan peranan bank nasional sesuai fungsinya dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan prioritas koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi. Dalam UU No.10 Tahun 1998 ini pun memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mendirikan bank yang menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, termasuk pemberian kesempatan kepada Bank Umum Konvensional untuk membuka kantor cabangnya yang khusus menyelenggarakan kegiatan berdasarkan Prinsip Syariah.

c. Undang-undang No.23 Tahun 2003

UU No.23 Tahun 2003 tentang Bank Indonesia telah menugaskan kepada BI untuk mempersiapkan perangkat aturan dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya yang mendukung kelancaran operasional bank berbasis Syariah serta penerapan dual bank system.

d. Undang-undang No.21 Tahun 2008

Beberapa aspek penting dalam UU No.21 Tahun 2008:

1. Pertama, adanya kewajiban mencantumkan kata “syariah” bagi bank syariah, kecuali bagi bank-bank syariah yang telah beroperasi sebelum berlakunya UU No.21 Tahun 2008 (pasal 5 no.4). Bagi bank umum konvensional (BUK) yang memiliki unit usaha syariah (UUS) diwajibkan mencantumkan nama syariah setelah nama bank (pasal 5 no.5).

2. Kedua, adanya sanksi bagi pemegang saham pengendali yang tidak lulus fit and proper test dari BI (pasal 27)
3. Ketiga, satu-satunya pemegang fatwa syariah adalah MUI. Karena fatwa MUI harus diterjemahkan menjadi produk perundang-undangan (dalam hal ini Peraturan Bank Indonesia / PBI), dalam rangka penyusunan PBI, BI membentuk komite perbankan syariah yang beranggotakan unsur-unsur dari BI, Departemen agama, dan unsur masyarakat dengan komposisi yang berimbang dan memiliki keahlian di bidang syariah (pasal 26).
4. Keempat, adanya definisi baru mengenai transaksi murabahah. Dalam definisi lama disebutkan bahwa murabahah adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Menurut UU No.21 Tahun 2008 disebutkan akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Diubahnya kata “jual beli” dengan kata “pembiayaan”, secara implisit UU No.21 Tahun 2008 ini ingin mengatakan bahwa transaksi murabahah tidak termasuk transaksi yang dikenakan pajak sebagaimana yang kini menjadi masalah bagi bank syariah.

Beberapa Peraturan Bank Indonesia mengenai Perbankan syariah

1. PBI No.9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.
2. PBI No.7/35/PBI/2005 tentang perubahan atas peraturan bank Indonesia No. 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. c. PBI No.6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah

9. Produk Bank Syariah

Produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: Produk Penyaluran Dana, Produk Penghimpunan Dana, dan Produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya.

- a. Produk Penyaluran Dana Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yaitu:²⁸
 1. Prinsip Jual Beli Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Prinsip ini dapat dibagi sebagai berikut:
 2. Pembiayaan Murabahah Menurut Muhammad Ibn Ahmad Ibnu Muhammad Ibnu Rusyd bahwa pengertian murabahah yaitu: Bahwa pada dasarnya murabahah tersebut adalah jual beli dengan kesepakatan pemberian keuntungan bagi si penjual dengan memperhatikan dan memperhitungkannya dari modal awal si penjual.
 3. Pembiayaan Salam Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada.²⁹
 4. Pembiayaan Istisna Produk Istisna menyerupai produk salam, tapi dalam Istisna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (*termin*) pembayaran. Skim Istisna dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.³⁰

- b. Prinsip Sewa

Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip Ijarah sama saja dengan prinsip jual beli. Namun perbedaanya terletak pada objek traksaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada Ijarah objek transaksinya adalah jasa.

²⁸ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), 98

²⁹ Ibid, 99

³⁰ Ibid

c. Prinsip Bagi Hasil (Shirkah)

1. Pembiayaan Musharakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah Musharakah (shirkah atau sharikah atau serikat atau kongsi). Dalam artian semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek Musharakah dan dikelola bersama-sama.³¹

2. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (shahibul maal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.³²

d. Akad Pelengkap

1. Hiwalah (Alih Utang-Piutang) Tujuan fasilitas Hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya.
2. Rahn (Gadai) Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.
3. Qard (Pinjaman Uang) Qard adalah pinjaman uang. Aplikasi qard dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu: pertama, sebagai pinjaman talangan haji, kedua, sebagai pinjaman tunai (cash advanced), ketiga, sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, keempat, sebagai pinjaman kepada pengurus bank.
4. Wakalah (Perwakilan) Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti inkasi dan transfer uang.

³¹ 3 T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Mu'amalah*, cet. II (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 24

³² Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PKES Publishing, 2008), 37-39

5. Kafalah (Garansi Bank) Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.³³

10. Pengertian *Account Officer*

Account Officer adalah aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas, khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.³⁴ Sistem *Account Officer* memiliki peranan yang besar, karena peranannya dalam menghubungkan bank dengan nasabahnya. Tugas *Account Officer* dimulai dari mencari, menilai, mengevaluasi, selanjutnya mengusulkan proposal pembiayaan nasabah, dan tidak berhenti disitu *Account Officer* juga harus tetap membina nasabahnya agar mampu mengembalikan dana yang telah dipinjam kepada bank Maka sebagai ujung tombak bank, *Account Officer* harus memiliki integritas yang tinggi kepada bank, tidak memberikan usulan nasabah yang asal-asalan yang justru malah menjadi resiko bagi bank dikemudian hari.³⁵

11. Peranan dan Fungsi *Account Officer*

Pada dasarnya peranan dan fungsi seorang *Account Officer* adalah sebagai berikut :³⁶

- a. Mengelola *account*
Seorang *Account Officer* berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai personil bank.
- b. Mengelola produk
Seorang *Account Officer* harus mampu menjembatani kemungkinan pemakaian berbagai produk yang paling sesuai untuk kebutuhan nasabahnya
- c. Mengelola kredit

³³ Adiwarmarman A. Karim, *Bank Islam*, 105-107

³⁴ Jusuf Jopie. *Panduan Dasar* ,8

³⁵ *Ibid*, 8

³⁶ *Ibid*, 8-9

Account Officer berperan untuk melakukan pemantauan atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Untuk melaksanakan ini, seorang *Account Officer* harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang bisnis nasabahnya

d. Mengelola penjualan

Seorang *Account Officer* pada dasarnya merupakan ujung tombak bank dalam memasarkan produknya, maka seorang *Account Officer* juga harus memiliki salesmanship yang memadai untuk dapat memasarkan produk yang ditawarkan.

e. Mengelola profitability

Seorang *Account Officer* juga berperan dalam menentukan keuntungan yang diperoleh bank. Dengan demikian, ia harus yakin bahwa segala hal yang dilakukannya berada dalam suatu kondisi memberikan keuntungan kepada bank.

12. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.³⁷ Pada dasarnya kualitas suatu jasa yang dipersepsikan pelanggan terdiri atas dua dimensi. Dimensi pertama *technical quality (outcome dimension)* berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan pelanggan. Dimensi kedua, *functional quality (process-related dimension)* berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknis, output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan.³⁸

Jasa atau layanan adalah setiap perlakuan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tapi bisa juga non fisik.³⁹

³⁷ Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2 Alih Bahasa : Bob Sabran*, (Jakarta : Erlangga, 2011), 16

³⁸ Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset*, (Yogyakarta, 2010), 59

³⁹ Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran.....*, 17

Terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.⁴⁰ Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa dimana kualitas layanannya sangat diperhitungkan orang saat memilih merk jasa mana yang akan dipilih, maka dari itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus benar-benar teliti dan mempunyai standart perusahaan nya tersendiri agar pelayan-pelayan yang bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini dapat melayani konsumen dengan standart operasional perusahaan yang ada.

13. Karakteristik Layanan

Terdapat empat karakteristik jasa, yaitu :⁴¹

- a. Tidak Berwujud (*Intangibility*). Layanan tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar atau dicium sebelum dibeli. Misalnya, orang yang menjalani perawatan kosmetik tidak dapat melihat hasil sebelum pembelian. Penumpang maskapai tidak memiliki apapun kecuali tiket yang menjadi bukti mereka ketika mereka akan mengambil bagasi di pesawat dan mereka berharap janji yang mana mereka dan barang bawaan mereka akan selamat pada tujuan dengan waktu yang sama.
- b. Bervariasi (*Variability*). Pada kualitas pelayanan jasa tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena itulah jasa disebut bervariasi.

⁴⁰ Tjiptono Fandy. *Strategi Pemasaran ...* ,65

⁴¹ Kotler dan Keller, *Prinsip-Prinsip Marketing*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 261

- c. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*). Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu bersamaan dengan partisipasi konsumen didalamnya.
- d. Tidak dapat disimpan (*Perishability*). Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh penerimanya. Karakteristik ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, dan dipergunakan lain waktu.

14. Manfaat Kualitas Pelayanan

Terdapat lima manfaat kualitas layanan, yaitu : ⁴²

- a. Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.
- b. Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.
- c. Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.
- d. Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas.

15. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi dari kualitas layanan, yaitu: ⁴³

- a. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat.
- b. *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut.
- c. *Responsiveness* (Kepekaan), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- d. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri.

⁴² Kotler dan Keller, *Prinsip-Prinsip Marketing*....., 158

⁴³ *Ibid*, 442

e. *Empathy* (Empati), yaitu perhatian, perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

Menurut A.Parasuraman, Leonard L. Berry, Valarie A. Zeithaml (1988), mereka kemudian mengembangkan SERVQUAL (*Service Quality*), berikut lima dimensi kualitas layanan tersebut:

1. Reliability (kehandalan)
 - a. Layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan
 - b. Kehandalan dalam menangani masalah layanan pelanggan
 - c. Memberikan layanan yang baik dari pertama kalinya.
 - d. Mempertahankan catatan yang bebas kesalahan
 - e. Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan.

2. *Responsiveness*. (Daya Tanggap)
 - a. Memberi tahu pelanggan kapan layanan akan dilakukan
 - b. Memiliki layanan yang cepat untuk pelanggan
 - c. Kemauan untuk membantu pelanggan d. Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan.

3. *Assurance* (Jaminan)
 - a. Mempunyai karyawan yang dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggan.
 - b. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
 - c. Memiliki karyawan yang sopan secara konsisten
 - d. Karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan

4. *Emphaty* (Empati)
 - a. Memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.
 - b. Memiliki karyawan yang peduli dengan pelanggan
 - c. Memahami apa yang pelanggan inginkan.
 - d. Memiliki karyawan yang mengerti kebutuhan pelanggan
 - e. Jam kerja yang nyaman.

5. *Tangibles* (Bukti Fisik)
 - a. Memiliki peralatan yang terbaru
 - b. Memiliki fasilitas visual yang menarik

- c. Memiliki karyawan yang berpenampilan rapih dan professional
- d. Memiliki materi visual yang menarik terkait dengan layanan

16. Pembiayaan Tepat Sasaran

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas dari lembaga keuangan syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain dari lembaga keuangan syariah berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.⁴⁴

Menurut UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah diubah menjadi UU No.10 tahun 1998 tentang Perbankan dalam Pasal 1 nomor (13): “Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).⁴⁵

17. Dasar Hukum Pembiayaan

- a. Dalam surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh

⁴⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*. (Jakarta: PT Fajar Pratama Offset, 2011), 105

⁴⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992. *Tentang Perbankan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998*, Diakses pada tanggal 16 Februari 2022, <https://www.ojk.go.id/>

dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa: 29)

- b. Firman Allah dalam Pembiayaan dan hutang dalam surat Al-Baqarah ayat 280 sebagai berikut:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.” (Q.S Al-Baqarah:280)

18. Syarat Sahnya sebuah Pembiayaan

Sebelum pembiayaan direalisasikan, terlebih dahulu harus dibuat akad atau perjanjian. Dalam pasal 1320 KUH Perdata. Untuk sahnya suatu perjanjian terdapat 4 macam syarat, yaitu:⁴⁶

- a. Sepakat mereka yang mengikat diri (sighat al-aqd).

Yang dimaksud dengan sepakat mereka yang mengikat diri adalah bahwa apa yang dikendaki oleh pihak yang satu disetujui atau disepakati oleh pihak yang lainnya. Tidak ada kesepakatan apabila suatu perjanjian muncul karena ada paksaan (dwang/ikrah), kekhilafan (dwaling/ghalath) atau penipuan (bedrog/taghrihtadlis)

- b. Dijelaskan dalam pasal KUH Perdata

Pada dasarnya setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Dalam pasal 1330 KUH Perdata, orang-orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

- 1) Orang yang belum dewasa.
- 2) Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.
- 3) Orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang dan pada umumnya semua orang kepada siapa

⁴⁶ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2010), 154

undangundang telah melarang membuat perjanjian perjanjian tertentu⁴⁷

c. Suatu sebab yang halal (maudhu' al-aqd)

Suatu sebab yang halal maksudnya apa yang menjadi tujuan bersama atau apa yang dikerjakan para pihak yang mengadakan perjanjian tersebut bukan hal yang dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, dan tidak melanggar kesusilaan.⁴⁸

19. Tujuan Pembiayaan

Sebuah pembiayaan mempunyai beberapa tujuan utama dari pemberian pinjaman pembiayaan antara lain:⁴⁹

a Mencari keuntungan.

Mencari keuntungan (profitability). sebuah utility (nilai). Dan dapat memindahkan barang dari tempat produksi ketempat yang memerlukan barang tersebut.

b Meningkatkan peredaran uang.

Dalam hal ini uang yang disalurkan akan beredar dari suatu wilayah ke wilayah lainnya sehingga, suatu daerah yang kekurangan uang dengan memperoleh pembiayaan maka daerah tersebut akan memperoleh tambahan uang dari daerah lainnya.

c Menimbulkan kegairahan usaha.

Dengan adanya perbankan Syariah dan sebuah BMT tidak akan menimbulkan kegelisahan untuk para pengusaha, karena dengan adanya mereka bisa membantu pengusaha yang kekurangan dana dalam usahanya sehingga kekhawatiran akan kurangnya sebuah modal dapat dipecahkan oleh perbankan syariah atau BMT.

d Stabilitas ekonomi.

Untuk menekan terjadinya sebuah inflasi dan terlebihlebih lagi untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank Syariah atau BMT memegang peranan yang sangat penting.

e Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.

⁴⁷ *Ibid*, h.158

⁴⁸ *Ibid*, h..159

⁴⁹ Veithzal Rivai dan Arfian Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2010),

Para usahawan memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Dengan meningkatnya pendapatan para pengusaha maka semakin tinggi pula pajak perusahaan yang harus dibayar dan disalurkan kepada negara, dan penggunaan devisa untuk konsumsi semakin berkurang, sehingga secara langsung atau tidak, melalui pembiayaan, pendapatan nasional akan bertambah pula.⁵⁰

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Kajian penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yani Putri Andi pada tahun 2018, dengan judul “Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan minat calon nasabah (studi pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung)”, dengan menggunakan metode kuantitatif menyatakan bahwa bahwa Sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan sampel 78 orang nasabah dan analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi IBM SPSS statistics 21. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai thitung (11,837) > ttabel (1,992). Sehingga hipotesis penelitian H0 ditolak dan H1 diterima yaitu ada pengaruh promosi terhadap minat calon nasabah BRI Syariah, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai thitung (4,225) > ttabel (1,992). Sehingga hipotesis penelitian H0 ditolak dan H1 diterima yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat calon nasabah BRI.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmah Yulianti, pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Peran Dan Kualitas Pelayanan Accounting Officer (Ao) Terhadap Minat calon nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Dan Musyarakah Pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh”, *Journal of Economics Science* Vol. 6 No. 2 Oktober 2020, dengan menggunakan metode kuantitatif menyatakan

⁵⁰ *Ibid.h.* 684.

bahwa, Penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,356 untuk variabel peran accounting officer (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2). Nilai F hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,09, sehingga dapat diartikan bahwa secara simultan variabel independen (peran Accounting officer dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap calon nasabah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh.

3. Penelitian yang dilakukan Isnaini, pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Pembiayaan Dan Pelayanan Bank Syariah Terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi Pemilik Kios Di Pasar Andi Tadda Palopo)”, Skripsi Perbankan Syariah, IAIN Palopo, dengan menggunakan metode kuantitatif menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan secara simultan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,362 > 3,15$) dan signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel independen (pembiayaan dan pelayanan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat pedagang menjadi nasabah).
4. Penelitian yang dilakukan Bagja Subadri, pada tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”, Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta, dengan metode kuantitatif yang menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Ika Meliyana Wahyuni, pada tahun 2022 dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Murabahah Di Bmt Khasanah Abadi Cabang Tulang Bawang”, Jurnal Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan metode kuantitatif menyatakan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan citra

perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan murabahah di BMT Khasanah Abadi Cabang Tulang Bawang.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nurcahyo Dwi, pada tahun 2018 dengan judul “Kualitas Produk Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Anggota Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bmt Mitra Usaha Lampung Timur)” Jurnal Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan metode kuantitatif menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan BMT.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Indari Febiola Hania, pada tahun 2022 dengan judul, “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Corporate Image* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Mobile Banking Muamalat Din (Digital Islamic Network) (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Kotabumi)” dengan metode kuantitatif menyatakan bahwa Adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat pengguna aplikasi mobile banking MDIN.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Sagita Novalia, pada tahun 2022 dengan judul, “Pengaruh Tingkat Margin, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada BMT As-Syafi’iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung” dengan metode kuantitatif menyatakan bahwa Hasil penelitian ini tingkat margin, Bauran Pemasaran dan Kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan murabahah.

Berdasarkan penelitian diatas maka terdapat perbedaan pada penelitian yang sedang penulis lakukan yaitu berdasarkan tempat penelitian yang dilakukan penelitian ini melakukan penelitian di BPRS Lampung Barat, keemudian sampel dan populasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik random sampling dimana sampel adalah calon nasabah, perbedaan yang terakhir adalah dengan menambahkan variabel pembiayaan tepat sasaran dan kinerja keuangan.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan sebelumnya dalam bentuk kalimat pernyataan.⁵¹ Maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Account Officer* Terhadap Minat Calon Nasabah

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁵² Jasa atau layanan adalah setiap perlakuan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tapi bisa juga non fisik.⁵³ Sistem *Account Officer* memiliki peranan yang besar, karena perannya dalam menghubungkan bank dengan nasabahnya. Suatu perusahaan akan sebisa mungkin memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar menarik minat calon nasabah. Oleh karena itu seorang *Account Officer* dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik, teliti, dan mampu menganalisis nasabah untuk kedepannya, agar tidak terjadi kendala dalam masalah kredit.

H₀: Kualitas pelayanan *Account Officer* (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat calon nasabah (Y) pada BPRS Lampung Barat

H₁: Kualitas pelayanan *Account Officer* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah (Y) pada BPRS Lampung Barat

b. Pengaruh Pembiayaan Tepat Sasaran Terhadap Minat Calon Nasabah

Pembiayaan merupakan aktivitas dari lembaga keuangan syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain dari lembaga keuangan syariah berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana

⁵¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2015), 41

⁵² Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2 Alih Bahasa : Bob Sabran*, (Jakarta : Erlangga, 2011), 16

⁵³ Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset*, (Yogyakarta, 2010), 59

dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.⁵⁴ Dalam hal pembiayaan yang menjadi daya tarik oleh minat calon nasabah adalah bagaimana suatu lembaga bank dapat dipercaya dalam proses pendanaan yang disesuaikan dengan kesepakatan kedua belah pihak, serta jangka waktu yang ditentukan. Oleh karena itu pembiayaan tepat sasaran dapat menjadi salah satu dari faktor minat calon nasabah.

H₀: Pembiayaan Tepat Sasaran(X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat calon nasabah (Y) pada BPRS Lampung Barat

H₂: Pembiayaan Tepat Sasaran (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah (Y) pada BPRS Lampung Barat

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Account Officer* Dan Pembiayaan Tepat Sasaran Terhadap Minat Calon Nasabah

Secara bersamaan kenyamanan pelayanan seorang *Account Officer* dalam berkomunikasi dengan nasabah untuk menjelaskan bagaimana sistem atau produk apa saja yang bisa digunakan serta pembiayaan yang bagaimana yang nyaman untuk nasabah akan menjadi daya tarik calon nasabah. Biasanya nasabah tidak ingin melakukan kredit yang rumit dalam masalah pembayaran, penjelasan-penjelasan harus teinci namun mudah dipahami maka tugas seorang *Account Officer* dibutuhkan dalam hal ini. Untuk melaksanakan ini, seorang *Account Officer* harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang bisnis nasabahnya. Menurut UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah diubah menjadi UU No.10 tahun 1998 tentang Perbankan dalam Pasal 1 nomor (13): “Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah),

⁵⁴ Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2 Alih Bahasa : Bob Sabran*, (Jakarta : Erlangga, 2011), 16

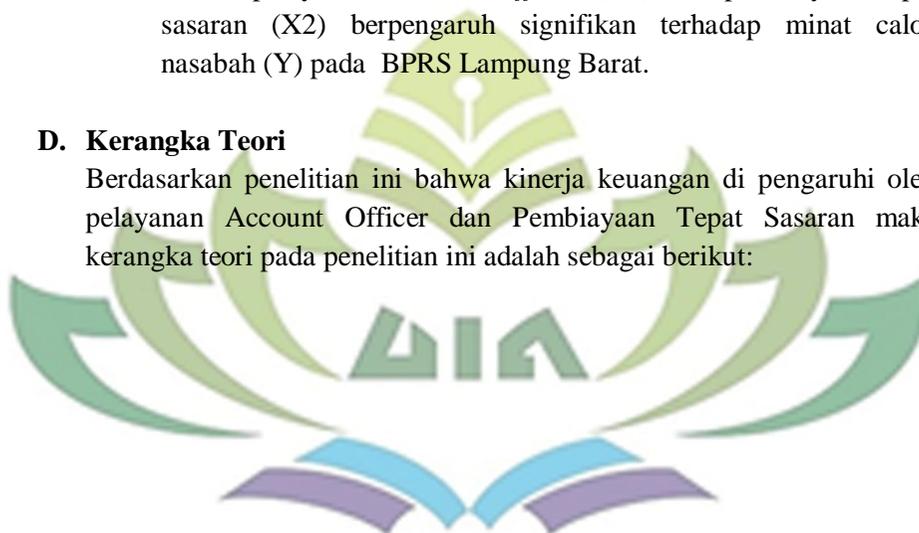
prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)⁵⁵

H₀ : Kualitas pelayanan *Account Officer* (X1) dan pembiayaan tepat sasaran (X2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat calon nasabah (Y) pada BPRS Lampung Barat

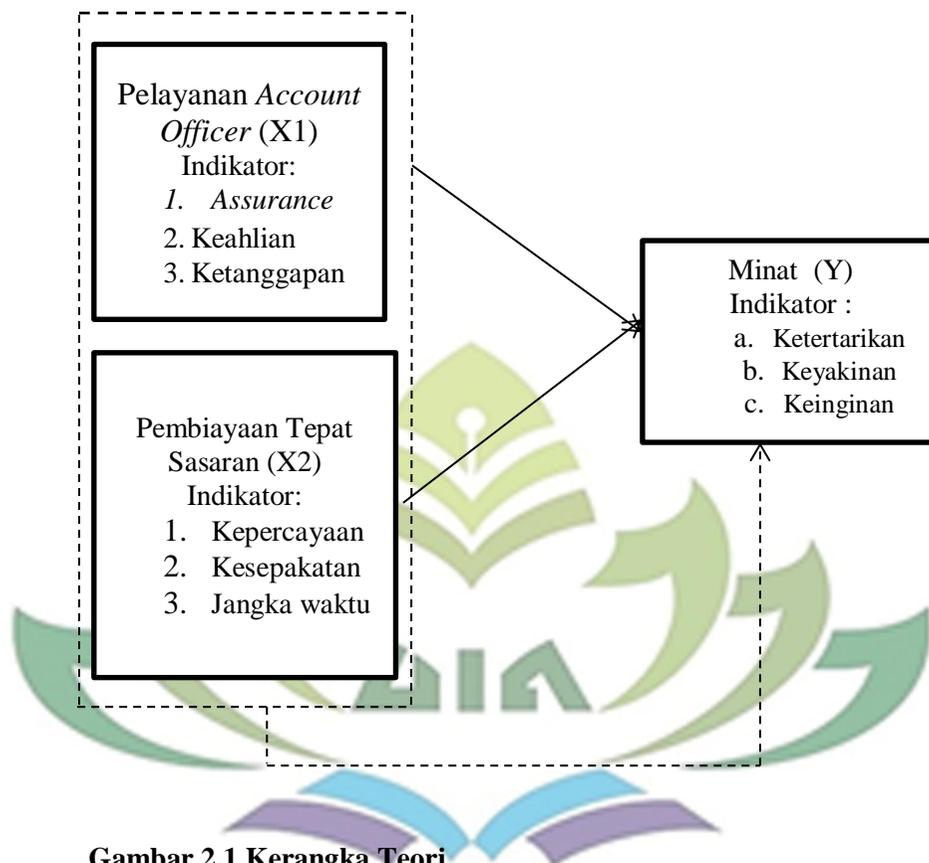
H₃: Kualitas pelayanan *Account Officer* (X1) dan pembiayaan tepat sasaran (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat calon nasabah (Y) pada BPRS Lampung Barat.

D. Kerangka Teori

Berdasarkan penelitian ini bahwa kinerja keuangan di pengaruhi oleh pelayanan *Account Officer* dan Pembiayaan Tepat Sasaran maka kerangka teori pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



⁵⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992. *Tentang Perbankan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998*, Diakses pada tanggal 16 Februari 2022, <https://www.ojk.go.id/>



Gambar 2.1 Kerangka Teori

————— : Parsial

----- : Simultaan

Kerangka pikir penelitian ini terdiri atas variabel independen, dan dependen. Variabel independen terdiri atas pelayanan *account officer* (X1) dengan indikator kecermatan, keahlian, dan ketanggapan, pembiayaan tepat sasaran (X2) dengan indikator kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu. Sedangkan variabel dependen yaitu minat (Y) dengan indikator ketertarikan, keyakinan dan keinginan.

DAFTAR RUJUKAN

Akad Pembiayaan, *Diakses pada tanggal 15 Februari 2022*,
(<https://bprs Lampung Barat.co.id/index.php/produk>)

Fahmi, Irham. “*Pengantar Manajemen Keuangan.*” Bandung: Alfabeta, 2015

Firdaus, H. Rachmat dan Maya Ariyanti. “*Manajemen Perkreditan Bank Umum.*” Bandung :Alfabeta, 2013

Ghozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.*” Yogyakarta: Badan Penerbit BPFE, 2013

Ismail. “*Perbankan Syariah.*” Jakarta: PT Fajar Pratama Offset, 2013

Jusuf, Jopie. “*Panduan Dasar Untuk Account Officer.*” Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 1997

Kasmir. “*Analisis Laporan Keuangan.*” Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2.*” Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta:Erlangga, 2010

Muhammad Firdaus NH, dkk. “*Konsep & Implementasi Bank Syariah.*” Jakarta: Renaisan, 2005

Rivai, Veithzal dan Arfian Arifin.. “*Islamic Banking.*” Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010

Rudianto. “*Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis.* Jakarta:Erlangga, 2013

Hengdada, Miss Atiyah. Strategi Pemasaran Produk Murabahah di PT. BPRS Formes Sleman Yogyakarta. Skripsi Strata Satu Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2014.

Setiadi Nugroho. Perilaku Konsumen.(Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013. Jefkins, Frank. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga. 1996.

Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula. Syariah Marketing. Bandung: Mizan. 2006.

Kartono, Kartini. Pengantar Metodologi Riset Sosial,. Bandung: Mandar Maju. 1998.

Kismono. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: BPFE. 2001

Saladin, Djaslim. Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya. 2004.

Sanusi, Anwar. “*Metodologi Penelitian Bisnis.*” Jakarta: Salemba Empat, 2013

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. Metodologi Penelitian. Bandung: C.V ANDI Alfabeta. 2011.

Siagian, Sondang P. Fungsi-Fungsi Manajerial. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.

Siregar, Syofian. Statistik Deskriptif untuk Penelitian. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.

Siswanto. Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara. 2005.

Sjahdeini, Sutan Remi. Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya. Jakarta: Kencana

Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*” Bandung: Alfabeta, 2012

Syofian, Siregar. “*Statistik Parametrik Untuk penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 1,*” Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015

Prenamedia Grup. 2014. Statistik Perbankan Syariah Januari 2016, (Otoritas Jasa keuangan)

Tjiptono, Fandy. “*Strategi Pemasaran, Edisi 2*”. Yogyakarta: Andi Offset, 2010

Tjiptono, Fandy. Total Quality Service. Jakarta: Andi Publisher. 2005.

Umar, Husein. Research Methods In Finance And Banking. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2012.

Usman, Husaini dan R. Purmono Setiyadi Akbar. Pengantar Statistika. Jakarta: Bumi Aksara. 2000.

Weenas, Jackson R.S. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sping Bad Comforta, Jurnal EMBA, Vol 1 No. 4. 2013. Ya’kub, Hamzah. Kode Etik Dagang Menurut Islam. Bandung: CV. Diponegoro. 1992

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan* Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Diakses pada tanggal 16 Februari 2022, <https://www.ojk.go.id/>

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas
Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Mengengai Perbankan
Wangsawidjaja. "*Pembiayaan Bank Syariah,*" Jakarta :PT.
Gramedia Pustaka utama, 2010

