

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (*rahmatan lil 'alamin*).¹

Sistem keuangan di Indonesia dijalankan oleh dua jenis lembaga keuangan, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang memberikan jasa keuangan yang paling lengkap. Contohnya Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan Lembaga keuangan non-bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Masing-masing lembaga keuangan non-bank mempunyai ciri-ciri usahanya sendiri, Salah satu contoh Lembaga keuangan non-bank adalah Koperasi.²

Koperasi (*syirkah ta'awuniyah*) adalah suatu persekutuan baru yang belum dikenal atau belum dijelaskan oleh fuqaha terdahulu. Keberadaan koperasi sangat

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Liannya*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.33.

² Ibid, hlm. 43-44.

dibutuhkan oleh masyarakat baik dan berbentuk simpan pinjam, koperasi konsumsi atau koperasi produksi.³

Mendirikan koperasi dibolehkan menurut agama islam tanpa ada keraguan apapun mengenai halnya, selama koperasi tidak melakukan riba atau penghasilan haram.⁴ Dalam menjalankan usahanya, ada koperasi yang hanya melaksanakan satu bidang usaha dan ada yang melakukan usahanya secara multitujuan. Sebaliknya, ada koperasi yang terus meluaskan usahanya dalam berbagai usaha yang menghasilkan keuntungan. Modal usaha koperasi didapatkan dari simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela, pinjaman, pengumpulan hasil usaha dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat gerak koperasi. Setiap tutup buku, koperasi harus ada laporan secara tertulis oleh pengurus mengenai neraca untung rugi. Menyangkut kerugian atau keuntungan adalah bersifat tanggung renteng oleh anggota.⁵

Preferensi konsumen (*customer preference*) adalah kemampuan konsumen dalam memilih barang mana yang lebih disukai dan melakukan *ordering* dari himpunan barang yang tersedia bagi konsumen untuk dipilih.⁶ Preferensi mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama dengan minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih.⁷

³Ismail Nawawi, *Ekonomi Kelembagaan Syariah*,(Surabaya: CV Putra Media Nusantara,2009),hlm.107.

⁴Ismail Nawawi, *Ekonomi Kelembagaan Syariah*,(Surabaya: CV Putra Media Nusantara,2009),hlm.108.

⁵Suhrawardi K. Lubis, Farid Wajadi, *Hukum Ekonomi Islam*,(Jakarta:Sinar Grafika,2014),hlm.133.

⁶Iksan Semaoen, Siti Mariyatul Kiptiyah, *Mikro Ekonomi*,(Malang: Universitas Brawijaya Press,2013),hlm.73.

⁷Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani, Akhmad Mulyadi Kosim. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah" *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 8, No 2 (Tahun 2017),hlm.111.

Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternative sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.⁸

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya, Dalam proses pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah di suatu lembaga keuangan, setiap nasabah memiliki preferensi tertentu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor pelayanan, faktor produk, faktor tempat dan faktor promosi. Beberapa faktor tersebut ditunjukkan agar semakin banyak faktor-faktor yang dikaji untuk meneliti preferensi nasabah dalam menggunakan produk suatu lembaga keuangan, sehingga akan semakin terlihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah dalam suatu lembaga keuangan.

Pertama, faktor pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasadi masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti lembaga keuangan untuk menarik perhatian, nasabah harus memiliki layanan yang baik agar nasabah merasa puas. Menurut penelitian Indah, salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah adalah faktor pelayanan yang terdiri dari:

⁸Shofian "Analisis Preferensi Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo". *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Volume 1, No 2 (Tahun 2016), hlm.99.

variabel pelayanan yang dikelola secara profesional, variabel pelayanan secara cepat, ramah, responsive, dan variabel kemudahan transaksi.⁹

Kedua, faktor produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan suatu lembaga keuangan kepada nasabah agar dapat di beli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Semakin menarik kemasan produk akan merangsang nasabah untuk mengkonsumsinya seperti banyaknya jenis produk dan sistem yang bebas dari unsur riba. Produk yang ditawarkan dapat menarik nasabah untuk melakukan pembelian karena dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi tunai atau non tunai. Hal ini sejalan dengan penelitian Raja Sakti Putra Harhap yang menyatakan bahwa produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah.¹⁰

Ketiga, faktor tempat atau lokasi adalah sebagai tempat pengoperasian suatu usaha yang menghasilkan barang ataupun jasa, serta tempat melayani nasabah. Menurut penelitian Imam Mu'aziz, salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah adalah faktor tempat/ lokasi yang terdiri atas variabel: Letak kantor Lembaga keuangan syariah dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja, Lokasi yang strategis, Akses menuju kantor Lembaga keuangan yang sangat mudah.¹¹

Keempat, faktor promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu lembaga keuangan kepada konsumen baik secara langsung atau tidak langsung.

⁹Indah sari Pebriani, R Elly Mirati, Agus Buntoro. “Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Produk Mitra Emas iB Masalah Bank Bjb Syariah Kcp Rawamangun”. Indah Sari Pebriani (politeknik Negeri Jakarta,2018)., hlm.796

¹⁰Raja Sakti Putra Harhap, “4 Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan”. *Jurnal Al-Qasd* Volume 1, No 1 (Tahun 2016).

¹¹ Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani, Akhmad Mulyadi Kosim. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah” *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 8, No 2 (Tahun 2017), hlm.125.

Mohammad Hasan Bisyri dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi adalah alat komunikasi antara suatu lembaga keuangan dengan nasabah, dan juga sebagai alat untuk mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk yang dihasilkannya.¹²

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/ atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹³ Tabungan/ simpanan *wadi'ah* merupakan salah satu produk yang ada di koperasi syariah. Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah*, Koperasi Syariah menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Koperasi Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Koperasi Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja kepada pemiliknya yang menghendaki. Di sisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.¹⁴

¹² Mohammad Hasan Bisyri, "Preferensi masyarakat terhadap Gadai Syariah (studi kasus Gadai Emas BRI Syariah Yogyakarta)". *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 14, No.2 (Tahun 2016).hlm.65-66.

¹³ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 74.

¹⁴ Adiwarmar Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 297-298.

Salah satu koperasi yang ada di pamekasan adalah USPPS Koperasi Sumber Anyar. Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (USPPS) Koperasi Sumber Anyar berdiri pada tahun 1997 akan tetapi hanya dalam ruang lingkup kopontren Az-Zubir. Kemudian pada Desember tahun 2014 koperasi ini berkembang menjadi Koperasi Sumber Anyar yang mencakup masyarakat luas dan sudah mendapatkan nasabah sekitar 125 orang, bahwa minimal anggota di koperasi harus berjumlah 20 orang dan anggota di Koperasi Sumber Anyar sudah lebih dari cukup untuk memenuhi syarat minimum anggota koperasi.

Pada tahun 2018 koperasi mengajukan nomor induk koperasi dan surat izin Usaha Jasa Keuangan dan Ansuransi ke Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia melalui dinas koperasi Pamekasan dengan Nomor Induk Koperasi (NIK) : 3528010180004 karena Nomor Induk Koperasi merupakan identitas koperasi yang dinyatakan aktif secara kelembagaan dan usaha.¹⁵

Koperasi Sumber Anyar Pamekasan sudah mulai berkembang sejak didirikannya sampai saat ini, serta mempunyai produk simpanan dan produk pembiayaan. Salah satu contoh produk yang ada di USPPS Koperasi Sumber anyar adalah simpanan wadi'ah. Simpanan wadi'ah merupakan simpanan dengan jumlah nasabah yang terbanyak di Koperasi Sumber Anyar. Hal ini terjadi karena simpanan wadi'ah memudahkan nasabahnya untuk menyimpan uang mereka. Serta nasabah juga dimudahkan dalam segi pengambilan hasil tabungannya jika sewaktu-waktu dibutuhkan dan tabungan ini tidak mengandung unsur riba dalam bentuk bunga. Akan tetapi bunga tabungan tersebut diubah menjadi prinsip bagi

¹⁵ Media Jatim, KSA Jadi Pilar Perekonomian Pesantren Sumber Anyar, diakses dari <https://mediajatim.com/2017/04/19/ksa-jadi-pilar-perekonomian-pesantren-sumber-anyar/>, pada tanggal 02 September 2019 pukul 09.30.

hasil. Sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih simpanan wadi'ah dari beberapa produk yang ada di USPPS Koperasi Sumber Anyar.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Anggota Simpanan Wadi'ah di USPPS Koperasi Sumber Anyar

Tahun	Jumlah Anggota	Peningkatan Jumlah Anggota	Persentase Peningkatan Jumlah Anggota
2017	284		-
2018	318	28	11,97 %
2019	328	10	3,5 %

Sumber: USPPS Koperasi Sumber Anyar

Dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2017-2018 mengalami peningkatan anggota sebesar 11,97% dengan jumlah 28 anggota. Sedangkan pada tahun 2018-2019 jumlah anggota juga mengalami peningkatan namun tergolong kecil, hanya sekitar 3,5% dalam satu tahun dengan jumlah anggota 10 orang. Jumlah anggota pada tahun 2019 yaitu sebanyak 328 anggota. Berdasarkan data tersebut tentunya terdapat beberapa penyebab atau faktor yang mempengaruhi tingkat kenaikan jumlah anggota simpanan *wadi'ah* tiap tahunnya. Maka kondisi ini yang menjadi perhatian peneliti untuk menggali penyebab atau faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi anggota simpanan *wadi'ah* di USPPS Koperasi Sumber Anyar.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan penelitian di Koperasi Sumber Anyar dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi**

Preferensi Anggota Dalam Memilih Simpanan *Wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar''

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor pelayanan, produk, tempat/lokasi dan promosi berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar?
2. Apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar?
3. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar?
4. Apakah faktor tempat/lokasi berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar?
5. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor pelayanan, produk, tempat/lokasi, promositerhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor pelayananterhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor produk terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor tempat/lokasi terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor promosi terhadap preferensi anggota dalam memilih simpanan *wadi'ah* di Koperasi Sumber Anyar.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian untuk mempertegas variabel yang diteliti serta untuk menentukan dalam merumuskan hipotesis.¹⁶ Adapun asumsi dasar dalam penelitian ini adalah sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap beberapa pilihan produk, konsumen terlebih dahulu melakukan pencarian informasi dan evaluasi alternatif mengenai produk yang akan mereka beli atau konsumsi.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen itu adalah pelayanan, harga, promosi, tempat/lokasi, sosial, fasilitas, keuntungan/profit dan religius. Akan tetapi dalam penelitian ini, faktor yang akan diteliti lebih dalam adalah produk, tempat/lokasi,

¹⁶Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), hlm. 10

pelayanan dan promosi. Sedangkan faktor lainnya dianggap tetap berpengaruh / *Ceteris Paribus*.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji.¹⁷ Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: variabel Pelayanan, Produk, Tempat, dan promosi mempengaruhi preferensi anggota dalam memilih simpanan wadi'ah di Koperasi Sumber Anyar.

H₂: variabel Pelayanan mempengaruhi preferensi anggota dalam memilih simpanan wadi'ah di Koperasi Sumber Anyar.

H₃: variabel Produk mempengaruhi preferensi anggota dalam memilih simpanan wadi'ah di Koperasi Sumber Anyar.

H₄: variabel Tempat mempengaruhi preferensi anggota dalam memilih simpanan wadi'ah di Koperasi Sumber Anyar.

H₅: variabel Promosi mempengaruhi preferensi anggota dalam memilih simpanan wadi'ah di Koperasi Sumber Anyar.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki banyak kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis bagi beberapa pihak. Kegunaan yang diharapkan peneliti sebagai berikut:

¹⁷Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 71.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai pengaruh faktor pelayanan, faktor produk, faktor Tempat/ lokasi dan faktor promosi terhadap preferensi anggota memilih produk Simpanan *wadi'ah* dan memberi pengetahuan dalam khasanah ekonomi Islam khususnya bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang bagaimana faktor pelayanan, faktor produk, faktor Tempat/ lokasi dan faktor promosi serta pengaruhnya terhadap preferensi anggota dalam memilih produk.

b. Bagi Koperasi Sumber Anyar

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar evaluasi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam mengelola bisnisnya agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

c. Bagi Perpustakaan IAIN MADURA

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan digunakan sebagai tambahan referensi bagi seluruh mahasiswa, serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lebih lanjut.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis perlu memberikan batasan tentang materi yang akan diteliti agar penelitian lebih terfokus dan terarah sesuai dengan variabel yang ada dalam penelitian.

1. Ruang Lingkup Materi

Ada enam variabel yang menjadi fokus kegiatan dalam penelitian ini, yaitu faktor pelayanan (variabel X_1), faktor produk (variabel X_2), faktor Tempat (variabel X_3), faktor Promosi (X_4) dan preferensi anggota (variabel Y) agar variabel yang menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

a. Faktor pelayanan (X_1)

indikator dari faktor pelayanan sebagai berikut:¹⁸

- 1) *Reability* atau keandalan
- 2) *Responsiveness* atau daya tanggap
- 3) *Assurance* atau jaminan
- 4) *Tangibels* atau bukti fisik
- 5) *Emphaty* atau empati

b. Faktor produk (X_2)

Indikator-indikator produk sebagai berikut:¹⁹

- 1) Menciptakan merk
- 2) Menciptakan kemasan
- 3) Keputusan label

¹⁸Veithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani, dkk, *Islamic Marketing Manajemen* (Jakarta:PT Bumi Aksara,2017)hlm.180-186.

¹⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), hlm. 127-128.

c. Faktor Tempat (X_3)

Indikator-indikator tempat sebagai berikut:²⁰

- 1) Akses
- 2) Visibilitas
- 3) Lingkungan

d. Faktor Promosi (X_4)

Indikator-indikator promosi sebagai berikut:²¹

- 1) *Advertising*/periklanan
- 2) *Personal selling*/penjualan perseorangan
- 3) *Publicity*/publisitas

e. Preferensi Anggota (Y)

Indikator dari preferensi anggota sebagai berikut:²²

- 1) Mengenali kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan membeli

2. Ruang Lingkup Lokasi

Lokasi yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini adalah USPPS

Koperasi Sumber Anyar (KSA)

²⁰ Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, hlm. 187-188.

²¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta, 2001), hlm. 216.

²² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003) hlm. 14-18.

H. Definisi Istilah

Untuk lebih memahami dan menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini maka sangatlah perlu peneliti menjelaskan istilah-istilah yang perlu dijelaskan. Berikut peneliti menjelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini, yaitu:

1. Preferensi

Preferensi adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang lebih suka suatu jenis produk yang satu dengan yang lainnya.²³

2. Anggota

Anggota adalah pihak yang memiliki dana yang mendapat pelayanan jasa dari lembaga keuangan untuk mengirimkan dana dan memindahkan dananya kepada pihak lain.²⁴

3. Simpanan/ Tabungan

Tabungan (*saving deposit*) adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, Tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²⁵

4. Simpanan *Wadi'ah*

Simpanan *wadi'ah* merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad *wadi'ah/* titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian.²⁶

²³ Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani, Akhmad Mulyadi Kosim. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah." *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 8, No 2 (Tahun 2017), hlm.111.

²⁴ Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Amelia Surabaya, 2003), hlm. 288.

²⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011) hlm.74

²⁶ *Ibid*, hlm.74.