

STRATEGI DIFERENSIASI DAN *POSITIONING* DALAM MEMOTIVASI NASABAH MENABUNG PADA TABUNGAN BAROKAH DI BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG PAMEKASAN

Susmiati

(*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Pamekasan, Jl. Raya Panglegur Km. 4, Pamekasan, email: miaagustin08@gmail.com*)

Abstrak: Perkembangan perbankan syariah yang sangat pesat menjadikan tingkat persaingan yang semakin ketat. Padahal produk yang ditawarkan masing-masing lembaga perbankan tidak jauh berbeda. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memiliki perbedaan tersendiri pada produknya dari para pesaing, sehingga nasabah memiliki alasan untuk menentukan pilihan dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan tersebut. Upaya yang dapat dilakukan adalah menerapkan strategi diferensiasi dan *positioning*. Tujuan dari penelitian ini, *pertama*: peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan; *kedua*, peneliti ingin mengetahui faktor yang paling dominan dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis regresi linear berganda. Jenis data adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Respondennya adalah sejumlah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang menggunakan tabungan barokah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi linear didapat persamaan $Y = 0,094 + 0,315X_1 + 0,663X_2$, persamaan ini menyatakan tanpa adanya strategi diferensiasi dan *positioning*, motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah sebesar 0,094 dan setiap peningkatan 1% pada strategi diferensiasi dan *positioning* akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,315 dan 0,663 pada motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah. Kontribusi strategi diferensiasi dan *positioning* cukup tinggi dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,669 atau 66,9%, yang berarti 66,9% variasi dari motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah dijelaskan oleh variasi dari strategi diferensiasi dan *positioning* sedangkan sisanya 33,1% dijelaskan oleh variasi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian

*Strategi Diferensiasi dan Positioning dalam Memotivasi Nasabah Menabung
Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan*

ini. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti bahwa strategi diferensiasi dan *positioning* berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Sedangkan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah adalah variabel *positioning* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,663 atau 66,3% serta nilai uji t sebesar 8,130 atau 81,30%.

Abstract: The development of Syari'a banking is rapidly make the level of competition is getting tighter. Whereas the products offered by each banking institutions are not much different. Therefore, the banks should have a distinctive difference in the products of competitors, so that customers have a reason to make a choice in selecting a product offered by these banks. Efforts can be done applying the strategies of differentiation and *positioning*. The purpose of this research, *first*: researcher wants to know how to influence the strategy of differentiation and *positioning* in motivating customers to save for Barokah savings in BPRS Bhakti Sumekar of Pamekasan branch; second, researchers want to know the most dominant factor in motivating customers to save for Barokah savings in BPRS Bhakti Sumekar of Pamekasan branch. This study uses a quantitative approach, with multiple linear regression analysis techniques. This data type is a primary data obtained through questionnaires. Respondents are a number of clients BPRS Bhakti Sumekar of Pamekasan branch that use the barokah savings. The results of this research indicate that based on the results of linear regression analysis obtained equation $Y = 0,094 + 0,315X_1 + 0,663X_2$, this equation states without differentiation and *positioning* strategies, customers motivation save for Barokah savings amounted to 0,094 and every enhancement of 1% for strategy of differentiation and *positioning* will lead to an enhancement amounted to 0,315 and 0,663 on the customer's motivation to save for Barokah savings. The strategy contributions of differentiation and *positioning* is quite high with a value of determination coefficient amounted to 0,669 or 66,9%, which means that 66,9% of variation from motivation customers to save for Barokah savings explained by the strategy variation of differentiation and *positioning* while the remaining 33,1% is explained by the other factors variation are not included in this research. Based on the results of testing the hypothesis with T and F test shows the significant value of 0,000

which means that the strategy of differentiation and *positioning* a significant effect to the customer's motivation to save for Barokah savings in BPRS Bhakti Sumekar of Pamekasan branch. While most dominant variable in influencing the customer's motivation to save on Barokah savings is *positioning* variable with a value of determination coefficient amounted to 0,663 or 66,3% and the value of the T test of 8,130 or 81,30%.

Kata kunci: Strategi Diferensiasi, Positioning, Motivasi

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan perbankan syariah mulai berkembang dengan pesat sejak tahun 1999 yaitu setelah dikeluarkannya Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan penyempurnaan dari Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.¹ Kondisi ini semakin diperkuat dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Berdasarkan data statistik perbankan syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir (2008 sampai Agustus 2014), jumlah perbankan syariah berkembang pesat, terutama keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang berorientasi pada sektor UMKM, lebih dominan mengalami perkembangan yang cukup pesat dari tahun ke tahun.² Kondisi ini menjadikan tingkat persaingan antara satu BPRS dengan BPRS yang lain semakin ketat, belum lagi keberadaan lembaga keuangan bank, baik konvensional maupun syariah yang mulai ikut serta menyentuh sektor UMKM. Ditambah lagi dengan adanya lembaga keuangan mikro syariah seperti *Baitul Mal wa Tamwil* sekarang ini pertumbuhannya begitu menjamur.

Padahal sebagaimana diketahui, produk yang ditawarkan oleh masing-masing lembaga perbankan tidak jauh berbeda. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memiliki perbedaan tersendiri pada produknya dari para pesaing, sehingga nasabah memiliki alasan untuk menentukan pilihan dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan. Untuk memiliki perbedaan tersebut salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh sebuah perbankan adalah dengan menerapkan strategi diferensiasi dan *positioning*. Diferensiasi merupakan tindakan

¹ Wiroso, *Akuntansi Transaksi Syariah* (Jakarta: IAI, 2011), hlm. 1.

² <http://www.ojk.go.id/statistik-perbankan-syariah-agustus-2014>, diakses tanggal 10 November 2014.

merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran perusahaan.³ Sedangkan *positioning* merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda dalam benak pelanggan sasarannya.⁴ Selain itu, menurut Hermawan Kartajaya, *positioning* adalah *the strategy of the lead your customer credibly* yaitu upaya mengarahkan pelanggan anda secara kredibel. *Positioning* adalah upaya membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.”⁵

Strategi inilah yang kemudian dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar pada produknya berupa Tabungan Barokah yaitu layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan masa depan dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* (titipan murni). Selain berbasis syariah, produk ini juga memberikan kemudahan bagi nasabah, sebab hanya dengan setoran awal sebesar Rp. 10.000 nasabah bisa membuka tabungan, saldo minimal tabungan hanya sebesar Rp. 10.000 serta bebas biaya administrasi.⁶

Sedangkan dalam hal *positioning*, tabungan barokah memposisikan dirinya dibenak konsumen sebagai tabungan yang bebas berbagai biaya.⁷ Selain biaya pembukaan awal rekening yang murah serta bebas biaya administrasi, tabungan barokah juga memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan tabungan lain. Keunggulan tersebut diantaranya: saldo minimal Rp. 10.000 tetap mendapatkan bonus; disediakan layanan jemput bola; pemberian kado untuk nasabah *loyal* yang sedang ulang tahun; pemberian *voucher* belanja pada saat hari raya; pemberian *souvenir* bagi siswa pemilik tabungan barokah yang rutin menabung, serta bebas biaya pajak bulanan.

Berbeda dengan perbankan lain yang menawarkan produk tabungan dengan menetapkan fitur yang berbeda dibandingkan dengan BPRS Bhakti Sumekar. Misalnya BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan yang menawarkan produk Tabungan Wadi'ah Multiguna dengan setoran awal minimal Rp. 25.000.⁸ Bank Syariah Mandiri yang

³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm. 175.

⁴ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi* (Bandung: CV. Yrama Widya, 2006), hlm. 155.

⁵ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Positioning* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2004), hlm. 13.

⁶<http://www.bhaktisumekar.co.id/index.php/2011-10-27-03-42-24/2011-10-20-05-57-04/tabungan-barokah>, diakses tanggal 14 November 2014.

⁷ Brosur Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar.

⁸<http://www.bprs-spm.com/2013/06/tabungan-wadiah-multiguna.html>, diakses tanggal 03 November 2014.

menawarkan produk Tabungan Simpatik dengan setoran awal minimal Rp. 20.000, saldo minimal tabungan Rp. 20.000 serta biaya administrasi bulanan Rp.2.000.⁹ Begitupun dengan BRI Syariah yang menawarkan produk Tabungan BRISyariah iB dengan setoran awal minimal Rp. 50.000 serta saldo minimal tabungan Rp. 25.000.¹⁰

Terbukti dengan kedua strategi yang diterapkan ini, keberadaan tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sejak tahun 2007 sampai tahun 2014 mengalami perkembangan yang sangat tinggi mencapai jumlah 5.511.226.977. Bahkan peningkatan jumlah tabungan barokah juga turut andil dalam pencapaian prestasi BPRS Bhakti Sumekar. Beberapa prestasi tersebut diantaranya adalah *The Best Sharia Finance* dengan kategori aset di atas 50 miliar (2012/ majalah Infobank) dengan keseluruhan aset mencapai 228.051.015.000, aset terbesar ketiga di antara BPR Syariah lainnya di Indonesia (2012); *Second Rank The Best Islamic Rural Bank* kategori aset di atas Rp. 100 miliar atas kinerja keuangan (Februari 2013, *Islamic Finance Award 2013/ Karim Business Consulting*). Selanjutnya, pada acara *Islamic Finance Awards 2014* empat kategori penghargaan diterima oleh BPRS Bhakti Sumekar. Masing-masing kategori penghargaan tersebut yaitu sebagai BPRS terbaik pertama pemerolehan laba terbesar nasional dengan aset di atas Rp. 100 miliar dan juara pertama pemerolehan terbesar untuk tingkat regional Jawa. Kemudian BPRS Bhakti Sumekar juga terpilih sebagai BPRS terbaik kinerja keuangan kedua tingkat nasional untuk aset di atas Rp. 100 miliar, serta penghargaan kinerja keuangan terbaik kedua tingkat regional Jawa.¹¹

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah *pertama*: bagaimana pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* dalam memotivasi nasabah menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan; *kedua*: variabel manakah yang lebih dominan dalam memotivasi nasabah menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Tujuan penelitian ini adalah *pertama*: untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* dalam memotivasi nasabah menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan; *kedua*: untuk mengetahui variabel yang

⁹ Brosur Edaran Bank Syariah Mandiri.

¹⁰ <http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah>, diakses tanggal 4 November 2014.

¹¹ <http://www.bhaktisumekar.co.id/index.php/beranda-keraton-kiri/tentangbprsbs/raih-penghargaan> -nasional, diakses tanggal 13 September 2014.

lebih dominan dalam memotivasi nasabah menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian dengan menggunakan analisis data statistik atau angka-angka. Teknik analisisnya menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Tujuannya untuk mengetahui besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots X_n$ terhadap satu variabel terikat Y .¹² Sumber data diperoleh melalui kuesioner dan dokumentasi. Respondennya adalah sejumlah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang menggunakan tabungan barokah. Penentuan sampel dari 11.600 populasi menggunakan teknik *simple random sampling* serta penentuan ukuran sampelnya menggunakan rumus *slovin*. Sedangkan pengujian kualitas data dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

DESKRIPSI RESPONDEN

Responden dianalisis berdasarkan karakteristik demografi. Hasil yang didapat dari analisis ini adalah mayoritas responden masih berusia di bawah 20 tahun (38%), berjenis kelamin laki-laki (56%), berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1/S2/S3) (27%), pekerjaan pelajar/mahasiswa (37%) dan rata-rata lama menabung antara 2-3 tahun (43%).

UJI KUALITAS DATA

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan teknik *alpha cronbach* dengan bantuan program SPSS 18. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kuesioner yang dibuat telah memenuhi standar yang valid dengan nilai r_{hitung} masing-masing item pertanyaan di atas nilai r_{tabel} 0,202 serta telah memenuhi standar yang reliabel dengan nilai *alpha cronbach* masing-masing variabel di atas 0,60 dengan taraf signifikansi 5%.

¹² Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 108.

UJI ASUMSI KLASIK

Analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis data kuantitatif harus terbebas dari penyimpangan asumsi dasar atau yang dikenal dengan asumsi klasik. Untuk itu, sebelum dilakukan analisis regresi linier dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari uji *Multikolinearitas*, uji *Autokorelasi*, uji *Heteroskedastisitas* dan uji *normalitas*. Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik dengan bantuan program SPSS 18, menunjukkan bahwa model persamaan analisis regresi linear yang dikembangkan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik dan layak untuk digunakan sebagai alat analisis.

UJI HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: tidak terdapat pengaruh pada strategi diferensiasi dan positioning dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Ha: terdapat pengaruh pada strategi diferensiasi dan positioning dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh hasil t_{hitung} untuk variabel strategi diferensiasi (X_1) sebesar 3,801 dengan taraf sig. 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) dan untuk variabel *positioning* sebesar 8,130 dengan taraf sig. 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661, hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} . Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan taraf signifikan masing-masing variabel independen sebesar $0,000 < 0,05$ maka Ho ditolak, artinya strategi diferensiasi dan *positioning* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Sedangkan berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan bahwa hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 98,223 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05) sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Hal ini berarti bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat sig. $< 0,05$, sehingga keputusannya adalah menolak Ho artinya variabel independen (strategi diferensiasi dan *positioning*) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Pengaruh Strategi Diferensiasi dan *Positioning* dalam Memotivasi Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan menggunakan program SPSS versi 18, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,094 + 0,315X_1 + 0,663X_2$$

Dari model persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,094 menyatakan bahwa jika diferensiasi dan *positioning* tidak dipertimbangkan (bernilai nol), maka motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah sebesar 0,094 atau 9,4%.
- b. Pada persamaan tersebut, nilai koefisien regresi untuk semua variabel adalah positif. Hal ini berarti pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen adalah positif. Sifat pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan terhadap variabel independen maka motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan juga akan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi variabel strategi diferensiasi sebesar 0,315, berarti bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,315 atau 31,5%, dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel *positioning* sebesar 0,663 berarti bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel *positioning*, maka motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,663 atau 66,3%, dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- e. Dari nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen (0,315 dan 0,663) menunjukkan bahwa variabel *positioning* mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel strategi diferensiasi dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Hasil koefisien regresi masing-masing variabel independen yang bernilai positif berarti bahwa strategi diferensiasi dan *positioning* mempunyai hubungan yang positif terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah. Oleh karena itu, BPRS Bhakti Sumekar harus selalu memelihara dan meningkatkan diferensiasi dan *positioning* pada tabungan barokah yang telah ada supaya tetap bisa memotivasi masyarakat untuk menabung melalui tabungan barokah, sehingga BPRS Bhakti Sumekar dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat di dalam industri perbankan.

Kontribusi strategi diferensiasi dan *positioning* cukup tinggi dengan nilai koefisien determinasi *Adjusted R²*, yaitu 0,669 atau 66,9%. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi variabel independen (strategi diferensiasi dan *positining*) terhadap variabel motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah sebesar 66,9%, sedangkan sisanya 33,1% adalah kontribusi variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Kontribusi tersebut dapat dikatakan cukup tinggi, namun demikian BPRS Bhakti Sumekar tetap harus selalu memberikan inovasi-inovasi baru pada produk tabungan barokah, melihat nilai kontribusi faktor lain yang masih tinggi yaitu 33,1%. Sehingga tabungan barokah tidak terancam oleh pesaing-pesaing lainnya yang juga menawarkan produk tabungan sejenis.

Variabel yang paling Dominan dalam Memotivasi Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah dapat dianalisis berdasarkan nilai pengujian hipotesis dengan uji t serta nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel independen.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh hasil t_{hitung} untuk variabel strategi diferensiasi (X_1) sebesar 3,801 dan untuk variabel *positioning* sebesar 8,130 dengan masing-masing taraf signifikansi 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah variabel *positioning* dengan pengaruh yang signifikan sebesar 8,130 atau 81,30%.

Selanjutnya berdasarkan koefisien regresi pada persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi variabel strategi diferensiasi

sebesar 0,315 sedangkan nilai koefisien regresi variabel *positioning* sebesar sebesar 0,663. Hal ini menunjukkan pula bahwa variabel yang paling dominan dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah adalah variabel *positioning* dengan besarnya pengaruh sebesar 0,663 atau 66,3%.

PENUTUP

Strategi diferensiasi dan *positioning* berpengaruh secara signifikan dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Hal ini dinyatakan oleh hasil pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F yang menunjukkan nilai signifikansi masing-masing 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Besarnya pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* dalam memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dapat dinyatakan dalam persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,094 + 0,315X_1 + 0,663X_2$, persamaan ini menunjukkan bahwa tanpa adanya strategi diferensiasi dan *positioning*, motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah hanya sebesar 0,094 atau 9,4%, dan setiap ada peningkatan sebesar 1% pada masing-masing variabel independen akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,315 (31,5%) atau 0,663 (66,3%) terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah. Kontribusi strategi diferensiasi dan *positioning* terhadap motivasi nasabah menabung cukup tinggi yaitu dengan koefisien determinasi sebesar 0,669. Artinya 66,9% variasi motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah dijelaskan oleh variasi dari strategi diferensiasi dan *positioning*, dan sisanya 33,1% dijelaskan oleh variasi faktor lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini. Variabel *positioning* dalam penelitian ini menjadi faktor paling dominan yang memotivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan besarnya pengaruh sebesar 0,663 atau 66,3% serta nilai uji t sebesar 8,130 atau 81,30%.

DAFTAR PUSTAKA

- Brosur Edaran Bank Syariah Mandiri.
Brosur Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar.
<http://www.bhaktisumekar.co.id/index.php/2011-10-27-03-42-24/2011-10-20-05-57-04/tabungan-barokah>, diakses tanggal 14 November 2014.

Susmiati

<http://www.bhaktisumekar.co.id/index.php/beranda-keraton-kiri/tentangbprsbs/raih-penghargaan-nasional>, diakses tanggal 13 September 2014.

<http://www.bprs-spm.com/2013/06/tabungan-wadiah-multiguna.html>, diakses tanggal 03 November 2014.

<http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah>, diakses tanggal 4 November 2014.

<http://www.ojk.go.id/statistik-perbankan-syariah-agustus-2014>, diakses tanggal 10 November 2014.

Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.

Kartajaya, Hermawan. *Hermawan Kartajaya on Positioning*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2004.

Purwanto, Iwan. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV. Yrama Widya, 2006.

Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Wiroso. *Akuntansi Transaksi Syariah*. Jakarta: IAI, 2011.