

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN KURANGNYA MINAT
NASABAH UNTUK MEMBELI PRODUK DEPOSITO *MUDHARABAH*
BRI SYARIAH KCP PANORAMA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)

OLEH:

RENO WAHYUDI
NIM 2113618114

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2015 M/ 1436 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama : Reno Wahyudi Nim : 2113618114 yang berjudul “*faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito mudharabah BRI syariah kep Panorama Kota Bengkulu*”. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syaiah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran dari pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diajukan dalam sidang munaqasah/skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam lain Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2015

Pembimbing I

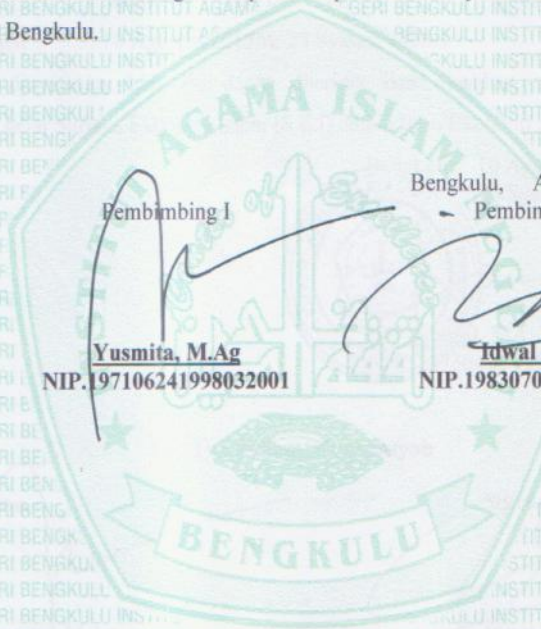
Pembimbing II

Yusmita, M.Ag

NIP.197106241998032001

Idwal B, MA

NIP.198307092009121005





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Fax (0736) 51771
Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Reno Wahyudi NIM: 2113618114 yang berjudul Faktor-faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Nasabah untuk Membeli Produk Deposito *Mudharabah* BRI Syariah KCP Panorama Bengkulu, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Senin

Tanggal : 10 Agustus 2015M/ 25 Syawal 1436H

Dan dinyatakan LULUS, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Bengkulu, 10 Agustus 2015M
25 Syawal 1436H



Dr. Asnaini, MA
NIP. 19730412 199803 2 003

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Yusmita, M.Ag
NIP. 197106241998032001

Penguji I

Dr. Asnaini, MA
NIP. 19730412 199803 2 003

Sekretaris

Idwal B., MA.
NIP. 19830709 200912 1 005

Penguji II

Eka Sri Wahyuni, SE., MM
NIP. 197705092008012014

MOTTO

Menggapai kesuksesan itu tidak secepat mengkedipkan bola mata, untuk menuju sukses perlu waktu dan banyak halangan rintangan. Maka dari itu harus mempunyai prinsip kerja keras, pantang menyerah, selalu istiqomah dan berdoa.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Seiring keluarga dan sahabat, dan para penerus perjuangan beliau hingga akhir zaman.

Selanjutnya dengan iringan rahmat, inayah dan hidayah dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tulisan ini. Walaupun dalam bentuk dan isi sederhana yang terangkum dalam Skripsi berjudul “Faktor-Faktor yang Menyebabkan kurangnya Minat Nasabah Untuk Membeli Produk BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu”, sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Alhamdulillah Ya Allah

Sebagai insan yang lemah tentunya banyak sekali kekurangan-kekurangan dan keterbatasan yang terdapat pada diri penulis tidak terkecuali pada penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan koreksi kritik dan saran, dari berbagai pihak demi perbaikan penulisan ini. Selain itu penulis juga menyadari bahwa terselesaikannya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan dari berbagai pihak. Dan pada kesempatan yang mudah-mudahan diridhoi Allah SWT ini ijinlah penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajudin. M, M.Ag, M.H, selaku rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN bengkulu.
3. Eka Sriwahyuni, SE, MM selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu.
4. Yusmita, M.Ag selaku pembimbing I yang telah memebrikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran
5. Idwal.B, M.A, selaku pembimbing II yang telah meberikan bimbingan dan dorogan motivasi semangat yang luar biasa.
6. Desi Isnaini, M.A, selaku dosen bidang ilmu yang telah memberikan arahan.
7. Bapak Dan Ibu dosen Jurusan Ekonomi syariah IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan mendidik semasa perkuliahan.
8. Staf dan Karyawan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga dengan segala bantuannya akan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Amin yaa rabbal alamin. Akhirnya penulis memohon agar penulisan ini bisa bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dan perkembangan ilmu pengetahuan hukum lain pada umumnya di masa yang akan datang.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bengkulu, Agustus 2015
Penulis,

Reno wahyudi
NIM. 2113618114

ABSTRAK

Reno Wahyudi
NIM. 2113618114

Judul: Faktor-faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Nasabah Untuk Membeli Produk deposito *mudharabah* Bri Syari'ah Kcp panorama Kota Bengkulu.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah dalam membeli produk deposito *mudharabah* BRI syariah KCP Panorama Kota Bengkulu. Ada pun tujuan dari penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito *mudharabah* BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu. Ada pun jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat eksploratif, yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi secara langsung pada objek penelitian dan wawancara terstruktur setelah data didapat dilakukan analisis kualitatif dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito *mudharabah* di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, yaitu faktor internal, yang terdiri dari sumber daya manusia, yang kurang kreatif, kurangnya promosi, dan sarana prasarana yang kurang memadai, sedangkan faktor eksternal, terdiri dari tingkat pengetahuan masyarakat masih kurang dan tingkat kepercayaan masyarakat masih belum percaya sepenuhnya.

Kata kunci: minat nasabah, produk deposito *mudharabah*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh strategi pemasaran melalui agen terhadap peningkatan penjualan produk di Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu”. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2015

Yang menyatakan



Fessy Hernita
NIM.2113137197

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
HALAMAN PERNYATAAN	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Nasabah	11
B. Minat Nasabah	15
C. Produk-Produk <i>Mudharabah</i>	19
D. Tabungan Deposito <i>Mudharabah</i>	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	32
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	32
C. Definisi Operasional	33
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisa Data	36

**BAB IV FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN KURANGNYA
MINAT NASABAH UNTUK MEMBELI PRODUK DEPOSITO
MUDHARABAH**

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	37
B. Deposito <i>Mudharabah</i> Pada BRI Syari'ah	40
C. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Nasabah Dalam Membeli Produk Deposito <i>Mudharabah</i> BRI Syari'ah KCP Panorama Bengkulu	41

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Struktur Organisasi Bank Bri Syariah KCP Panorama Bengkulu
2. Pedoman Wawancara
3. Data Informan
4. Surat Perujukan Pembimbing
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
7. Catatan Perbaikan Pembimbing I Dan Pembimbing II

:

BAB I

PENDAHULUAN

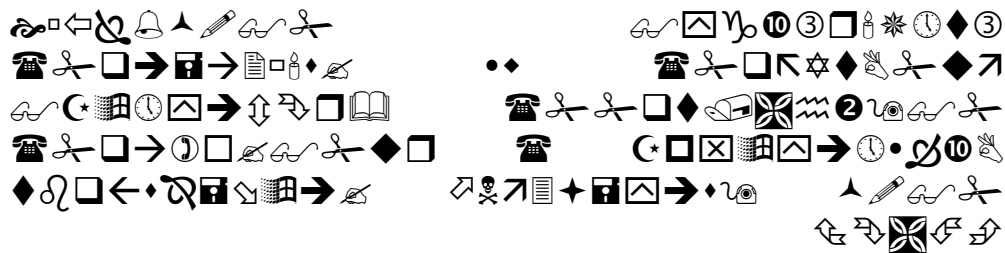
A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi yang merupakan bagian dari pembangunan nasional merupakan salah satu upaya mencapai masyarakat yang adil dan makmur sesuai amanat Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pembangunan ekonomi yang sedang dilaksanakan saat ini sebagai bagian dari pembangunan nasional yang dilakukan melalui rencana bertahap, pada hakikatnya merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat serta mewujudkan kesejahteraan masyarakat berdasarkan Pancasila dan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945, yang secara jelas diatur dalam Pasal 27-34 UUD 1945, khususnya tentang perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial didalam Pasal 33-34 UUD 1945. Guna mencapai tujuan tersebut, pelaksanaan pembangunan harus senantiasa memperhatikan keserasian, keselarasan, dan semangat kekeluargaan termasuk peningkatan di bidang ekonomi dan keuangan dalam melanjutkan pembangunan secara merata.

Perkembangan sektor perbankan telah tumbuh dengan pesat dan mendominasi kegiatan perekonomian Indonesia. Kegiatan sektor perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara dalam bidang perekonomian. Kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat

banyak.¹ Seperti yang diketahui masyarakat di Indonesia yang sebagian besar muslim dihadapkan pada satu pilihan yaitu menyimpan dananya di bank konvensional. Sedangkan sudah diketahui bersama bank konvensional menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga adalah termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu didirikan bank syariah.

Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama Islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, sebagaimana Allah telah berfirman dalam Al-Qur'an yang berbunyi:



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (Q.S. Al-Imran: 130).*

Ayat di atas diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank terdapat unsur-unsur riba jika ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan. Hal ini sangat bertentang dengan hukum Islam yang menerapkan prinsip dasar ekonomi Islam, yaitu: (1) kebebasan individu, (2) hak terhadap harta, (3) ketidaksamaan ekonomi dalam batas yang wajar, (4) kesamaan sosial, (5)

¹ Abdul Ghafur Anshori, *Pembentukan Bank Syari'a Melalui Akuisisi dan Konversi*, (Yogyakarta: UII Press, 2010), hal. 6.

jaminan sosial, (6) distribusi kekayaan secara meluas, (7) larangan menumpuk kekayaan, (8) kesejahteraan individu dan masyarakat.²

Dari kondisi inilah Bank Syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya.

Seorang nasabah akan merespon bank syariah atau berminat ke bank syariah ketika ada produk atau akad yang dirasakan menguntungkan dirinya.³ Diantara salah satunya prinsip dalam akad bank syariah yang dirasa familiar di masyarakat yakni prinsip bagi hasil. Prinsip ini merupakan prinsip kerja sama usaha yang dikemas dalam bentuk investasi serta menawarkan tingkat return yang dapat ditentukan sesuai perjanjian. Dalam konstruksi prinsip *mudharabah* bank syariah memposisikan diri sebagai mitra kerja antara si penabung dan pengusaha untuk mendapatkan keuntungan.

Dari beberapa konsepsi mengenai minat nasabah dalam menabung di bank syariah diharapkan pihak manajemen perbankan dapat memahami perilaku konsumen dalam membeli produk di bank syariah. Karena kepuasan konsumen ditentukan oleh kinerja manfaat produk dalam hubungannya dengan nilai yang memenuhi harapan konsumen.⁴ Dalam memahami perilaku konsumen untuk mencapai keputusan membeli dilakukan oleh konsumen

² Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid 1, (Yogyakarta: PT dana Bhakti Wakaf, 1995), hal. 8-9

³ Suyono, *Konsep Bank Syari'ah*. www.Tempointeraktif.com, diakses pada tanggal 12 Desember 2014 pukul. 21.30 Wib

⁴ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan, 2005), hal. 4.

melalui beberapa tahapan yang meliputi mengenali kebutuhan, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku setelah membeli.⁵

Minat nasabah untuk membeli produk yang ada di bank syariah merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti : komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal-hal positif perusahaan.

Dalam persaingan di dunia bisnis perbankan yang semakin kompetitif dan dengan banyaknya jumlah bank yang berdiri saat ini, terdapat beberapa alasan yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah pada suatu bank yang menjadi pilihan tersebut.

Alasan tersebut salah satunya karena berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan oleh suatu bank. Terkadang konsumen menjadi nasabah dari dua atau lebih bank, dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak dapat terpenuhi dari salah satu bank tersebut mengakibatkan persaingan antar bank dalam menghimpun dana masyarakat sebanyak-banyaknya ditempuh melalui bermacam-macam cara, antara lain dengan mengeluarkan jenis-jenis tabungan baru yang dilengkapi dengan sejumlah atribut yang dapat merangsang minat masyarakat untuk menabung.

⁵ Philip Kotler; Gery Amstrong dalam Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern ...*, h. 44

Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali lebih didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut. Bank berusaha lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai macam pendekatan misalnya berbagai macam produk, layanan, promosi, suku bunga yang menarik, hadiah dan membuka cabang dan unit baru yang letaknya mudah dijangkau oleh masyarakat. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank, dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan kegiatan usaha perbankan yang dapat merugikan nasabah dan memungkinkan calon konsumen tidak tertarik untuk menabung di bank tersebut. Sehingga diperlukan adanya transparansi informasi mengenai produk bank untuk meningkatkan *good governance* di sektor perbankan.

Studi ini memilih Bank BRI Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu didasarkan karena salah satu produk yaitu *mudharabah* deposito kurang diminati oleh masyarakat, padahal produk *mudharabah* deposito sangat jauh sangat menguntungkan bagi nasabah yang membeli produk *mudharabah* deposito dari pada produk lain, produk *mudharabah* deposito BRI syariah yang menggunakan sistem bagi hasil tertinggi sampai 63% untuk keuntungan nasabah dan 37% untuk Pihak Bank, apa bila di bandingkan dengan produk deposito bank lain tentu bank BRI syariah lebih besar keuntungannya untuk nasabah. di Bank mandiri syariah yang hanya pembagian nisbahnya 53% untuk nasabah 47% untuk bank, tetapi jumlah orang yang membeli produk deposito di bank mandiri syariah 20 sampai 60 orang per bulannya, dan tercatat bulan mei tahun

2015 jumlah deposito *mudharabah* yang dikelola oleh Bank mandiri syariah sebesar Rp 300 juta⁶.

Tabel I
Nasabah yang Membeli Produk Deposito
***Mudharabah* Bulan Maret 2015 di BRI Syari'ah**
KCP Panorama Kota Bengkulu

No	Tanggal/Bulan/Tahun	Jumlah Nasabah
1	05/03/2015	1 orang
2	09/03/015	1 orang
3	10/03/2015	1 orang
4	016/03/2015	1 orang
Jumlah		4 Nasabah

Sumber: *Wawancara kepada customer service Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu Tanggal 04/06/2015*

Tabel diatas menunjukkan keterangan antusiasme masyarakat kurang terhadap produk deposito BRI syariah kCP panorama Bengkulu pada bulan maret 2015 hanya terdapat 4 orang dan pada bulan mei hanya 3 orang saja yang membeli produk deposito dan jumlah yang dikelola pada bulam mei Rp. 74 juta BRI syariah KCP panorama bengkulu.⁷

Dari uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti dengan judul “Faktor-Faktor yang Menyebabkan kurangnya Minat Nasabah Untuk Membeli Produk BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun yang menjadi permasalahan dalam penulisan ini adalah apa faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito *mudharabah* BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu?

⁶ Wawancara dengan Rina, Karyawan BRI Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu, Tanggal 12 April 2015

⁷ Wawancara dengan Defi *Costumer Service* BRI Syari'ah KCP Panorama Bengkulu, tanggal 12 April 2015

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito *mudharabah* BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis, dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang sistem bagi hasil pada produk deposito *mudharabah* di Bank BRI Syari'ah.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak bank dalam menentukan kebijakan pelayanan . Di samping itu diharapkan mampu memberikan kejelasan sekaligus memberikan sumbangan pemikiran kepada semua pihak yang terkait.

E. Penelitian Terdahulu

Pembahasan tentang minat menabung telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sedikitnya terdapat dua penelitian yang dapat di jadikan fokus kajian kepustakaan berkenaan dengan topik yang di pilih penulis dalam penelitian ini.

Moch Chambali, 062411018, mahasiswi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang tahun 2010, berjudul "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk Melalui Agen Bank Syari'ah (Studi pada Sukuk Ritel Seri SR 001 yang Dipasarkan Bank Syari'ah

Mandiri Cab. Kudus)”. Adapun permasalahan yang diangkat adalah apakah faktor risiko dan atribut produk Islami mempengaruhi minat investor berinvestasi Sukuk SR001 dan apa daya tarik BSM sehingga investor lebih memilihnya dari pada agen lain dalam membeli sukuk SR001. Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari 46 informan yang menginvestasi sukuk SR 001. Setelah data didapat dilakukan analisis dengan rumus analisis regresi linier berganda dengan hasil nilai koefisien regresi, ilai ini menggambarkan bahwa antara variabel X dan Y yaitu (risiko investasi dan atribut produk Islami dengan minat berinvestasi) dengan besar 0,703 atau 70,3 %. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa antara variabel risiko investasi dan variabel atribut produk Islami dengan variabel minat berinvestasi terdapat hubungan yang erat dan sifatnya positif atau searah dengan keeratan hubungan 70,3%.

Sri Mulyani, NIM.300215034, mahasiswi Program Studi Manajemen Syari’ah STAIN Surakarta tahun 2007, berjudul “Analisis Prilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syari’ah (Studi Kasus pada BRI Syari’ah Cab. Solo). Dengan permasalahan adakah hubungan antara karakteristik komsumen yang meliputi jenis kelamin, profesi dan tingkat pendidikan akhir dengan karakteristik produk yang meliputi bagi hasil, tangibles (bukti langsung / fasilitas) dan pelayanan di BRI Syari'ah cabang solo dan karakteristik Produk mana yang mempunyai hubungan paling dominan terhadap karakteristik nasabah dalam menabung di BRI Syari'ah cabang solo. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang bersumber

dari 60 nasabah yang menabung di BRI Syari'ah cabang Solo. Setelah data didapat dilakukan analisis dengan menggunakan *chi square* dengan hasil Terdapat keterkaitan antara karakteristik konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, profesi, dan pendidikan dengan karakteristik produk jasa perbankan syariah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Solo. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis *Chi-Square* yang memperoleh nilai X^2 hitung Diterima pada taraf signifikansi 5%.

Adapun permasalahan yang penulis angkat dalam tulisan ini, yaitu: “apa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk membeli produk *mudharabah* BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu”.

Dilihat dari judul dan permasalahan di atas terdapat adanya perbedaan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis mengangkat permasalahan factor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung, sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berinvestasi sukuk dan perilaku konsumen terhadap produk tabungan perbankan syari'ah. Jadi permasalahan yang diteliti oleh penulis berbeda dengan peneliti sebelumnya, maka dapatlah dikatakan bahwa penelitian ini asli dan jauh dari unsur plagiat yang bertentangan dengan asas-asas keilmuan yang jujur, rasional, objektif dan terbuka.

Penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah dan dihadapan masyarakat pada umumnya. Berbagai saran dan masukan yang konstruktif sehubungan dengan pendekatan dan perumusan masalah ini sangat diharapkan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat ini, maka pembahasannya disusun secara sistematis sesuai dengan urutan permasalahannya.

BAB I Sebagai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisikan landasan teori yang menyajikan uraian tentang pengertian nasabah, minat jenis produk-produk *mudharbah* serta tabungan deposito *mudharbah*

BAB III Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari jenis penelitian, definisi operasional, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV, Laporan Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V, Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah “orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank”.¹ Sedangkan pengertian nasabah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank (dalam hal keuangan)”.² Menurut undang-undang No.10 tahun 1998 Pasal 1 ayat (16) nasabah adalah “pihak yang menggunakan jasa bank”. Berdasarkan pengertian tersebut, menurut UU No. 10 tahun 1998 Pasal 1 nasabah terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu :

1. Pasal 1 ayat (17) menyatakan bahwa nasabah penyimpang adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Pasal 1 ayat (18) menyatakan bahwa nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Berdasarkan pengertian di atas, maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (*korporasi*) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

Minat calon nasabah merupakan daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang calon nasabah merasa senang dengan obyek tertentu sehingga timbul suatu keinginan. Ada beberapa faktor yang

¹ Djaslin Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank Mandiri Maju*, (Jakarta: CV Rajawali, 2001), hal.7.

² Dep P dan K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hal. 683

membentuk terjadinya minat nasabah dilihat dari faktor psikologis dan rasional perilaku konsumen :

a) Faktor Psikologis

1. Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin yaitu “*movere* yang berarti menggerakkan (*to move*)”³. Istilah motivasi baru digunakan sejak awal abad kedua puluh. Selama beratus-ratus tahun, manusia dipandang sebagai makhluk rasional dan intelek yang memilih tujuan dan menentukan sederet perbuatan secara bebas. Nalarlah yang menentukan apa yang dilakukan manusia. Manusia bebas untuk memilih, dan pilihan yang baik atau buruk, tergantung pada inteligensi dan pendidikan individu, oleh karenanya manusia bertanggungjawab penuh terhadap setiap perilakunya.

Motivasi dapat dikatakan sebagai daya pendorong dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktifitas-aktifitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Berawal dari kata “motif” itu, maka motivasi dapat diartikan “sebagai daya pendorong yang telah menjadi aktif. Motif menjadi aktif pada saat-saat tertentu, terutama bila kebutuhan untuk mencapai tujuan sangat dirasakan atau mendesak”⁴.

³ Depag RI, 2004. *Motivasi dan Etos Kerja*. Jakarta: Proyek Pembinaan Calon Tenaga Kependidikan), hal. 10.

⁴ Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar*, (Jakarta: Raja Grafindo PErsada, 2007), hal,

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*statet of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dengan sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Belajar

Belajar adalah “proses perubahan manusia ke arah tujuan yang lebih baik dan bermanfaat bagi dirinya maupun orang lain”.⁵ belajar ditinjau secara psikologis adalah “suatu proses perubahan yaitu perubahan tingkah laku yang relatif permanen sebagai hasil pengalaman dan bisa melaksanakannya pada pengetahuan lain serta mampu mengkomunikasikan kepada orang lain”.⁶

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa belajar perubahan dari perilaku individu yang muncul karena pengalaman. Menurut Baharuddin dan Wahyuni perubahan tersebut ditandai dengan:⁷

- a) Belajar ditandai dengan adanya perubahan tingkah laku.
- b) Perubahan perilaku *relative permanent*

⁵ Baharuddin dan Wahyuni, Esa Nur. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2007), hal. 15

⁶ Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hal. 197

⁷ Baharuddin dan Wahyuni, *Teori Belajar dan Pembelajaran*.... hal. 15

- c) Perubahan tingkah laku tidak harus segera dapat diamati pada saat proses belajar sedang berlangsung.
- d) Perubahan tingkah laku merupakan hasil latihan atau pengalaman.
- e) Pengalaman atau latihan itu dapat memberi penguatan.

3. Sikap

sikap adalah “sesuatu yang dipelajari, dan sikap menentukan bagaimana individu bereaksi terhadap situasi serta menentukan apa yang dicari individu dalam kehidupan”.⁸

Dari pendapat di atas sikap dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

4. Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak, bagaimana cara seseorang untuk bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Karena itu persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu yang berarti mengenai dunia.

Menurut Slameto persepsi adalah “proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya”.⁹ Dengan demikian persepsi merupakan proses yang

⁸ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hal. 188.

⁹Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*,...hal. 102

dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia.

B. Minat Nasabah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyek atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan.

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai “sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan”.¹⁰ Dengan arti kata minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil.

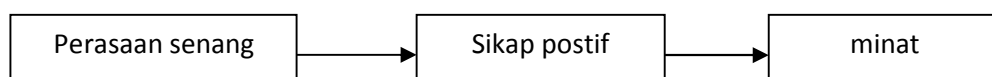
Secara etimologi pengertian minat adalah “suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa adanya menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat”.¹¹ Sedangkan menurut istilah ialah “suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian,

¹⁰ Dep P dan K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, hal. 656

¹¹ Dep P dan K, *Kamus Umum Bahasa Indonesia...*, hal. 650.

prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu”.¹²

Menurut Winkel pengertian minat adalah “kecenderungan yang menetap dan subyektif untuk merasa tertarik pada sesuatu hal tertentu”.¹³ Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti. Masih menurut Winkel secara urutan psikologi tergambar sebagai berikut¹⁴ :



Dengan kata lain minat merupakan gejala psikis yang berkaitan dengan objek atau aktifitas yang menstimulasi perasaan senang pada individu, minat akan timbul jika rangsangan yang ada menarik perhatiannya. Sehingga minat merupakan sesuatu yang sangat penting bagi seseorang sebagai suatu aspek kejiwaan. Minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang.

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang

¹² Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*,...hal. 180 .

¹³ Winkel, WS. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. (Jakarta: Gramedia,2003), hal.30.

¹⁴ Winkel, WS. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*..., hal.31.

bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

Minat menabung dapat diukur dari melihat pada aspek-aspeknya, menurut Meichati adalah sebagai berikut:

1. Aspek Kognitif, berupa konsep positif terhadap suatu obyek dan berpusat pada manfaat dari obyek tersebut.
2. Aspek Afektif, nampak dalam rasa suka atau tidak suka dan kepuasan pribadi terhadap obyek tersebut, walaupun kedua aspek tersebut sangat penting peranannya dalam menentukan pilihan seseorang, aspek afektif lebih penting daripada aspek kognitif.
3. Aspek Konatif, tindakan nyata yang dilakukan seseorang terhadap suatu obyek.¹⁵

Lucas dan Brift dalam Noorhayati, mengemukakan aspek-aspek minat adalah :

1. *Attention* (perhatian) yaitu pemusatan pengamatan dari individu pada satu atau lebih pada obyek yang menurut individu menarik.
2. *Interest* (ketertarikan) yaitu adanya perhatian seorang individu mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan obyek. Ketertarikan ini ditunjukkan dengan usaha untuk berhubungan dengan melakukan tindakan mendekati obyek tersebut.
3. *Desire* (keinginan) yaitu dorongan untuk mengetahui secara lebih mendalam tentang obyek tersebut.¹⁶

Dari kedua aspek minat di atas, peneliti mengacu pada pendapat Lucas dan Brift bahwa aspek minat adalah perhatian, ketertarikan, dan keinginan seseorang untuk mengetahui lebih dalam mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan obyek tersebut, dikaitkan dengan kegiatan menabung.

¹⁵ Meichati, S, *Motivasi Pembaca*. (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 1992), hal. 18

¹⁶ Noorhayati. *Minat Membeli Telepon Genggam Ditinjau Dari Harga Diri Dan Motivasi Manfaat*. Skripsi (tidak diterbitkan). Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata, hal. 16

Menabung menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai “kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank”,¹⁷ atau menurut M. Nur Rainto Al Arif menabung adalah “bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil”.¹⁸ Aromasari menyimpan uang di bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang.

Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk menabung.

Berdasarkan pengertian di atas maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan minat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

¹⁷ Dep P dan K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, hal. 139

¹⁸ M. Nur Rainto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 34

C. Produk-Produk *Mudharabah*

1. Pengertian *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *dharb* yang berarti “memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalan usaha”.¹⁹ Sedangkan menurut istilah *mudharabah* adalah “akad kerjasama antara pihak pertama (*shahibul mal/nasabah*) sebaagai pemilik dana dan pihak kedua (*amil/mudharib*) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad”²⁰.

Secara teknis, *mudharabah* adalah:

Akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang tertuang dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut²¹.

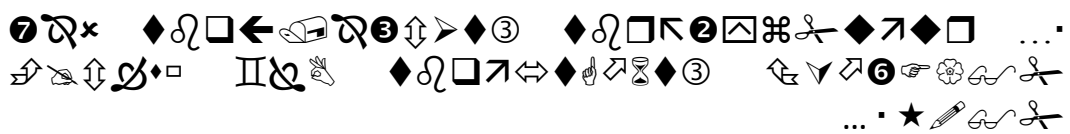
Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola).

¹⁹ Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syari’ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 95

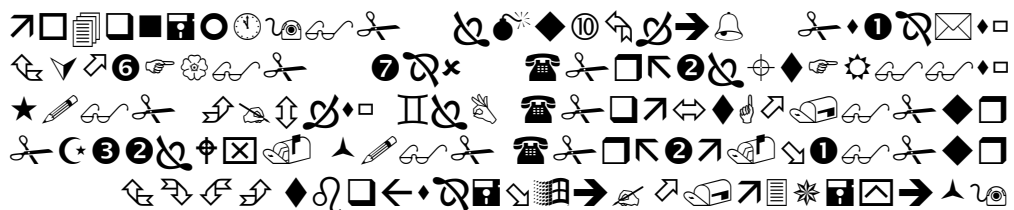
²⁰ Khotibul Umam, *Trend Pembentukan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, 2009), hal. 46.

²¹ Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. ...hal. 95

Di dalam Al-Quran, kata *mudharabah* tidak disebutkan secara jelas. Al-qur'an hanya mengungkapkan *musytaq* dari kata *dharaba* sebanyak 58 kali. Diantara jumlah itu terdapat kata yang dijadikan oleh sebagian besar ulama fiqh sebagai akar kata dari *mudharabah*. Secara umum, landasan dasar syariah *mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha.²² Hal ini tampak dalam ayat-ayat dan hadits berikut:



Artinya: ... dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah...(Q.S. Al-Muzamil: 20).²³



Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (Q.S. Al-Jumu'ah:10).²⁴

Lebih lanjut Rasulullah Saw bersabda:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سُلَيْمَانَ الْمَصِّيصِيُّ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الزُّبَيْرَانَ عَنْ أَبِي حَيَّانَ التَّمِيمِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا تَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخْنُ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَهُ خَرَجَتْ مِنْ بَيْنِهِمَا

Artinya: Dari Abu Hurairah meriwayatkan sampai ke Rasul (*Marfu'*) bersabda: Sesungguhnya Allah berfirman, Aku adalah yang ketiga dari dua orang

²² Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, ...hal. 95

²³ *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Depag RI, 2000), hal, 301

²⁴ *Al-Qur'an dan Terjemahannya*...hal. 334

yang berserikat selama tidak ada pihak yang mengkhianati mitra perserikatan, jika ada yang berkhianat maka Aku keluar dari keduanya (*HR. Abu Daud No, 2936*).²⁵

Dari beberapa dalil di atas, dapat dikatakan bahwa istilah *mudharabah* tidak disebutkan secara eksplisit oleh Al-qur'an, sementara dalam hadits masih menjadi perdebatan serius dikalangan Ulama fiqh sehingga keabsahan hukum *mudharabah* hanya disandarkan pada kesepakatan para ulama dengan mengacu pada *sunnah taqririyah* dimasa Nabi dan sahabat membiarkannya untuk dipraktekkan masyarakat muslim waktu itu.²⁶

2. Produk *Mudharabah*

Secara umum, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu:²⁷

- a. *Mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerja sama antara penyedia modal (*shahibul maal*) dan pengelola modal (*mudharib*) yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah yang akan digunakan untuk usahanya.
- b. *Mudharabah muqayyadah* atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah* atau *specified mydharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*, yaitu *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, dan tempat usahanya.

Dengan adanya pembatasan tersebut seringkali mencerminkan kecenderungan umum *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usahanya.

²⁵ Ust Bey Arifin, dkk, *Sunan Abi Dawud*, (Semarang: CV Asy Syifa, 1992), No, 2936

²⁶ Fazlur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1996), hal. 395

²⁷ Muhammad Ghofur W. *Potret Bank Syari'ah Terkini*, (Yogyakarta: Biruni Press, 2007), hal. 76

3. Hikmah *Mudharabah*

Islam telah mensyaratkan dan membolehkan *mudharabah* untuk memberi keringanan kepada manusia. Terkadang sebagian orang memiliki harta, tetapi tidak mampu memproduksi hartanya. Pada sisi lain, ada juga orang yang tidak memiliki harta, tetapi ia mempunyai kemampuan mengelola harta. Oleh karena itu, syariat Islam membolehkan transaksi *mudharabah* agar kedua belah pihak saling mendapat Manfaat. Pemilik modal mendapat Manfaat dengan pengalaman dari pihak *mudharib* (orang yang diberi modal). Sedangkan *mudharib* dapat memperoleh Manfaat modal yang diberikan oleh pemilik modal. Dengan demikian, terjalin titik temu antara modal dan kerja.

4. Unsur-Unsur *Mudharabah*

Mudharabah sebagai sebuah kegiatan kerjasama ekonomi antara dua pihak mempunyai beberapa ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam rangka mengikat jalinan kerjasama²⁸. Adapun unsur *mudharabah* adalah:

- a. *Ijab dan Qabul*, Pernyataan kesediaan antara kedua belah pihak. Secara lebih luas *ijab* dan *qabul* tidak saja terjadi dalam soal kesediaan kedua belah pihak untuk menjadi pemodal dan pengusaha tetapi juga kesediaan untuk menerima kesepakatan-kesepakatan lain yang muncul lebih terinci.
- b. Adanya dua belah pihak, yaitu pihak penyedia dana (*shahibul almaal*) dan pengusaha (*mudharib*)
- c. Adanya modal, menurut pendapat mayoritas ulama' modal harus berupa uang dan tidak boleh barang karena *mudharabah* dengan barang dapat menimbulkan kesamaran.

²⁸ Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariah*. (Yogyakarta, BPFE, 2005), hal. 55.

- d. Dana usaha (*al-maal*), dalam hal ini usaha yang diperbolehkan usaha yang menguntungkan tetapi harus sesuai dengan syariah sehingga merupakan usaha yang halal.
- e. Adanya keuntungan, keuntungan tidak boleh dihitung berdasarkan prosentase dari jumlah modal yang diinvestasikan, melainkan hanya keuntungannya saja setelah dipotong besarnya modal.²⁹

5. Batal Akad *Mudharabah*

Akad *mudharabah* menjadi batal karena hal-hal berikut :³⁰

- a. Syarat sah *mudharabah* tidak lengkap, apabila salah satu syarat *mudharabah* tidak terpenuhi, sedangkan pihak pekerja sudah menerima modal dan telah diniagakan, maka pihak pengelola berhak mendapatkan upah, karena segala tindakan yang dilakukannya berdasarkan izin dari pemilik modal dan ia telah melakukan tugas yang layak mendapatkan upah. Jika mendapat keuntungan, maka keuntungan tersebut untuk pemilik modal juga kerugiam menjadi tanggung jawabnya. Karena pelaksana tidak lebih hanya sebagai pekerja sewaan yang tidak wajib mempertanggungjawabkannya, kecuali ia melakukan dengan sengaja.
- b. Pihak pekerja melalaikan atau tidak peduli dalam berniaga dan menjaga modal, atau melakukan tindakan yang menyalahi Tujuan akad *mudharabah*. Pada kondisi tersebut akad *mudharabah* menjadi batal dan pihak pekerja bertanggung jawab atas kerugian modal karena ia merupakan penyebab kerugian.

²⁹ Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariah*...h. 57

³⁰ Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariah*...h. 60

- c. Pihak pekerja atau pemilik modal meninggal dunia.

6. Syarat-Syarat *Mudharabah*

Mudharabah memiliki syarat-syarat yang harus dipenuhi, yaitu³¹ :

- a. Modal harus tunai, apabila berbentuk emas atau perak batangan, perhiasan, atau barang dagangan, maka tidak sah. Ibnu Mundzir mengatakan, “Semua sepakat, orang-orang yang masih menjaga praktek *mudharabah* bahwa seseorang tidak boleh menjadikan piutang untuk *mudharabah* (sebagai modal),” Modal diketahui dengan jelas sehingga dapat dibedakan antara modal dan keuntungan yang akan dibagi untuk kedua belah pihak sesuai kesepakatan awal.
- b. Pembagian keuntungan *mudharabah* harus jelas prosentasenya, untuk pihak pekerja dan pemilik modal, seperti setengah, sepertiga, atau seperempat. Dan Rasulullah memperkerjakan penduduk Khaibar dengan syarat bagi hasil. Ibnu Munzir berkata, “Semua sepakat bahwa qiradh batal apabila salah satu pihak atau kedua belah pihak melakukan bagi hasil dengan jumlah dirham yang telah ditentukan. Sebab hukumnya, andaikan disyaratkan nominal tertentu untuk salah satu pihak, maka keuntungan hanya akan terbatas pada jumlah tersebut sehingga pihak lain bisa tidak mendapatkan apa-apa. Hal tersebut menyalahi akad *mudharabah* yang bertujuan memberikan Manfaat untuk kedua belah pihak.

³¹ Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariaih*...h. 63

c. *Mudharabah* harus bersifat mutlak. Pihak pemilik modal tidak boleh membetasi pihak pekerja untuk berdagang di negeri tertentu, barang tertentu, waktu tertentu, atau ketentuan lain. Karena persyaratan yang mengikat seringkali dapat menjauhkan dari Tujuan akad, yaitu keuntungan hasil *mudharabah*. Oleh karena itu di dalam akad *mudharabah* harus ada persyaratan mengikat. Jika ada, maka akad *mudharabah* menjadi *fasid* (rusak). Demikian menurut Mazhab Maliki dan Syafi'i. Abu Hanifah dan Ahmad berpendapat bahwa tidak disyaratkan mutlak dalam akad *mudharabah*. Keduanya beralasan, "Jika akad *mudharabah* sah dilakukan secara mutlak, maka sah juga dengan bersyarat (*muqayyad*)." Dalam *mudharabah muqayyad*, pelaksana tidak boleh menyalahi syarat-syarat yang telah ditentukan dalam akad. Jika dilanggar, maka segala resiko menjadi tanggung jawab pekerja. Dari Hakim bin Hazm bahwa disyaratkan bagi pemilik modal ketika memberikan hartanya kepada seseorang untuk dikelola untuk mengatakan, "Hartaku jangan dimasukkan dalam kemasan basah atau dibawa mengarungi lautan atau dibawa melewati arus air, bila dilakukan kau wajib bertanggung jawab." Tidak disyaratkan dalam akad *mudharabah* penjelasan mengenai waktu jatuh tempo tertentu karena merupakan akad yang boleh dibatalkan kapan saja. Juga tidak disyaratkan pihak yang melakukan akad adalah seorang Muslim, bisa saja pihak tersebut antara Muslim dan kafir Dzimmi.

D. Tabungan Deposito *Mudharabah*

Jenis deposito syariah sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan, deposito dengan prinsip *mudharabah* dibagi menjadi:

1. Deposito *mudharabah* 1 Bulan,
2. Deposito *mudharabah* 3 Bulan.
3. Deposito *mudharabah* 6 Bulan.
4. Deposito *mudharabah* 12 Bulan.

Jenis deposito syariah jika dilihat dari perlakuan setelah saat jatuh tempo, dapat dibedakan menjadi:³²

- a. Deposito *mudharabah muthalaqah (General investment)*
 - 1) *Shahibul mal* tidak membeikan batasan-batasan (restriction) atas dana yang diinvestasikannya. *Mudharib* diberi wewenang penuh mengelola dana tersebut tanpa terikat waktu, tempat, jenis usahadan jenis pelayanan.
 - 2) Aplikasi perbankan yang sesuai dengan akad ini ialah time deposito biasa.
- b. *Mudharabah muqayyadh*
 - 1) *Shahibul mal* memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya. *Mudharib* hanya bisa mengelola dana tersebut sesuai dengan batasan yang diberikan oleh *shahibul mal*. Misalnya hanya untuk jenis usaha tertentu saja, tempat tertentu, waktu tertentu dan lain-lain

³² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik ...*hal. 150-151

2) Aplikasi perbankan sesuai dengan akad ini ialah *special investment*..

Pembayaran bagi hasil deposito *mudharabah Muthlaqah* dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu:³³

1. *Anniversary Date*:

- a. Pembayaran bagi hasil deposito dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal yang sama dengan tanggal pembukaan deposito;
- b. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir;
- c. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai dengan permintaan deposan.

2. *End of Month*:

- a. Pembayaran bagi hasil deposito dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan;
- b. Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proporsional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, namun tidak termasuk tanggal pembukaan deposito;
- c. Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif tidak termasuk tanggal jatuh tempo deposito. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir;
- d. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, 31 hari);

³³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* ...hal. 154-155

- e. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan deposan.

Dalam hal pencairan deposito *mudharabah muthlaqah* dengan pembayaran bagi hasil bulanan yang dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo, bank syariah dapat mengenakan denda (*penalty*) kepada nasabah yang bersangkutan sebesar 3% dari nominal *bilyet* deposito *mudharabah muthalaqah*.

Disamping itu denda harus ditulis dalam akad dan dijelaskan kepada nasabah pada saat pembukaan deposito *mudharabah muthalaqah* semua jangka waktu (1, 3, 6, dan 12 bulan) untuk disepakati bersama oleh nasabah dan bank. Dalam hal ini, bagi hasil yang menjadi hak nasabah dan belum dibayarkan, harus dibayarkan.

Disamping itu dalam menghitung bagi hasil deposito, basis perhitungan hari bagi hasil deposito adalah hari tanggal pembukaan deposito sampai dengan tanggal pembayaran bagi hasil terdekat, dan menjadi angka pembilang atau *number of days*. Sedangkan jumlah hari tanggal pembayaran bagi hasil terakhir sampai tanggal pembayaran bagi hasil berikutnya menjadi angka penyebut/angka pembagi. Dalam hal nominal proyek yang dibiayai oleh lebih dari satu nasabah atau oleh bank dan nasabah, maka bagi hasil dihitung secara proporsional.

Rumus perhitungan bagi hasil yang dapat digunakan adalah [Hari Bagi Hasil/Hari Bagi Hasil Terakhir Sampai Bagi Hasil Berikutnya] x

[Nominal Deposito/Nominal Proyek yang Dibiayai] x *Return* Proyek.
 Deposito *mudharabah muqayyadah* (*Restricted Investment Account*).

Dalam deposito *mudharabah muqayyadah*, pemilik dana memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara maupun objek investasinya. Dengan kata lain, bank syariah tidak mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan dana atau deposan bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Bank kemudian melakukan penyaluran pembiayaan kepada nasabah peminjam yang membutuhkan dengan menggunakan dana yang diperoleh tersebut baik dalam bentuk *murabaha*, *ijarah*, *mudharabah* atau bentuk lainnya. Hasil usaha ini selanjutnya akan dibagikan kepada nasabah penabung berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal ini bank menggunakan untuk melakukan *mudharabah* kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.³⁴

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 01 April 2000 tentang Deposito memberikan landasan syariah dan ketentuan tentang deposito *mudharabah* sebagai berikut.³⁵

³⁴M. Nur Rainto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*...hal. 38-39

³⁵Yeni Salma Barlinti, *Kedudukan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia*, Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2010, hal. 233, h. 39

- a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana
- b. Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya *mudharabah* dengan pihak lain
- c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang
- d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembekuaan rekening
- e. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya
- f. Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan

Deposito ini dijalankan dengan prinsip “*mudharabah mutlaqah*”, karena pengelolaan dana deposito sepenuhnya menjadi tanggung jawab *mudharib* (bank). Deposito *mudharabah* merupakan simpanan dana dengan akad *mudharabah* dimana pemilik dana (*shahibul maal*) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (*mudharib*) dengan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati sejak awal. Semua permintaan pembukaan deposito *mudharabah* harus dilengkapi dengan suatu “akad / kontrak / perjanjian” yang berisi antara lain nama dan alamat *shahibul maal*, jumlah deposito, jangka waktu, *nisbah* pembagian keuntungan, cara pembayaran bagi hasil dan pokok pada saat jatuh tempo serta syarat-syarat lain deposito *mudharabah* yang lain.

Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai *nisbah* dan tatacara pemberian keuntungan atau perhitungan distribusi keuntungan serta resiko yang dapat timbul dari deposito tersebut setiap tanggal jatuh tempo deposito, pemilik dana akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah dari hasil investasi yang telah dilakukan oleh bank. Bagi hasil akan diterima oleh pemilik dana sesuai dengan perjanjian akad awal pada saat penempatan deposito tersebut. dalam syariat Islam tidak dipermasalahkan jika bagi hasil ditambahkan ke pokoknya untuk kembali diinvestasikan. Periode penyimpanan dana ditentukan berdasarkan periode bulanan. Bank dapat memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada pemilik dana. Deposito *mudharabah* hanya dapat ditarik sesuai dengan jatuh waktu yang disepakati atas bagi hasil yang diterima, dikenakan Pajak Penghasilan sesuai ketentuan yang berlaku.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun jenis dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat eksploratif. Penelitian kualitatif adalah:

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.¹

Adapun eksploratif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari sebab atau hal-hal yang mempengaruhi sesuatu. Dalam penelitian ini, penelitian eksploratif digunakan karena dianggap lebih gamblang dan detail dalam memperoleh fakta dan realita.

Dengan demikian penelitian kualitatif atau kajian kualitatif yang bersifat eksploratif digunakan dalam penelitian ini, karena penelitian ini menekankan pada upaya investigatif untuk mengkaji secara natural (alamiah) fenomena tentang faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposit *mudharabah*.

B. Definisi Operasional

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 15

Penelitian ini difokuskan pada minat nasabah dalam membeli produk mudharabah, dengan definisi operasional sebagai berikut:

1. Minat nasabah merupakan kecenderungan afektif yang mendorong seseorang untuk mengeluarkan sedikit uang dari pemasukannya untuk disimpan sendiri maupun di bank, dan menaruh perhatiannya secara mendalam terhadap aktivitas tersebut. Skala minat menabung yang terdiri dari aspek perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), dan keinginan (*desire*).²
2. Produk mudharabah merupakan jumlah total dari keseluruhan dana nasabah yang tersimpan dalam bentuk tabung dan deposit mudharabah pada BRI Syri'ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari hasil wawancara kepada informan, yaitu *customer service*, bagian *branch operational supervisor* dan bagian *account officer* BRI Syri'ah KCP Panorama Kota Bengkulu serta nasabah BRI Syri'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, yang bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat nasabah untuk menabung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang yang didapat dari hasil pengumpulan atau pengolahan data yang

²Noorhayati. *Minat Membeli...* hal. 16

bersifat dokumentasi berupa visi dan misi, struktur organisasi, sarana dan prasarana dan produk-produk pengumpulannya yang ada di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu serta laporan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah pengumpulan data dalam penelitian ini, digunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan "suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan"³. Adapun observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi tidak terstruktur, yaitu observasi yang tidak di persiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Adapun yang penulis amat dalam penelitian ini adalah:

- a. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu.
- b. Isi pesan promosi yang disampaikan kepada nasabah untuk menarik minat nasabah dalam membeli produk yang ada di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu

2. Wawancara

³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 203

Menurut Mardalis⁴, wawancara adalah “teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan bertatap muka dengan dapat memberikan keterangan pada penelitian”

Dalam hal ini dilakukan wawancara terstruktur yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang sudah disiapkan terlebih dahulu. Pedoman pertanyaan dipergunakan untuk mengarahkan dan menjaring data yang diperlukan dalam penelitian ini agar supaya tidak melebar atau mengembang pada data yang tidak diperlukan. Setelah pertanyaan dipersiapkan dilakukan wawancara kepada 16 orang informan yang terdiri dari *customer service* 1 orang, bagian *branch operational supervisor* 1 orang, dan bagian *account officer* BRI Syri’ah KCP Panorama Kota Bengkulu 1 orang, serta nasabah BRI Syri’ah KCP Panorama Kota Bengkulu 13 orang. Untuk lebih jelasnya mengenai data informan dapat dilihat dalam lampiran 3

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisa data yaitu penggambaran sasaran peneliti dengan apa adanya. Dalam penelitian ini digunakan analisis kualitatif dengan cara:

⁴Mardalis Kartini. *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal. 64

1. Reduksi Data (*data reduction*), yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.
2. Penyajian Data (*data display*), yaitu data dapat disusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami.
3. Kesimpulan (*verification*), yaitu untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal.⁵

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*....h. 337

BAB IV

FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN KURANGNYA MINAT NASABAH UNTUK MEMBELI PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Visi dan Misi Bank BRI Syari'ah

a. Visi Bank BRI syariah

Menjadi bank ritel modern dan ragam layanan BRI syariah sesuai nasabah dengan jangkauan mudah untuk kehidupan bermakna.

b. Misi Bank BRI syariah

Memahami keragaman individu dan mengakomodasi sesuai dengan kebutuhan nasabah.¹

2. Struktur Organisasi Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan segenap tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan antara fungsi- fungsi serta wewenang dan tanggung jawab setiap tugas pekerjaan itu.

Dengan demikian struktur organisasi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut :

a. Adanya kerangka yang menunjukkan tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi.

b. Adanya hubungan antara fungsi fungsi organisai.

c. Adanya wewenang dan tanggung jawab.

¹ Ahmad Azhari selaku Branch Operational supervisor Bank BRI Syar'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 20 Juni 2015

Apabila dilihat struktur organisasi yang ada pada BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, maka dapat diketahui bahwa struktur organisasinya adalah garis. Dalam bentuk organisasi garis ini kekuasaan dan tanggung jawab tertinggi terletak di tangan satu pimpinan. Segala perintah dari pimpinan tertinggi mengalir melalui garis kepada bawahannya lagi, sampai akhirnya pada tingkat bawahan yang paling rendah. Adapun struktur organisasi di bawah ini sebagaimana terlampir.²

3. Jumlah Nasabah Produk Deposito *Mudharabah*

Bank BRI Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu memiliki masa depan yang sangat menguntungkan baik bagi intern maupun nasabah. Didasarkan pada semua itu, seharusnya prinsip *mudharabah* dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri dari produk-produk yang dimiliki oleh perbankan syariah. Berikut jumlah nasabah produk deposito *mudharabah* di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

Tabel I
Jumlah Nasabah Deposito Mudharabah
BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu
Per-Tahun

TAHUN	JUMLAH DEPOSAN	KET
2012	37	
2013	54	
2014	42	

Sumber: wawancara kepada Branch operational supervisor Bank BRI Syari'ah

KCP Panorama Bengkulu

Jumlah nasabah produk deposito *mudharabah* BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu tahun 2012 sebanyak 37 orang nasabah, Pada

² Ahmad Azhari Branch Operational Supervisor Bank BRI Syar'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

tahun 2013 mengalami kenaikan menjadi 54 orang nasabah, dan pada tahun 2014 menurun lagi menjadi 42 orang nasabah³.

4. Produk-Produk *Mudharabah* di BRI Syari'ah

Mudharabah merupakan kerja sama antara pemilik modal dengan pengelola modal, dimana modal disediakan 100% oleh pemilik modal sedangkan pengelola hanya sebagai pengelola modal tersebut dan bagi hasilnya sesuai dengan porsi yang telah disepakati.

Mudharabah pada dasarnya terbagi atas dua kategori, yaitu *Mudharabah mutlaqah* dan *Mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah mutlaqah* adalah dimana pemilik modal memberikan kebebasan kepada pengelola dalam menjalankan bidang usaha, waktu dan tempat usaha. Sedangkan *Mudharabah muqayyadah* adalah pemilik modal memberikan batasan-batasan tertentu kepada pengelola dalam menjalankan usaha atau dapat dikatakan bahwa pengelola modal menjalankan usaha sesuai keinginan pemilik modal.⁴

Dalam perbankan syariah, *mudharabah* ini digunakan pada produk penghimpunan dana dan penyaluran dana.

a. Produk Penghimpunan Dana : Contoh penggunaan akad *mudharabah* pada BRI Syariah :

1) Tabungan Haji BRISyariah iB yaitu fasilitas yang disediakan oleh BRISyariah dalam mengelola dana haji dengan akad *mudharabah*

³Ahmad Azhari Branch Operational Supervisor BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

⁴Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syari'ah: dari Teori ke Praktik*. ... hal. 95

dan bai hasil diberikan secara kompetitif, bank menetapkan bahwa akad yang digunakan *Mudharabah mutlaqah*

- 2) Tabungan Impian Syariah iB berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian Anda dengan terencana.
- 3) Deposito BRiSyariah iB adalah Deposito BRISyariah iB adalah produk investasi berjangka kepada Deposan dalam mata uang tertentu. Produk ini jua menggunakan akad *Mudharabah mutlaqah*.

b. Produk Penyaluran Dana :

- 1) Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa.
- 2) Investasi khusus, atau disebut juga *mudharabah muqayyadah*, dimana sumber dan khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah diterapkan oleh shahibul mal. Sistem *mudharabah* ini adalah sistem yang bebas dari bunga (*interest*) yang diharamkan. Sehingga aman dan tidak diharamkan dalam syariat.⁵

B. Deposito *Mudharabah* pada BRI Syari'ah

Dalam deposito mudharbah BRI syariah, menggunakan sistem *mudharabah mutlaqah* yaitu penyaluran dana atau menginvestasikan dana hanya pihak bank yang menentukan dan memutuskan ke mana dana yang ingin di investasikan.

⁵ Ahmad Azhari, Branch Operational Supervisor BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

Ada pun sistem akad dan pembagian hasil antara bank dan nasabah, bank BRI syariah menggunakan aturan penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu (jatuh tempo), dengan mendapatkan imbalan bagi hasil dan jangka waktu menabung deposito *mudharabah* Tersedia dalam jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan. apa bila nasabah menyetor modal diatas Rp 50 juta kesepakatan bagi hasilnya pun nasabah boleh mengajukan degan pembagian tertinggi 63% untuk nasabah 37% untuk bank. namun apabila dibawah Rp 50 juta maka bagi hasilnya di tentukan oleh pihak bank yang perhitungan nisbahnya sesuai dengan lama jagka waktu yang di ambil oleh nasabah.⁶

C. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Nasabah Dalam Membeli Produk Deposito *Mudharabah* BRI Syari'ah KCP Panorama Bengkulu

1. Internal

a. Sumber Daya Manusia

Dalam pembangunan, manusia adalah perencana, pelaku, pengendali serta tujuan dari pembangunan itu sendiri. Oleh karena itu pengembangan kualitas sumber daya manusia merupakan prioritas utama yang harus ditingkatkan, sehingga dengan demikian ia dapat memiliki segala kemampuan yang dibutuhkan dalam pembangunan di segala bidang. Manusia yang berkualitas dapat memanfaatkan segala potensinya dan mampu merebut peluang di masa depan bagi kejayaan

⁶ Defi Coustomer Service Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

bangsa dan negara. Faktor manusia menjadi paling menentukan akan berhasil atau gagalnya bangsa untuk tetap tegak dalam persaingan global karena yang membedakan kemampuan suatu bangsa dengan bangsa lainnya adalah kualitas manusianya.

Oleh sebab itu dibutuhkan sumber daya manusia yang professional dalam menjalankan suatu lembaga. Professional merupakan suatu profesi yang bidang pekerjaannya dilandasi pendidikan tertentu (keterampilan, kejuruan dan sebagainya).⁷ Dengan demikian meningkatkan kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan melalui berbagai jalur, diantaranya melalui pendidikan. Pendidikan ini merupakan jalur peningkatan kualitas sumber daya manusia yang lebih menekankan pada pembentukan kualitas dasar, misalnya keimanan dan ketakwaan, kepribadian, kecerdasan, kedisiplinan, kreativitas dan sebagainya.

Berkaitan dengan hal tersebut Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu telah berupaya meningkatkan sumber daya manusia melalui kemampuan karyawan dalam memberi informasi mengenai produk-produk yang dimiliki oleh Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ada.⁸

⁷ A. Kadir. Hukum Bisnis Syari'ah dalam Al-Qur'an, (Jakarta: Sinat Grafika , 2010), hal.114

⁸ Santo Acount Officer BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu pada umumnya sudah lumayan mumpuni, namun SDM yang ada perlu mendapat pelatihan dan pendidikan yang berbasis syari'ah, karena SDM yang ada selama ini bukan berasal dari ekonomi Islam, kebanyakan dari ekonomi umumnya. Hal ini sangat mendasar sekali dalam menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli salah satu produk yang ada.⁹

Oleh sebab itu saat ini Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu telah melakukan berbagai pembinaan, pendidikan dan pelatihan karyawan dalam rangka meningkatkan mutu atau kualitas SDM, dimaksud agar karyawan Bank BRI Syar'ah KCP Panorama Kota Bengkulu selalu siap memberikan informasi mengenai produk atau pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu yang dibutuhkan oleh nasabah. Dengan adanya informasi dan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah diharapkan nasabah atau konsumen dapat tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

Di samping itu dalam rangka menarik minat nasabah bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu telah berupaya mengefektifkan kinerja karyawan dengan melakukan reposisi karyawan berdasarkan beban kerja dan memenuhi jumlah tenaga kerja

⁹ Santo Account Officer BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

sesuai dengan persyaratan jabatan, baik untuk mengembangkan organisasi maupun mengganti karyawan yang pindah maupun dipindahkan, serta selalu berupaya mencari masukan (umpan balik) dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan¹⁰.

Dengan demikian kemampuan karyawan dalam memberi informasi dan pelayanan yang baik kepada nasabah dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli salah satu produk yang dimiliki oleh Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, namun sebaliknya kemampuan karyawan dalam memberi informasi dan pelayanan yang kurang baik kepada nasabah dapat menyebabkan berkurangnya minat konsumen untuk membeli salah satu produk yang dimiliki oleh bank tersebut.

b. Promosi

Perusahaan yang memasarkan produk atau jasa selalu mengharapkan adanya pembelian atau pemakaian produk atau jasa oleh konsumen, serta mengharapkan agar konsumen tidak mudah terpengaruh oleh produk atau jasa lain. Untuk menciptakan kesetiaan tersebut, perusahaan harus menciptakan suatu kepercayaan konsumen terhadap produknya. Di sini seorang konsumen dalam keputusan pembeliannya mempertimbangkan atau dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor internal yang ada pada konsumen maupun faktor

¹⁰ Ahmad Azhari Branch operational supervisor BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

eksternal di luar konsumen seperti faktor komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Untuk keberhasilan suatu komunikasi pemasaran suatu perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar produknya tidak terlepas dari peranan promosi sebagai salah satu bagian dari pemasaran untuk memperkenalkan produk atau jasa perusahaan kepada konsumen. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.¹¹

Dalam kegiatan promosi diperlukan strategi-strategi yang tepat agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat mencapai target. Strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan konsumen. Strategi promosi yang dijalankan untuk mencapai hasil yang maksimal biasanya berbeda untuk setiap perusahaan dalam melaksanakan aktivitas promosinya. Namun, pada dasarnya tujuan utama yang ingin dicapai adalah sama yaitu untuk mempengaruhi konsumen agar memanfaatkan produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Suatu promosi akan mempengaruhi minat konsumen dalam tindakannya dan keyakinannya akan produk yang ditawarkan perusahaan. Peran promosi dalam mempengaruhi minat konsumen dapat dilakukan melalui promosi melalui media televisi, koran dan lain

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 175

sebagainya. Hal ini dilakukan oleh perusahaan yang berharap konsumen atau nasabah akan berperilaku atau menggunakan seperti yang diharapkan melalui promosi komersialnya.

Minat merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh baik eksternal maupun internal dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dipakai. Minat timbul setelah konsumen menerima stimulus dari sesuatu yang mereka lihat, perhatian, keingintahuan, bahkan keinginan untuk mencoba dan kemudian memakai produk tersebut. Minat adalah sikap atau tindakan konsumen dalam proses pengambilan keputusan dalam merencanakan pembelian terhadap sejumlah produk. Untuk itulah, kebutuhan akan promosi harus dilakukan demi mendapatkan minat dari konsumen.

Seperti yang diketahui bahwa proses komunikasi itu dapat berjalan dengan baik apabila didukung dengan berjalannya komunikasi dua arah atau timbal balik antara seorang komunikator dengan komunikan sehingga terjalin komunikasi yang terarah dan tercapai maksud serta tujuannya. Dalam lingkup *public relations* komunikasi dua arah dapat direalisasikan dalam hubungannya secara eksternal maupun internal. Sebagai proses komunikasi, *public relations* merupakan kegiatan yang terorganisasi dan bertujuan sehingga bisa dibedakan dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan begitu saja dan tidak memiliki tujuan yang jelas.

Bagi perusahaan perbankan, *public relations* eksternal dalam komunikasi pemasaran memegang peranan yang penting. Apalagi, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, di mana kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa menempati posisi penting dalam proses transaksi jasa. Para komunikator pemasaran mengarahkan usaha mereka untuk mempengaruhi kepercayaan, sikap, reaksi emosional dan pilihan-pilihan konsumen yang berhubungan dengan produknya.

Kedudukan *public relations* dalam sebuah perusahaan atau organisasi sangatlah penting dan strategis. Fungsinya tersebut dijalankan dengan sebaik-baiknya agar terjaganya kestabilitas perusahaan atau organisasi dalam proses pencapaian tujuan. *Public relations* dalam menjalankan fungsinya sangatlah berat, karena selain memberikan informasi kepada publiknya baik internal maupun eksternal, tetapi juga menjadi ujung tombak yang harus menjaga dan membentuk hubungan baik dengan publik atau masyarakat.

Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu telah menyediakan layanan perbankan bagi segmen pasar korporasi, komersial dan *consumer*. Dalam melakukan strategi untuk memperkenalkan produknya, Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu melakukan strategi dalam komunikasi pemasaran. Hal ini dikarenakan persaingan yang semakin kompetitif dengan perbankan lainnya dan berharap nasabah akan menjadi loyal dalam menggunakan

produk atau jasa yang ditawarkan oleh BNI. Salah satu produk yang ditawarkan Bank BRI Syari'ah adalah produk deposito *mudharabah* yang merupakan tabungan deposito berjangka yang berbasis syari'ah. Tabungan deposito *mudharabah* bisa diikuti oleh seluruh lapisan masyarakat apapun profesinya, baik itu pegawai negeri, pegawai swasta, pegawai BUMN/BUMD, dokter, notaris, konsultan, akuntan, pengacara, arsitek, pedagang, petani, buruh, mahasiswa dan lain sebagainya yang menginginkan kesejahteraan di masa purna tugas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Defi selaku *customer service* di Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu tentang promosi yang sudah dilakukan di antaranya sebagai berikut ¹²:

1) Sosialisasi

Sosialisasi merupakan cara pertama yang digunakan untuk memperkenalkan produk deposito *mudharabah* agar mencapai target dalam program tersebut. Sosialisasi dilakukan di instansi-instansi pemerintahan maupun swasta. Salah satunya pernah dilakukan di IAIN Bengkulu, dan Pengadilan Tinggi Agama Bengkulu. Selain dipromosikan di Instansi-instansi, sosialisasi juga dilakukan secara tatap muka atau perorangan.

2) Melalui Media

Promosi yang dilakukan juga melalui media. Melalui media jangkauannya lebih luas dan lebih efisien. Media yang digunakan

¹² Defi Coustomer service Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

melalui banner, media massa yang berupa iklan di koran, internet/website dan sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, Penulis mendapatkan bahwa masalah yang terjadi di perusahaan tersebut di antaranya :¹³

- 1) Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu secara berkelanjutan atau kontinu, sehingga nasabah banyak yang belum mengenal tentang produk deposito *mudharabah* dan mengakibatkan minat nasabah tidak ada. Mita mengatakan “saya tidak mengetahui bahwa Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu mempunyai produk yang bernama deposito *mudharabah*”.
- 2) Kurangnya promosi dalam tata cara penggunaan produk deposito *mudharabah* yang mengakibatkan nasabah merasa dalam menggunakan produk tersebut sulit dan berbelit-belit, sehingga hal tersebut dapat menurunkan minat nasabah untuk menggunakan produk deposito *mudharabah*. Contoh : Wawancara dengan salah satu nasabah yang bernama Feri, ia mengatakan bahwa “Saya kurang tertarik dengan produk deposito *mudharabah* tersebut karena saya kurang tahu bagaimana proses pembagian keuntungan

¹³ Hasil observasi di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, 26 Juni 2015

serta pengurusan tabungan deposito tersebut saja saya tidak tahu, apa itu deposito *mudharabah*”.¹⁴

- 3) Ketidakadaan keistimewaan dari promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, sehingga nasabah menjadi tidak berminat untuk menggunakan produk deposito *mudharabah*. Contoh : Wawancara dengan salah satu nasabah, yang bernama Malah, menurut pendapat dia “produk yang ditawarkan Bank BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu tersebut kurang membuat dia berminat karena dia sama sekali tidak mengetahui apa keistimewaan dari produk deposito *mudharabah* tersebut”.¹⁵

Adapun permasalahan tersebut menurut hemat penulis diduga disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- 1) Isi pesan yang disampaikan kepada nasabah kurang menarik, isi informasi yang disampaikan kurang jelas sehingga mereka kurang merasa puas. Contohnya mengenai isi pesan mengenai keuntungan dan kelebihan produk tabungan deposito *mudharabah* yang tidak dijelaskan secara terperinci.
- 2) Kurang profesionalnya komunikator dalam penyampaian pesan yang dilakukan untuk mempromosikan produk tersebut, sehingga nasabah masih kurang yakin dari informasi yang disampaikan tersebut. Contohnya penjelasan komunikator

¹⁴ Feri, Nasabah Bank BRI Syar’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

¹⁵ Malah, Nasabah Bank BRI Syar’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

mengenai manfaat menggunakan deposito *mudharabah* yang memberikan contoh yang masih terdapat unsur ketidakjelasan.

Perasaan konsumen tentang pesan promosi mungkin sama pentingnya dengan sikap mereka terhadap produk (jika tidak lebih dari itu) dalam menentukan efektivitas promosi. Pentingnya reaksi afektif dan perasaan yang ditimbulkan oleh promosi tergantung pada beberapa faktor, di antaranya sifat promosi dan jenis promosi. Banyak promosi sekarang menggunakan iklan yang dirancang secara emosional untuk membangkitkan perasaan dan reaksi afektif sebagai dasar strategi kreatif mereka. Keberhasilan strategi ini sebagian bergantung pada keterlibatan konsumen dengan produk dan kemungkinan mereka dalam mengikuti dan pengolahan pesan.

Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk. Dalam melakukan pembelian, konsumen membutuhkan informasi tentang produk yang akan dibeli. Untuk menginformasikan produk yang telah dihasilkan dilakukan oleh *public relations* eksternal yaitu promosi dengan menggunakan berbagai media. Dengan demikian dapat ditarik suatu analisis bahwa promosi merupakan komponen atau alat komunikasi untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk barang atau jasa dari produsen kepada konsumen yang bersifat persuasif (membujuk) sehingga menimbulkan adanya keinginan pertukaran.

c. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana di BRI syariah cukup memadai, Ahmad azhari mengatakan “di BRI tentang sarana prasarana mesin ATM dan juga mesin EDC (ATM mini) lalu ada sms banking, mobile banking, dan internet banking¹⁶”. Namun fasilitas sarana dan prasarana yang nasabah dapati hanyalah mesin ATM dan itu pun terbatas, seperti yang dikatakan oleh Bapak Darul salah satu nasabah BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu dia mengatakan bawah “prasarana yang sering saya manfaatkan itu hanya ATM dan itu pun hanya ada di Bank padang jati dan di panorama saja namun ATM bank BRI biasa pun bisa digunakan untuk mengambil uang”¹⁷. Dan juga Seperti hasil wawancara Bapak Arofik dia mengarakan “saya ini suda lamah menjadi nasabah BRI syariah sejauh ini yang saya ketahui tentang sarana prasarana itu memang minim, dan sarana prasaran yang ada pun tidak dapat di manfaatkan dengan baik, seperti internet bangking, itu sering eror dan gangguan sehingga saya tidak mersakan fasilitas itu”¹⁸. Seharusnya sarana dan prasarana sarana yang ada di BRI syariah itu dapat dikenal dan di manfaatkan dengan baik oleh nasabah guna untuk memudahkan dan memberikan bentuk perhatian kepada nasaba, fasilitas adalah hal

¹⁶Ahmad Azhari Branch operational supervisor BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

¹⁷Darul Nasabah BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

¹⁸Arofik Nasabah BRI syariah KCP Panorama kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

yang paling utama yang diperhatikan upaya untuk menarik minat Nasabah.

Ahmad azhari mengatakan “memang masih banyak kelemahan atas fasilitas yang di berikan kepada Nasbah namun Sejauh ini usaha perbaikan-perbaikan prasarana, fasilitas fisik serta memperluas penataan ruangan areal, untuk memberikan kenyamanan bagi para nasabah sehingga di hapakan dapat menjadi ketertarikan konsumen dalam membeli produk-produk BRI Syariah”¹⁹.

Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu didirikan dengan maksud melalui aktivitasnya membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian serta pemerataan pembangunan daerah disegala bidang agar tercapai peningkatan taraf hidup Rakyat. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu sebagai salah satu alat kelengkapan Otonomi Daerah di bidang keuangan atau perbankan dalam menjalankan usahanya sebagai Bank Syariah atau Bank Islam, untuk melaksanakan segala peraturan atau ketentuannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu, ternyata masih ditemukan adanya keluhan nasabah terhadap mutu pelayanan, (sistem keluhan dan saran). Contohnya pihak bank belum menyediakan tempat penyampaian saran, pendapat dan

¹⁹ Ahmad Azhari Branch Operational Supervisor BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

keluhan nasabah berupa kotak saran yang memudahkan nasabah untuk penyampaiannya.

Pemasalahan tersebut di atas diduga disebabkan oleh Karyawan belum sepenuhnya melaksanakan tugasnya dengan cepat dan tepat dalam melayani nasabah (Pelayanan) dan ditambah dengan prasarana yang minim.

Sarana dan prasarana merupakan hal yang penting di dalam menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pihak bank. Tersedianya sarana dan prasarana yang lebih baik untuk kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam setiap melakukan kegiatan atau transaksi perbankan. Strategi yang patut diterapkan oleh Bank BRI Syaria'ah KCP Panorama Kota Bengkulu dalam menghimpun atau menarik nasabah, melalui berbagai pelayanan dan fasilitas yang memudahkan bagi nasabah..

Fasilitas merupakan salah satu kemudahan dan kenyamanan yang diberikan agar nasabah dapat mempermudah dalam bertransaksi, misalnya pembelian di setiap swalayan yang ada di kota Bengkulu, fasilitas tarik tunai, fasilitas internet banking, dan lain-lain. Dari fasilitas yang baik akan mengundang Nasabah untuk membeli produk-produk yang ada Bank BRI syraiah sebab yang baik akan mendatngakan kepuasan dan kepuasan akan meentuk kepercayaan serta loyalitas ke Bank. Fasitas yang baik itu bisa menjadi slasatu promosi yang tidak stuktur, artinya nasabah yang sudah merasakan fasiltas,

kemudahan serta kenyamanan tentunya nasabah itu pasti akan mengatakan kepada orang-orang yang dekat dengan nya terhadap fasilitas yang diberikan oleh Bank.

2. Eksternal

a. Tingkat Pengetahuan Masyarakat

Nada sinisme masih sering terdengar sebagian besar umat Islam terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya, misalnya perbedaan bank syariah dengan bank konvensional hanya kosa kata belaka yaitu “bungga“ diganti dengan “bagi hasil”. Umumnya orang hanya tahu bahwa bank syariah adalah bank tanpa bunga dan tidak tahu sama sekali mengenai mekanisme “bagi hasil”.

Pembentukan pengetahuan yang baik di masyarakat akan memberikan dampak yang positif, yang akan mempengaruhi masyarakat untuk memilih produk bank syariah. Khususnya produk deposito *mudharabah* di Bank BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu dan sudah seharusnya dalam mempromosikan produk-produk Bank syariah harus menjagkau masyarakat yang umum dan minim pengetahuan, agar mereka memahami bahwa Bank syariah dengan Bank konvensional itu jauh sangat berbeda.

Pengetahuan nasabah terhadap tabungan deposito *mudharabah* masih minim atas memahami baik itu pengertian atau pun sistem yang di jalankan oleh Bank BRI syariah KCP Panorama Bengkulu. Hal ini

sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Hen selaku nasabah di BRI Syari'ah KCP Panorma Kota Bengkulu, mengatakan saya tidak tahu akad apa yang digunakan, saya hanya tahu menabung secara Islami yang penting halal karena dijalankan sesuai syariat Islam yang tidak ada unsur riba.²⁰

Penjelasan dari Bu Baiti, menurutnya “tabungan *mudharabah* dirinya tidak mengerti sama sekali, karena tabungan yang dipakai adalah tabungan titipan *Wadiah*” .²¹

Ada juga nasabah yang tidak mengetahui maksud tabungan *mudharabah* mereka hanya bisa menjelaskan bahwa uang yang mereka tabung disini akan dijalankan sesuai syariat islam dengan kata lain mereka telah menerapkan praktik halal sesuai yang disyariatkan oleh Islam.²²

Dari penjelasan para informen bahwa minim sekali atas pengetahuan dan fasilitas yang di dapati mereka, hal ini seharusnya pihak bank membuat rumusan bagai mana agar nasbah dan masyarakat tidak buta pengetahuan tentang produk-produk BRI syariah,

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Pak Kamal, dirinya mengatakan “bahwa tabungan deposito *Mudharabah* yang saya tahu

²⁰ Hen Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

²¹ Baiti Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 26 Juni 2015

²² Anasrullah Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 26 Juni 2015

menyimpan uang di bank dengan sistem bagi hasil kalau ada keuntungannya”.²³

Berbeda pengetahuannya dengan Pak Kamal, Pak Ismail mengatakan bahwa “tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang halal dan cocok untuk umat Islam tidak terkecuali nonmuslim. Kelebihan dan kekurangan tabungan deposito *mudharabah*, kelebihan adalah uang yang kita tabung/investasi nanti akan mendapatkan keuntungan berupa bagi hasil. Kekurangannya adalah berupa potongan biaya administrasi yang akan dikenakan setiap bulannya.”²⁴

Pak Ismail di atas bisa menjelaskan mengenai produk tabungan deposito *mudharabah* karena beliau sebelumnya telah membuka tabungan deposito *mudharabah* di bank BRI Syari’ah dan dia sudah memahami betul tentang produk di BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu baik akadnya maupun sistem pembagiannya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan, penulis memperoleh beberapa pengetahuan nasabah Bank BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, Diantaranya adalah bahwa banyak dari nasabah yang tidak mengerti secara pasti tentang produk tabungan deposito *mudharabah*. Hal ini mungkin memang keterbatasan mereka akan pengetahuan serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan dari

²³Kamal Nasabah BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

²⁴Ismail Nasabah BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

praktisi perbankan maupun dari media-media promosi seperti televisi, media cetak serta media sosial.

Bank BRI Syari'ah dianggap seperti bank-bank pada umumnya, hal ini tidak terlepas dari akibat kurangnya pemahaman dari masyarakat serta minimnya edukasi yang dilakukan pihak perbankan syariah mengenai konsep baru ini yang diaplikasikan di dunia perbankan. Kurangnya pemahaman serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan memberikan pemahaman yang berbeda mengenai produk bank syariah pada umumnya dan produk tabungan pada khususnya. Nasabah menganggap kurangnya edukasi yang diberikan oleh praktisi perbankan syariah yang mengakibatkan kurangnya pengetahuan oleh masyarakat.

Meskipun informan sudah menjadi nasabah dan pengguna dari salah satu produk tabungan yang ada di BRI syariah namun mereka masih minim akan pengetahuan tentang produk-prduk lain yang ada di BRI syariah terutama produk deposito *mudharabah*.

Sebab dalam sebuah proses pengetahuan itu hal yang mutlak untuk berkembangnya suatu prusahaan, seperti yang diungkapkan oleh Jalaludin Rakhmat adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.²⁵ Jadi media promosi dan iklan inilah objek yang akan diamati, sehingga calon nasabah bisa menangkap

²⁵ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal.51

pesan dan menyimpulkannya hingga mendapat pengetahuan yang pasti terhadap suatu produk, dalam hal ini adalah produk tabungan deposito *mudharabah*.

Bapak kamal menyatakan bahwa produk tabungan deposito *mudharabah* sudah sesuai dengan syariah karena tidak ada unsur bunga atau pun riba, erbankan syariah menggunakan akad yang sesuai hukum Islam, sehingga produk ini sudah sesuai dengan keinginan nasabah yang menginginkan sebuah produk halal dan sesuai syariat Islam.²⁶

Selain itu, perspektif nasabah tentang produk tabungan ini memunculkan sebuah kelebihan jika dibandingkan dengan produk tabungan bank konvensional. Nasabah cenderung memilih sebuah produk memiliki nilai lebih selain pada poin kehalalan (syariah), nasabah juga mempertimbangkan pada poin tabungan tanpa potongan dan juga tabungan dengan biaya murah, yang mana ini merupakan kelebihan dari produk tabungan dengan akad *mudharabah* Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

b. Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Adanya keinginan nasabah untuk memanfaatkan layanan jasa suatu bank berarti bahwa layanan yang diberikan oleh bank tersebut mampu memenuhi kebutuhan mereka dan seterusnya membentuk kepercayaan sehingga mereka tidak mau berpindah ke bank lain.

²⁶Kamal Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

Sebaliknya keinginan nasabah untuk mencari layanan jasa perbankan dari bank lain, mengindikasikan nasabah tersebut memiliki persepsi bahwa kualitas pelayanan bank yang sudah mereka memanfaatkan belum mampu memenuhi harapan sehingga kepercayaan terhadap bank tersebut sangat rendah. Sehingga jelaslah bahwa baik buruknya kualitas pelayanan suatu bank dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah bank tersebut, dan kepercayaan nasabah merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap lembaga perbankan.

BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu sebagai salah satu perusahaan jasa perbankan di Provinsi Bengkulu tentunya juga memiliki kepentingan terhadap kepercayaan nasabah. Upaya untuk meningkatkan kepercayaan nasabah tidak hanya dilakukan melalui upaya manajemen bank untuk menepati janjinya kepada nasabah dalam bentuk pemberian hadiah undian, dukungan terhadap kegiatan sosial masyarakat dan lain sebagainya. Akan tetapi juga diwujudkan dalam bentuk perbaikan kualitas pelayanan secara terus menerus.

Wujud nyata adanya perbaikan kualitas pelayanan tidak hanya dapat dilihat dari semakin banyaknya kantor cabang pembantu, fasilitas ATM, dan hal-hal yang berkaitan dengan dimensi wujud fisik (*tangible*) lainnya. Akan tetapi juga wujud dalam bentuk adanya pelayanan yang lebih baik. Kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan yang didukung oleh karyawan profesional terutama bagian teller membuat BRI Syari'ah KCP Panorama Bengkulu sudah mendapat

tempat tersendiri di hati masyarakat Bengkulu. Sehingga saat ini bank tersebut memiliki pelayanan yang tidak kalah baiknya bila dibandingkan dengan pelayanan Bank Umum konvensional maupun Bank Swasta Nasional lainnya yang ada di Kota Bengkulu.

Produk perbankan yang ditawarkan kepada nasabah, secara garis besar terdiri dari produk perbankan berupa deposito *mudharabah* merupakan produk simpanan investasi berbentuk deposito berjangka dengan masa waktu yang berbeda seperti deposito 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan deposito 1 tahun. Besarnya tingkat keuntungan yang ditawarkan oleh BRI Syari'ah KCP Panorama Bengkulu kepada nasabah deposito juga tidak jauh berbeda dengan tingkat suku bunga deposito yang ditawarkan oleh bank lain²⁷.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ismail Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Bengkulu diketahui bahwa dia cukup memiliki kepercayaan terhadap bank tersebut. Hal ini didasarkan pada alasan bahwa saat ini kualitas pelayanan bank tersebut tidak kalah baiknya dengan kualitas pelayanan bank lain di Kota Bengkulu. Hal itu juga dapat membuat nasabah menjadi lebih nyaman menjadi memanfaatkan layanan bank tersebut²⁸.

Kecenderungan nasabah untuk memilih layanan jasa dari suatu bank, tentunya tidak terlepas dari kepercayaan mereka terhadap bank

²⁷Ahmad Azhari Branch operational supervisor BRI Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

²⁸Ismail Nasabah BRI Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

tersebut. Sedangkan kepercayaan seorang nasabah terhadap bank tidak terlepas dari baik buruknya penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan yang mereka rasakan ketika memanfaatkan layanan jasa yang diberikan oleh bank. Seperti dikemukakan ibu santi Nasabah BRI syariah KCP Panorama Kota Bengkulu bahwa pada dasarnya kepercayaan nasabah terhadap suatu bank ditimbulkan oleh adanya kepuasan terhadap pelayanan yang mereka terima”.²⁹

Kepercayaan seseorang akan suatu obyek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Kepercayaan dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Proses tersebut bisa berasal dari diri individu maupun dari luar. Tidak terkecuali kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan deposito *mudharabah* di Bank BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

Nasabah BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu dalam menentukan kepercayaannya terhadap produk tabungan deposito *mudharabah* ini berbeda-beda antara nasabah satu dengan nasabah yang lainya. Pada dasarnya mereka memiliki perbedaaan motif tertentu antara satu sama lainya, sehingga mempengaruhi kepercayaan mereka kepada produk tabungan deposito *mudharabah* di Bank BRI Syari’ah KCP Panorama Kota Bengkulu.

²⁹ Santi Nasabah BRI Syariah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 25 Juni 2015

Menurut Pak Boni Andiko seorang wiraswasta nasabah yang loyal terhadap bank syariah, Sebelumnya dia adalah nasabah dari Bank Muamalat Syariah namun sudah 4 tahun ini menjadi nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, hal ini dikarenakan para relasi bisnisnya menggunakan BRI Syariah untuk kemudahan. Selain itu, dirinya percaya dengan prosedur dan mekanisme yang dijalankan oleh perbankan syariah ini sudah sesuai dengan syariat Islam. Itulah alasan mengapa loyal terhadap bank syariah, khususnya BRI Syariah.³⁰

Lebih lanjut menurut Pak Sudarsono, bahwa dirinya berminat terhadap produk tabungan BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu adalah karena ingin memiliki produk tabungan yang syariah. Dan juga karena ingin uang yang disimpan di bank itu halal.³¹

Sedangkan Bu Rudiayah Anggraeni, dirinya menjadi nasabah di Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu adalah karena diberitahu oleh temannya yang juga seorang nasabah BRI Syariah. Dirinya mengaku tidak mengerti sama sekali dengan istilah-istilah akad yang dipakai dalam bank syariah, yang ia tahu dari temannya adalah bahwa tabungan tidak dikenakan potongan dan biayanya juga murah.³²

³⁰ Boni Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 26 Juni 2015

³¹ Sudarsono Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 29 Juni 2015

³² Rudiayah Anggraeni Nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 29 Juni 2015

Hal tersebut ditegaskan oleh Defi bahwa berkaitan dengan kepercayaan terhadap tabungan deposito mudharabah, bahwa setiap calon nasabah yang akan membuat tabungan di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu rata-rata sebelumnya tidak mengetahui spesifikasi dari masing-masing produk tabungan, yang mereka tahu bahwa bank syariah itu halal. Namun ada juga calon nasabah BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu yang sebelumnya sudah mengetahui spesifikasi masing-masing produk BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, hal ini dikarenakan mereka sebelumnya adalah nasabah dari bank syariah lain jadi secara tidak langsung mereka sudah mengetahui seluk-beluk dari masing-masing produk, sehingga ketika membuka tabungan, si calon nasabah sudah memiliki pilihan sendiri tentang tabungan dengan akad manakah yang akan mereka ambil³³. Jadi tanpa harus terlebih dahulu CS (*Customer Service*) menjelaskan masing-masing produk.

Ketika calon nasabah benar-benar tidak mengetahui sama sekali mengenai produk BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu selain kehalalan, maka sudah tugas CS untuk menjelaskannya secara detail, sehingga calon nasabah bisa menentukan pilihan tabungan dengan akad apakah yang akan mereka ambil. Namun meskipun CS sudah menjelaskan dengan detail, tetapi ada saja calon nasabah yang masih bingung menentukan pilihan, maka CS akan menuntun pelan-

³³Defi Coustomer service Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 26 Juni 2015

pelan sesuai keinginan si calon nasabah, dengan cara menggali kebutuhan utama dan karakteristik calon nasabah.³⁴

Kepercayaan dan ketertarikan masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah adalah pengetahuan nasabah tentang bank syariah, adanya organisasi penjamin pelaksanaan kegiatan bank syariah, konsekuensi terhadap perjanjian, kehalalan investasi yang dilakukan bank syariah, penyelesaian masalah antara nasabah dengan bank syariah, pelayanan dan integritas pegawai bank syariah, prinsip titipan atau simpanan, prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip akad sewa dan ketertarikan terhadap bank syariah itu sendiri.

Namun sebenarnya, BRI Syariah masih kurang dalam memperkenalkan produknya. Sehingga produk-produknya kurang tersosialisasi kepada masyarakat luas. Kurangnya pemasaran mengakibatkan masyarakat sulit untuk mendapatkan produk-produk perbankan syariah dalam hal ini produk-produk penghimpunan dana (*funding*) perbankan syariah. Kurangnya promosi mengakibatkan informasi yang dibutuhkan masyarakat mengenai produk-produk penghimpunan dana perbankan syariah tidak sempurna, sehingga mengurangi minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk penghimpunan dana perbankan syariah. Selain itu, kurangnya sosialisasi membuat pemahaman masyarakat akan produk-produk perbankan syariah menjadi baur. Sehingga kepercayaan masyarakat

³⁴ Ahmad Azhari Branch Operasional supervisor Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, *Wawancara*, tanggal 26 Juni 2015

(calon nasabah) akan perbankan syariah secara keseluruhan tidak sempurna bahkan tidak ada sama sekali sehingga kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk-produk penghimpunan dana perbankan syariah.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan terdapat tiga faktor utama yang mampu mempengaruhi ketertarikan nasabah terhadap bank syariah, yaitu prinsip kinerja bank syariah, pelayanan bank syariah dan kehalalan. Secara garis besar, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa faktor-faktor pendorong masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah tak terkecuali di Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu antara lain:

- a. Sesuai dengan prinsip syariah, baik dari akad, produk-produk yang ditawarkan, sampai kepada penyaluran pada bidang pembiayaan.
- b. Sistem yang lebih adil dan menentramkan bagi umat.
- c. Terbukti tidak rentan oleh krisis.
- d. Memiliki payung hukum perundang-undangan.

Selain itu, kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan deposito *mudharabah* di Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu adalah karena nilai Islam yang terdapat pada Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu dan dalam aplikasinya serta produk-produk yang ditawarkan telah sepenuhnya mengadopsi nilai-nilai Islam. Hal ini menjadi nilai plus dari sebuah lembaga Bank BRI

Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu, sebab mayoritas penduduk Bengkulu adalah beragama Islam. Jadi kehalalan adalah salah satu motif nasabah memilih tabungan deposito mudharabah, karena produk tabungan BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu dalam aplikasinya sudah sesuai dengan syariah Islam.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito *mudharabah* di BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu dapat penulis simpulkan bahwa faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah ada dua, yaitu:

1. Faktor internal, yang terdiri dari :
 - a. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu masih kurang kreatif dan juga belum sepenuhnya memahami istilah bahasa mau pun sistem produk- produk nya, oleh sebab itu perlu mendapat pelatihan dan pendidikan yang berbasis syari'ah,
 - b. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu secara berkelanjutan atau kontinu, sehingga nasabah banyak yang belum mengenal tentang produk deposito *mudharabah* dan mengakibatkan minat nasabah tidak ada.
 - c. Sarana dan prasarana masih kurang sehingga menyebabkan Karyawan belum sepenuhnya melaksanakan tugasnya dengan cepat dan tepat dalam melayani nasabah (Pelayanan).

2. Faktor Eksternal, terdiri dari:
 - a. Tingkat pengetahuan masyarakat, masih kurang karena banyak dari nasabah yang tidak mengerti secara pasti tentang produk tabungan deposito *mudharabah*. Hal ini karena memang keterbatasan mereka akan pengetahuan serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan dari praktisi perbankan maupun dari media-media promosi seperti televisi, media cetak serta media sosial.
 - b. Tingkat kepercayaan masyarakat masih belum percaya sepenuhnya, karena belum ada informasi atau bukti hasil yang otentik dari teman atau saudaranya mengenai produk deposito *mudharabah*.

B. Saran

1. BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu diharapkan meningkatkan profesionalismenya baik dari SDM yang ada maupun sarana dan prasarana pendukung lainnya yang berlandaskan ketentuan syari'ah. Karena hal ini merupakan salah satu cara untuk dapat menarik minat nasabah dalam membeli produk yang ditawarkan oleh pihak bank.
2. Mengingat masih rendahnya pengetahuan dan kepercayaan masyarakat terhadap BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu hendaknya BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu dapat meningkatkan kecepatan pelayanan, menanyakan keperluan nasabah, pendirian ATM diseluruh kabupaten dan kotamadya, dan kotak saran difungsikan dan ditindak lanjuti untuk perbaikan pelayanan.

3. Hendaknya BRI Syari'ah KCP Panorama Kota Bengkulu melakukan promosi untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan agar dapat menarik minat nasabah atau calon nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan dengan system bagi hasil dengan melibatkan media baik itu media cetak atau maupun elektronik harus lebih gencar lagi. Dapat juga melakukan penyebaran brosur yang menyertakan informasi prosentase nisbah dengan cara membuat tenan di pasar panorama maupun di pasar minggu, presentasi ke kampus-kampus atau instansi dan pemasangan spanduk di lokasi yang strategis. Sehingga informasi yang disampaikan dapat sampai pada semua lapisan masyarakat dan seluruh daerah yang ada di kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Depag RI, 2000.
- A. Kadir. *Hukum Bisnis Syari'ah dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Sinat Grafika , 2010.
- Abdul Ghafur Anshori, *Pembentukan Bank Syari'a Melalui Akuisisi dan Konversi*, Yogyakarta: UII Press, 2010.
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid 1, Yogyakarta: PT dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Baharuddin dan Wahyuni, Esa Nur. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2007.
- Cholid Nurbuko, dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Dep P dan K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Depag RI, 2004. *Motivasi dan Etos Kerja*. Jakarta: Proyek Pembinaan Calon Tenaga Kependidikan.
- Djaslin Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank Mandiri Maju*, Jakarta: CV Rajawali, 2001.
- Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Khotibul Umam, *Trend Pembentukan Bank Syariah*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, 2009.
- M. Nur Rainto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan, 2005.
- Mardalis Kartini. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Muhammad Ghofur W. *Potret Bank Syari'ah Terkini*, Yogyakarta: Biruni Press, 2007.

- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariah*. Yogyakarta, BPFE, 2005.
- Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suyono, *Konsep Bank Syari'ah*. www.Tempointeraktif.com, diakses pada tanggal 12 Desember 2014 pukul. 21.30 Wib
- Ust Bey Arifin, dkk, *Sunan Abi Dawud*, Semarang: CV Asy Syifa, 1992.
- Winkel, WS. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia, 2003.
- Yeni Salma Barlinti, *Kedudukan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional dalam Sistem Hukum Nasioal di Indonesia*, Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2010.

Lamiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Penulis

Nama: RENO WAHYUDI

NIM: 2113618114

Judul: Faktor-Faktor Yang menyebabkan kurangnya Minat Nasabah untuk Membeli Produk Deposito Mudharabah BRI Syariah Kcp Panorama Kota Bengkulu

B. Data responden

Nama :

Jenis kelamin :

pendidikan :

C. Pertanyaan

A. internal

1. Apa latar belakang pendidikan anda?
2. Apakah sebelumnya anda sudah pernah bekerja ditempat lain?
3. Sudah berapa lama anda menjadi karyawan bri syariah kcp panorama bengkulu?
4. Apakah anda mengetahui secara umum produk deposito *mudharabah* bri syariah?
5. Apa yang menyebabkan kurangnya minat nasabah untuk membeli produk deposito *mudharabah* di bri syariah?
6. Seperti apa jenis promosi yang dilakukan di bri syariah?
7. Seberapa sering promosi yang dilakukan oleh bri syariah?
8. Kendala apa saja yang ditemukan dalam promosi?
9. Fasilitas apa saja yang diberikan kepada nasabah yang membeli produk deposito *mudharabah*?
10. Adakah bonus-bonus lain selain dari nisbah bagi hasil yang di berikan kepada nasabah deposito *mudharabah*?
11. Apakah kantor bri syariah terletak di tempat strategis?
12. Berapa dana yang harus dipersiapkan oleh nasabah untuk dapat membeli produk deposito mudharabah tersebut?

13. Dalam promosi apakah Bank BRI syariah sering melibatkan aparatur pemerintahan atau perguruan tinggi?

B. Eksternal

1. Apa yang anda ketahui tentang prinsip Bank syariah?
2. Apakah anda mengetahui produk-produk di Bank BRI syariah?

14. Apa yang anda ketahui tentang Bank BRI syri'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu?
3. Anda berminat menabung di Bank BRI Syari'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu karena informasi produk yang ditawarkan sesuai dengan syariat Islam?
4. Anda berminat menabung di BRI Syari'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu karena hasil investasi non bunga?
5. Anda berminat menabung di BRI Syari'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu karena jaminan keamanan terhadap uang yang anda simpan?
6. Anda berminat menabung di BRI Syari'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu karena pelayanan yang baik?
7. Anda berminat menabung di BRI Syari'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu karena perhatian bank terhadap pengembangan ekonomi umat?
8. Apa anda mengetahui produk apa saja yang ada di BRI Syari'ah Kcp Panorama Bengkulu?
9. Apa yang anda ketahui dengan produk tabungan mudharabah?
10. Apakah anda mengetahui proses pembagian pada tabungan mudharabah?

Demikianlah pedoman wawancara dalam penelitian ini yang berjudul faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Membeli Produk Mudharabah BRI Syari'ah Kcp Panorama Kota Bengkulu.

Bengkulu, 05 juni 2015

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

Yusmita, M.AgIdwal B, MA
NIP.197106241998032001

NIP.198307092009121005

Lampiran 3**DATA INFORMAN**

no	NAMA	JENIS KELAMAIN	PEKERJAAN	PENDIDIKAN	KET
1	Ahmad Azhari	Laki-laki	Pegawai Bank BRI syariah	S1	Branch Operational supervisor
2	Defi	Perempuan	Pegawai Bank BRI syariah	S1	Costemer service
3	Santo	Laki-Laki	Pegawai Bank BRI syariah	S1	Acount Officer
4	Feri	Laki-laki	wiraswasta	Smk	Nasabah
5	Malah	perempuan	Pedagang	SD	Nasabah
6	Darul	Laki-laki	pedagang	SMA	Nasabah
7	Arofik	Laki-Laki	wiraswasta	SMA	Nasabah
8	Hen	Laki-laki	wiraswasta	SMP	Nasabah
9	Baiti	perempuan	wiraswasta	SMA	Nasabah
10	Ansarullah	Laki-laki	PNS	SMA	Nasabah
11	Kamal	Laki-laki	pedagang	SMA	Nasabah
12	Ismail	Laki-laki	wiraswasta	S1	Nasabah
13	Santi	perempuan	pedagang	SMA	Nasabah
14	Boni	Laki-Laki	pedagang	SMK	Nasabah
15	Sudarsono	Laki-Laki	wiraswasta	S1	Nasabah
16	Rudiyah anggraeni	Perempuan	wiraswasta	SMA	Nasabah