

**ANALISIS KOMPARASI MINAT NASABAH BMT SEGMENTASI  
KAMPUS DAN BMT NON SEGMENTASI KAMPUS  
PERIODE 2015-2016**

(Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

**OLEH :**

**YENNI SARTIKA**  
**NIM. 1316140484**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
TAHUN, 2017 M/ 1438 H**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi yang berjudul “Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus Dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Diskripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis ataupun yang dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicatumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebut nama pengarangnya dan dicatumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2017 M  
Syawal 1438 H

Saya yang menyatakan



Yenni Sartika  
1316140484



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh: **Yenni Sartika, NIM 1316140484** dengan judul:

**"Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi kampus dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah**

**IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)"; Program Studi**

**Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan Pembimbing

II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang

Munaqasyah Skripsi Fakultas dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Bengkulu.

Bengkulu, 20 Juli 2017 M

26 Syawal 1438 H

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Nurul Hak, MA**

**Miti Yarmunida, M.Ag**

NIP. 196606161995031002

NIP. 197705052007102002



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul: **“Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus Dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT J-Risma Cabang Bengkulu)”**, oleh: **Yenni Sartika, NIM. 131-614-0484**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Juli 2017 M / 03 Dzulkaidah 1438 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dan diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).

Bengkulu, 02 Agustus 2017 M  
09 Dzulkaidah 1438 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

Kesekretaris

Sekretaris

**Drs. Narul Hak, MA**  
NIP. 196606161995031002

**Nilda Susilawati, M.Ag**  
NIP. 1979005202007102003

Penguji I

Penguji II

**Drs. H. Khairuddin, M.Ag**  
NIP. 196311141993031002

**Yunida Een Fryanti, M. Si**  
NIP. 198106122015032003



# MOTTO

“Bermimpilah sebanyak mungkin walau kita belum yakin akan mimpi itu, karena salah satu dari mimpi itu akan terwujud suatu saat nanti jika kita bersungguh-sungguh meraihnya”

“Nikmatilah prosesmu, karena sesungguhnya proses itu tidak akan mengkhianati hasil kerja kerasmu sendiri”

“Tidak ada kesuksesan tanpa adanya usaha keras.”

Jika Anda Memiliki Keberanian Untuk Memulai,  
Anda juga harus memiliki Keberanian Untuk Sukses”

# PERSEMBAHAN

*Puji dan Syukur KEPADAMU Ya Allah Atas limpahan Rahmat dan Karunia-MU telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu, memperkenalkanku dengan kasih sayang dan cinta atas segala kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Ku persembahkan skripsi ini sebagai rasa cinta kasih serta ucapan terimakasih kepada:*

- ❖ Ibuku (Suhaima) dan ayahku (Mat Yakin) tercinta yang telah memberikan materi, motivasi serta doa untukku.
- ❖ Adik-adikku (Mega Selpia dan Diah Annisa Muharani) serta Ayukku tersayang (Junita Sari) yang selalu memberiku dukungan dan do'a.
- ❖ Dosen Pembimbing skripsiku Bapak Drs. Nurul Hak, MA dan Ibu Miti Yarmunida, M.Ag yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
- ❖ Para Deasani Marviliza, Dewi Puspita Sari, Ayu R, Lisa M.P, Martina KK, Mevi G, Meli S, dan Reza A, yang telah memberikan support yang luar biasa.
- ❖ Para Cans GIS BEI IAIN Bengkulu, Dwi Ayu, Ririn Cicing C, Ni'amillah Sari, yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi.
- ❖ Sahabat dan Teman dekatku Podi Sastra Pramana Putra yang telah membantu memberikan dorongan dan semangat.

## ABSTRAK

**Yenni Sartika NIM: 131 614 0484 yang berjudul “Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)”.**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan Minat Nasabah BMT A-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu dan untuk mengetahui serta menganalisa faktor-faktor apa yang mendorong Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik *interview*/wawancara kepada nasabah dari kedua BMT tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah dari kedua BMT tersebut memiliki minat nasabah yang berbeda. Dimana pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dominan diminati oleh nasabah yang berprofesi sebagai dosen dan mahasiswa karena lokasinya berada didalam kampus IAIN Bengkulu. Sedangkan pada BMT L-Risma Cabang Bengkulu dominan diminati oleh nasabah yang berprofesi sebagai Pedagang dikarenakan lokasinya berada diluar kampus/ berdekatan dengan pasar. Adapun faktor yang mendorong minat nasabah dari kedua BMT tersebut yaitu dorongan dari dalam diri individu, ajakan teman, ajakan dari *marketing*. Menurut penulis ada 2 faktor yang mendorong minat yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor ajakan teman termasuk kedalam faktor eksternal. Faktor eksternal ini adalah faktor yang paling mendorong minat nasabah menjadi anggota BMT tersebut.

*Kata Kunci: Minat, Nasabah, BMT Al-Muawanah, BMT L-Risma*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi Dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah Iain Bengkulu Dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Amin

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, Kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Plt. Rektor IAIN Bengkulu.
2. Plt. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Idwal, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Drs. Nurul Hak, MA selaku pembimbing I, dan Miti Yarmunida, M.Ag selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tuaku Suhaima dan Mat Yakin yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekeurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya kedepan.

Bengkulu, Juli 2017 M  
Syawal 1438 H

Yenni Sartika  
NIM 1316140484

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan penelitian .....	6
E. Penelitian Terdahulu.....	7
F. Metode Penelitian.....	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	11
2. Tempat Penelitian .....	12
3. Subjek/Informan Penelitian .....	12
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	13
5. Teknik Analisis Data .....	15

### BAB II : KAJIAN TEORI

A. Minat	
1. Pengertian Minat.....	14
a. Pengertian Minat .....	16
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	18
c. Macam-macam Minat .....	20
B. Pengertian Nasabah .....	21
C. Tinjauan Umum Tentang BMT	
1. Pengertian BMT.....	22
2. Prinsip-Prinsip Utama BMT .....	24
3. Tujuan BMT .....	24
4. Kegiatan Usaha BMT .....	25
D. Teori Konsumsi dalam Perspektif Islam	
1. Pengertian dan Konsep dasar Konsumsi .....	26
2. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam .....	27
E. Pemasaran	

1. Pengertian Pemasaran.....	30
2. Manajemen Pemasaran.....	30
3. Segmentasi Pasar.....	32
F. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	33
2. Strategi Bauran Pemasaran.....	34

### **BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu	
1. Profil BMT AL-Muawanah.....	36
2. Keunggulan BMT Al-Muawanah.....	38
3. Visi dan Misi BMT Al-Muawanah.....	39
4. Produk BMT Al-Muawanah.....	39
5. Pengurus BMT Al-Muawanah.....	43
6. Strategi Pemasaran BMT Al-Muawanah.....	44
7. Tahapan Pengembangan BMT Al-Muawanah....	45
B. BMT L-Risma Cabang Bengkulu	
1. Profil BMT L-Risma.....	45
2. Visi dan Misi BMT L-Risma.....	46
3. Produk BMT L-Risma.....	47
4. Struktur Organisasi BMT L-Risma.....	57
5. Strategi Pemasaran BMT L-Risma.....	58

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Perbedaan Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu.....	59
B. Faktor-faktor yang Mendorong Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu.....	66

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah BMT Periode 2016 .....	4
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	56
Tabel 4.2	Perkembangan Jumlah Nasabah BMT .....	59
Tabel 4.3	Perkembangan Jumlah Nasabah BMT.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Struktur Organisasi BMT Al-Muawanah.....	40
Gambar 3.2	Grafik Neraca BMT Al-Muawanah .....	42
Gambar 3.3	Struktur Organisasi BMT L-Risma.....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Bukti ACC Judul Skripsi
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Bukti Menghadiri Sidang Munaqosyah
- Lampiran 4 : Surat Penunjukkan Pembimbing
- Lampiran 5 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Izin penelitian Pendahuluan
- Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian dari Kampus
- Lampiran 8 : Surat Rekomendasi Penelitian dari DPMPTSP Provinsi
- Lampiran 9 : Surat Izin Penelitian dari DPMPTSP Kota
- Lampiran 10 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Selesai Penelitian dari BMT Al-Muawanah
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Selesai Penelitian dari BMT L-Risma
- Lampiran 13 : Foto-foto hasil Penelitian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan lembaga keuangan mempunyai peranan penting terhadap perkembangan perekonomian suatu negara. Posisi lembaga keuangan sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian, sehingga tidak ada satu negara yang hidup tanpa mengenal lembaga keuangan. Lembaga keuangan dapat dipisahkan kedalam dua golongan, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Pada dasarnya lembaga keuangan ini mempunyai peranan sebagai perantara antara masyarakat mempunyai kelebihan uang dan masyarakat yang kekurangan uang atau disebut *financial intermediary*.<sup>1</sup>

BMT merupakan lembaga keuangan swasta yang modal sepenuhnya bersumber dari masyarakat. Lembaga ini tidak mendapat subsidi sedikitpun dari pemerintah. Jadi keberadaannya setingkat dengan koperasi yang dalam mengoperasikannya berprinsip syariah. Praktek lembaga keuangan syariah di Indonesia tergolong relative baru. Pada tahap pertama berdiri bank Islam. Pada tahap berikutnya bermunculan lembaga keuangan bukan bank yang mengadopsi prinsip bagi hasil yaitu BMT.

*Baitul Maal wat Tamwil* diartikan sebagai suatu badan atau instansi keuangan yang memadukan fungsi *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-

---

<sup>1</sup>Muhamad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Pres, 2000), h. 121.

profit, seperti *zakat*, *infaq* dan *shadaqah*. Sedangkan *Baitut Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Dari penggabungan keduanya, BMT mempunyai fungsi ganda yaitu fungsi sosial dan fungsi usaha. BMT menggunakan badan hukum koperasi dan sering dengan koperasi jasa keuangan syariah (KJKS).<sup>2</sup>

BMT sebenarnya adalah lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal karena lembaga keuangan ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.<sup>3</sup>

Mengingat keadaan demografis di Indonesia dimana masih banyak penduduk yang tinggal dipedesaan dan menjadi pedagang kecil, keberadaan BMT terasa sangat penting. Dengan adanya BMT ini diharapkan dapat membantu para pedagang kecil dalam mengatasi masalah permodalan mereka. Karena modal menjadi salah satu pokok permasalahan dalam semua jenis usaha. Begitu juga dengan para pedagang kecil yang kebanyakan tinggal didesa dan tergolong ekonomi lemah.

BMT mempunyai dua fungsi, yaitu mengumpulkan dana dan menyalurkan dana. Penyaluran dana yang dilakukan oleh BMT adalah pemberian biaya kepada debitur yang membutuhkan, baik untuk modal usaha maupun konsumsi kegiatan. Pembiayaan merupakan penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara

---

<sup>2</sup>Kautsar Riza Salman, *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*, (Jakarta: Akademia Permata, 2012), h. 10.

<sup>3</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 456.

BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi utangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu.

Pemilahan dan pemilihan sasaran utama pelayanan oleh BMT adalah sebuah syarat mutlak kesuksesan usahanya. Hampir bisa dipastikan, BMT yang sukses adalah BMT yang berani memilih segmennya dengan cerdas, berani dan fokus.

Di Bengkulu terdapat BMT yang pendiriannya dari pihak kampus yaitu BMT Al-Muawanah yang berlokasi di kampus IAIN Bengkulu. Dalam hal ini BMT Al-Muawanah awalnya didirikan dengan tujuan untuk memanfaatkan peluang yang ada pada masyarakat kampus yang diantaranya dosen dan mahasiswa. Dengan begitu BMT yang bersegmentasi kampus ini juga dapat memberikan bantuan bagi dosen yang membutuhkan masalah pendanaan. Namun demikian BMT segmentasi kampus ini bukan hanya dibuka untuk masyarakat dilokasi kampus IAIN saja tetapi BMT Al-Muawanah ini juga terbuka untuk umum. Dengan begitu BMT yang bersegmentasi kampus memang memiliki keunggulan karena BMT Al-Muawanah yang didirikan dilokasi kampus ini bukan hanya memanfaatkan peluang pada masyarakat kampus saja tetapi juga masyarakat umum.

Kemudian ada BMT L-Risma yang merupakan BMT non segmentasi kampus. Kehadiran BMT L-Risma ditengah-tengah masyarakat diharapkan dapat menjadi mediator antara pemilik modal dan anggotanya yang membutuhkan modal usaha, BMT L-Risma merupakan lembaga keuangan syariah yang berkantor pusat di Lampung Timur yang berdiri pada tahun 2009 dan memiliki kantor cabang di kota Bengkulu. BMT L-Risma memiliki

produk pembiayaan unggulan seperti pembiayaan *musyarakah*, Pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *ijarah* serta pembiayaan *salam*. BMT ini tentu saja juga memiliki keunggulan tersendiri bahwa BMT tersebut sudah banyak diketahui oleh masyarakat umum, lokasi tempat juga strategis. Dengan begitu kedua BMT tersebut sebenarnya sama-sama memiliki keunggulan masing-masing, baik dari sektor *lending* maupun *funding*.

Berdasarkan informasi yang diterima dari survei awal dengan mewawancarai seorang karyawan yang berkerja dibidang *Customer Service* dari BMT AL-Muawanah IAIN Bengkulu yang bernama Tiya yang menyatakan bahwa BMT Al-Muawanah berdiri pada tahun 2013.<sup>4</sup> Sedangkan BMT L-Risma berdiri pada tahun 2015 dengan mewawancarai seorang karyawan yang berkerja dibidang *Customer Service* yang bernama Moni.<sup>5</sup> Sedangkan jumlah nasabah pada masing-masing BMT tersebut sesuai dengan hasil survei awal dapat dilihat tabel 1.1 berikut:

No	Nama BMT	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	BMT Al-Muawanah	2016	448 Anggota
2.	BMT L-Risma	2016	257 Anggota

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa antara BMT AL-Muawanah dan BMT L Risma memiliki jumlah nasabah yang berbeda. Dimana BMT AL-Muawanah lebih unggul jumlah nasabahnya dibandingkan dengan BMT L-

---

<sup>4</sup>Tiya, Karyawan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>5</sup>Moni, Karyawan BMT L-Risma Cabang Bengkulu, *Wawancara*, 26 April 2017.

Risma sangat ketinggalan jauh dilihat dari segi jumlah nasabahnya. Kedua BMT tersebut memang memiliki segmentasi yang berbeda, namun walaupun berbeda segmentasi kedua BMT tersebut memiliki keunggulan masing-masing. Tetapi kenapa salah satu BMT tersebut ada yang tidak mendapatkan hasil yang maksimal dilihat dari peningkatan jumlah nasabahnya. Dari hasil survei tersebut penulis tertarik untuk mengangkat judul **Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu).**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan tadi maka permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah Ada Perbedaan Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu) ?
2. Faktor-faktor Apa yang Mendorong Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Perbedaan Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)?

2. Untuk Mengetahui Faktor-faktor Yang Mendorong Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu?

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa IAIN Bengkulu.
- b. Sebagai bahan acuan untuk penelitian mahasiswa.

##### **2. Kegunaan Praktis**

- a. Hasil ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu maupun BMT L-Risma Cabang Bengkulu dalam meningkatkan kinerjanya melalui minat nasabahnya.
- b. Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak BMT untuk mengambil kebijakan dalam menentukan segmentasi BMT.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam studi literatur ini, penyusun mencantumkan penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penyusun. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki korelasi dengan penelitian yang akan penyusun buat yaitu:

Yuldi Arisandi melakukan penelitian dengan judul “Minat Masyarakat Kelurahan Semarang Kota Bengkulu terhadap Asuransi Syariah”.<sup>6</sup> Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data

---

<sup>6</sup> Yuldi Arisandi, Minat Masyarakat Kelurahan Semarang Kota Bengkulu terhadap Asuransi Syariah, *Skripsi*, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2016).

pada penelitian ini yaitu observasi, angket, dan metode dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat kelurahan Semarang kota Bengkulu terhadap asuransi syariah sebesar 30% responden menyatakan sangat tertarik terhadap asuransi syariah, 51% responden menyatakan tertarik terhadap asuransi syariah, dan 19% responden menyatakan tidak tertarik terhadap asuransi syariah. Adapun faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat kelurahan Semarang kota Bengkulu berminat terhadap asuransi syariah adalah ajakan teman, keinginan sendiri, ajakan dari agen, ajakan dari keluarga atau saudara, dan ajakan dari anak magang. Berdasarkan hasil penelitian tadi bahwasannya berbeda dengan penelitian yang akan penulis teliti. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang dimana objeknya berbeda, jenis penelitiannya, serta periode yang akan penulis teliti, kemudian permasalahan yang ada pada penelitian ini juga berbeda dengan masalah yang ingin penulis teliti, dimana pada penelitian terdahulu membahas masalah minat masyarakat di kelurahan Semarang saja. Sedangkan pada penelitian penulis membahas tentang perbandingan minat nasabah dari satu lembaga dengan lembaga lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fitro, dengan judul “Pandangan Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang Asuransi Jiwa Syariah, 2009”.<sup>7</sup> Penelitian ini mengungkapkan bahwa asuransi syariah sangat berbeda dengan asuransi konvensional, baik itu dilihat

---

<sup>7</sup> Ahmad Fitro, *Pandangan Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang Asuransi Jiwa Syariah*, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2009).

pada segi akad, pelaksanaan, konsep serta prinsip yang digunakan. Alasan yang dominan pada polemik yang terjadi dikalangan ulama adalah menganggap asuransi jiwa syariah bukanlah mendahului takdir, serta dengan akad tabru' maka unsur gharar yang terdapat pada asuransi konvensional sudah tereliminir dosen yang pernah mengajar fikih muamallah atau dosen yang menjadi peserta asuransi lebih memahami tentang asuransi syariah dan asuransi konvensional dari pada dosen yang tidak pernah mengajar fikih muamallah dan tidak menjadi peserta asuransi. Berdasarkan hasil penelitian tadi bahwasannya berbeda dengan penelitian yang akan penulis teliti. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang dimana objeknya berbeda, jenis penelitiannya, serta periode yang akan penulis teliti, kemudian permasalahan yang ada pada penelitian ini juga berbeda dengan masalah yang ingin penulis teliti, dimana pada penelitian terdahulu membahas masalah pandangan dosen terhadap asuransi syariah. Sedangkan pada penelitian penulis membahas tentang perbandingan minat nasabah dari satu lembaga dengan lembaga lain.

Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Septin Nur Wulandari, dengan judul "Pengaruh besaran premi, resiko, klaim, dan akad pada asuransi terhadap minat calon nasabah asuransi syariah", 2013.<sup>8</sup> Penelitian ini mengungkapkan bahwa berdasarkan hasil pengujian statistik dan analisis pembahasan, variabel premi, klaim, resiko, dan akad-akad tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat calon nasabah dalam memilih

---

<sup>8</sup> Septin Nur Wulandari, Pengaruh besaran premi, resiko, klaim, dan akad pada asuransi terhadap minat calon nasabah asuransi syariah, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2013).

produk asuransi. Gabungan variabel independen penelitian ini dapat menjelaskan variabilitas minat calon nasabah sebesar 6,4% pada asuransi konvensional dan 26% pada asuransi syariah. Untuk uji parsial menunjukan bahwa variabel premi, resiko dan akad tidak berpengaruh signifikan terhadap minat calon nasabah dalam memilih produk asuransi syariah atau asuransi konvensional. Berdasarkan hasil penelitian tadi bahwasannya berbeda dengan penelitian yang akan penulis teliti. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang dimana objeknya berbeda, jenis penelitiannya, serta periode yang akan penulis teliti, kemudian permasalahan yang ada pada penelitian ini juga berbeda dengan masalah yang ingin penulis teliti, dimana pada penelitian terdahulu membahas masalah tentang pengaruh besaran premi, resiko dan akad terhadap minat pada asuransi syariah. Sedangkan pada penelitian penulis membahas tentang perbandingan minat nasabah dari satu lembaga dengan lembaga lain.

Dari hasil penelitian terdahulu tersebut jelas berbeda dengan judul dan permasalahan yang akan penulis teliti yaitu tentang **Analisis Komparasi Minat Nasabah BMT Segmentasi Kampus dan BMT Non Segmentasi Kampus Periode 2015-2016 (Studi Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu)**. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat pada objek penelitian, waktu penelitian, dan teknik analisa datanya serta permasalahan yang akan penulis teliti berkaitan dengan segmentasi yang berbeda.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dimana penulis nanti akan mendeskripsikan tentang komparasi minat nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang melakukan penyelidikan terhadap objek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka ataupun ukuran lain yang bersifat *ekstrak* tetapi dengan cara menggambarkan apa yang telah dilakukan melalui penelitian. Sehingga jenis penelitian ini dapat berupa kata-kata yang menjelaskan masalah-masalah yang diteliti.

### **2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Juni 2017 sampai dengan Juli 2017. Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan data observasi awal karena BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu yang beralamat di Jln. Raden fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu merupakan BMT yang cukup diminati oleh masyarakat kampus maupun masyarakat umum. Begitu pula BMT L-Risma Cabang Bengkulu yang beralamat di Jln. Pasar Panorama Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu ini juga cukup diminati oleh masyarakat kampus maupun masyarakat umum. Namun dari kedua BMT tersebut memiliki segmentasi yang berbeda sehingga penulis tertarik untuk meneliti perbandingan minat nasabah dari kedua BMT tersebut.

### 3. Subjek/Informan Penelitian

Teknik pemilihan subjek/informan penelitian yaitu dengan menggunakan teknik *Porpusive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.<sup>9</sup> Informan pada penelitian ini yaitu manajer/karyawan dari masing-masing BMT, serta nasabah yang sudah aktif menggunakan pelayanan BMT tersebut.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti dengan menanyakan langsung kepada salah seorang karyawan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu pada tanggal 27 April 2017 mengatakan bahwa jumlah nasabah aktif selama periode 2016 berjumlah 448 orang. Sedangkan BMT L-Risma Cabang Bengkulu jumlah nasabah yang aktif selama periode tersebut berjumlah 257 orang.

Subjek penelitian yang digunakan pada penelitian ini tidak ditentukan namun penambahan sampel sumber data itu dihentikan manakala datanya sudah jenuh, sehingga sampel sudah mencukupi dan tidak perlu penambahan sampel yang baru.<sup>10</sup>

### 4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### a. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah semua data yang berasal dari seseorang yang memberikan informasi dan keterangan

---

<sup>9</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitataif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 218

<sup>10</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 53.

yang berkaitan dengan kebutuhan peneliti. Adapun sumber data yang dibutuhkan peneliti diantaranya yaitu :

### **1) Data Primer**

Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara yaitu dengan cara mewawancarai manajer/karyawan dan nasabah aktif pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu. Pengambilan data primer bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya terkait dengan hal-hal yang dibutuhkan peneliti.

### **2) Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung data primer. Pada penelitian ini sumber data sekunder adalah brosur dari masing-masing BMT tersebut. Pengambilan data sekunder bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang profil BMT, visi dan misi lembaga, serta produk-produk yang dimiliki dari kedua BMT tersebut.

## **b. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik yang sudah lazim digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu:

### **1) Teknik Observasi**

Dalam penelitian ini dilakukan teknik observasi terlebih dahulu. Observasi merupakan proses pencatatan pada perilaku subyek (orang), objek (benda), atau kejadian-kejadian yang

sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Dalam hal ini peneliti melihat minat masyarakat kampus dan non kampus terhadap BMT tersebut.

## **2) Teknik *Interview*/Wawancara**

Dalam penelitian ini teknik yang dilakukan penulis dengan menggunakan metode *interview*/wawancara triangulasi yaitu *interview*/wawancara yang menggunakan lebih dari satu responden agar dapat menunjukkan data yang diperlukan peneliti. Hal-hal yang akan ditanyakan yaitu mengenai minat nasabah serta faktor-faktor yang mendorong minat terhadap BMT tersebut.

## **3) Dokumentasi**

Penulis mengumpulkan dan menganalisis data-data nasabah dari BMT AL-Muawanah IAIN Bengkulu dan data nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu.

## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis data kualitatif, dimana analisa datanya dilakukan dengan cara non statistik, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan data yang diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan dalam kategori untuk memperoleh kesimpulan.

Pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperlukan berupa data primer dan sekunder dengan teknik

wawancara kepada nasabah aktif BMT Al-Muawanah dan BMT L-Risma, kemudian dianalisis perbandingan minat nasabah dari kedua BMT tersebut sehingga peneliti akan mendapatkan hasil dari masalah yang penulis teliti.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Minat

##### 1. Pengertian Minat

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecendrungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.<sup>11</sup>

Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk mencapai sesuatu. Minat merupakan kekuatan dari dalam dan tampak dari luar sebaai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan dengan pikiran dan perasaan.<sup>12</sup>

Ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli tentang minat. Crow dan Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang menghadapi atau berurusan dengan orang kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>13</sup>

Slameto, Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan itu

---

<sup>11</sup>Eko Hadi Wiyono, *Kamus bahasa Indonesia Lengkap Disertai Penggunaan EYD (Ejaan yang disempurnakan)*, (Palanta,2007), h. 406

<sup>12</sup>Yessy Nur Endah Sary, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta : Parama Publishing, 2015), h. 10.

<sup>13</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2008), h. 121.

secara konsisten dengan rasa senang.<sup>14</sup> Menurut Mahfudh Salahudin, minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan.<sup>15</sup>

Menurut Heri, Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi corak dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati.<sup>16</sup>

H.C. Witherington, “Minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, suatu masalah atau situasi yang mengandung kaitan dengan dirinya.” Menurut Sadirman A.M, minat sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.<sup>17</sup>

Pendapat disini dimaksudkan bahwa perhatian kepada seseorang, sesuatu maupun aktivitas tertentu, sementara ia kurang atau bahkan tidak menaruh perhatian terhadap seseorang, sesuatu atau aktivitas tertentu sementara ia kurang atau bahkan tidak menaruh perhatian terhadap seseorang, sesuatu atau aktivitas yang lain.

---

14 Slameto, *Belajar dan Factor-faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka, 2010), h. 180.

15 Mahfudh Salahudin, *Pengantar Psikologi Pendidikan*, (Surabaya:Bina Ilmu, 1990). h. 45.

16 Heri, P. (1998). *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta : EGC. h. 120.

17 Sadirman A.M, *Interaksi Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT Grafindo, 2003, h. 76.

Dari uraian tersebut dengan adanya minat memungkinkan adanya keterlibatan yang lebih besar dari objek yang bersangkutan. Karena minat berfungsi sebagai pendorong yang kuat.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu bersumber dari individu bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian) dan berasal dari luarmencakup lingkungan, keluarga, sekolah, dan masyarakat. Factor lingkungan mempunyai pengaruh yang besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang. Menurut *Crow* dan *Crow* berpendapat ada tiga factor yang menyebabkan timbulnya minat, yaitu<sup>18</sup>:

1. Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan, ingin tahu, seks.dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian, dll. Dorongan seakan-akan bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dengan ingin tahu akan membangkitkan minat untuk menjalin hubungan dengan lawan jenis, minat terhadap pakaian, dan kosmetika, dll.
2. Motif Sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap

---

<sup>18</sup> Sholeh Abdul Rahman, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 263-268.

pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.

3. Faktor Emosional, minat mempunyai hubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya dengan kegagalan.

Menurut Slameto faktor-faktor yang mempengaruhi minat dibedakan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

#### 1) Faktor Internal

Faktor internal ini merupakan faktor yang terletak pada diri individu. Faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi minat suatu individu disebabkan oleh empat faktor:

- a. Sumber daya konsumen, dimana setiap orang membawa tiga sumber daya dalam setiap situasi pengambilan keputusan yakni waktu dan perhatian.
- b. Pengetahuan, merupakan informasi yang disimpan dalam ingatan, dimana pengetahuan konsumen mencakupi susulan luas informasi seperti kesediaan dan karakteristik produk dan jasa, dimana dan kapan untuk membeli dan bagaimana menggunakan produk.
- c. Motivasi/dorongan.
- d. Situasi pribadi terutama perasaan emosional individu.<sup>19</sup>

#### 2) Faktor Eksternal

---

<sup>19</sup> Slameto, *Belajar dan Factor-faktor ...*, (Jakarta: Rineka, 2010), h. 179.

Faktor eksternal merupakan faktor yang terletak diluar dari individu. Adapun faktor eksternal ini terdiri dari:

a. Faktor Keluarga

Keluarga memegang peranan penting. Dalam keluargalah seseorang dapat membina kebiasaan, cara berfikir, sikap, dan cita-cita yang mendasari kepribadiannya.

b. Faktor Lingkungan

Lingkungan tempat tinggal ataupun lingkungan pergaulan ini mampu menumbuhkan minat seseorang sebagaimana keluarga. Bahkan terkadang teman bermain atau teman sepergaulan mempunyai pengaruh yang lebih besar dalam menanam benih minat atau cita-cita.<sup>20</sup>

### 3. Macam-macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan, misalnya berdasarkan timbulnya niat, berdasarkan arahnya minat dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.

a. Berdasarkan timbulnya minat, dapat dibedakan menjadi minat primitive dan minat kultuil.

1) Minat Primitive adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis dan jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan makanan.

---

<sup>20</sup> Slameto, *Belajar dan Factor-faktor...*, (Jakarta: Rineka, 2010), h. 180.

- 2) Minat Kultuil adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.
- b. Berdasarkan arahnya minat dibedakan menjadi dua, yaitu minat intrinsik dan minat ekstrinsik.
- 1) Minat Intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang mendasar atau minat asli.
  - 2) Minat Ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.<sup>21</sup>

## **B. Pengertian Nasabah**

Nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan. Sementara nasabah dapat dapat didefinisikan sebagai oaring atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak BMT. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan BMT.

Nasabah adalah pihak yang mempunyai jasa Bank Syariah, BMT atau Unit Usaha Syariah (UUS). Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah, BMT atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah, BMT atau UUS dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah, BMT atau UUS dalam bentuk investasi

---

<sup>21</sup>Sholeh Abdul Rahman, *Psikologi Suatu Pengantar ...*, (Jakarta: Kencana, 2004).

berdasarkan akad antara Bank Syariah, BMT Atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.<sup>22</sup>

## C. Tinjauan Umum Tentang BMT

### 1. Pengertian BMT

BMT atau pendekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul Maal wat Tamwil* yaitu Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>23</sup> BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu<sup>24</sup>:

a) *Baitul Maal*, adalah suatu institusi atau lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menerima dan menyalurkan dan umat Islam yang bersifat non komersial. Sumber dana baitul maal berasal dari zakat, infaq, dan sadaqah, hibah, sumbangan dan lain-lain. Adapun penyalurannya dialokasikan kepada mereka yang berhak (*mustahik*), yaitu fakir, miskin, *mu'alaf*, orang yang dalam perjalanan, ghorimin, hamba sahaya, amilin, dan orang-orang yang berjuang dijalan allah.

Ciri-ciri operasional *Baitul Maal*, yaitu:

- 1) Visi dan misi sosial (non komersial).
- 2) Memiliki fungsi sebagai mediator antara pembayar zakat (*muzzaki*) dan penerima zakat (*Mustahik*).
- 3) Tidak boleh mengambil profit apapun dari operasinya.

---

<sup>22</sup>Neni Sri Ismaniyati, *Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2013), h. 196.

<sup>23</sup>Kautsar Riza Salman, *Akuntansi Perbankan Syariah...*, (Jakarta: Akademia Permata, 2012), h. 10.

<sup>24</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 451-452.

4) Pembiayaan operasi diambil dari 12,5% dari total zakat yang diterima.

b) *Baitul Tamwil*, adalah suatu institusi/lembaga keuangan umat Islam yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari pihak ketiga (deposan) dan memberikan pembiayaan-pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan. Sumber dana baitul tamwil berasal dari simpanan/tabungan, saham, dan lain-lain. Alokasi dananya kepada pembiayaan-pembiayaan dan investasi.

Ciri-ciri operasional *Baitul Tamwil* yaitu:

- a) Visi dan misi ekonomi.
- b) Dijalankan dengan prinsip ekonomi Islam.
- c) Memiliki fungsi sebagai mediator antara pemilik kelebihan dana (penabung) dengan pihak yang kekurangan dana (Peminjam).
- d) Pembiayaan oprasional berasal dari asset sendiri atau dari keuntungan.
- e) Merupakan wajib zakat.

## 2. Prinsip-prinsip Utama BMT

Ada tiga prinsip dalam operasional BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) yang berbeda dengan bank konvensional, terutama dalam pelayanan terhadap nasabah, yang harus dijaga oleh para bankir, yaitu:

- 1) Prinsip Keadilan, yakni imbalan atas dasar bagi hasil dan margin keuntungan ditetapkan atas kesepakatan bersama antara bank dan nasabah.

- 2) Prinsip Kesetaraan, yakni nasabah penyimpan dana, pengguna dana dan bank memiliki hak, kewajiban, beban terhadap resiko dan keuntungan yang berimbang.
- 3) Prinsip Ketenteraman, bahwa produk BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) mengikuti prinsip dan kaidah muamalah Islam (bebas riba dan menerapkan zakat harta).<sup>25</sup>

### 3. Tujuan BMT

Tujuan dibentuknya didasarkan sebagai manifestasi ibadah yang semata-mata hanya untuk mendapatkan ridho Allah SWT dan mewujudkan kehidupan keluarga, masyarakat, dan sekitar BMT yang damai dan sejahtera. Lebih luas lagi, BMT harus mempunyai tujuan sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan dan mengembangkan ekonomi umat, khususnya pengusaha-pengusaha kecil.
- 2) Meningkatkan produktifitas usaha dengan memberikan pembiayaan kepada pengusaha-pengusaha muslim yang membutuhkan dana.
- 3) Membebaskan umat/pedagang/pengusaha kecil dari ancaman bunga dan rentenir.
- 4) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha, disamping meningkatkan kesempatan kerja dan meningkatkan penghasilan umat islam.
- 5) Menghimpun dana umat islam yang selama ini tidak untuk menyimpan dananya di bank-bank/lembaga keuangan yang masih

---

<sup>25</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Perbankan Syariah*, ( Yogyakarta: Ekonosia, 2004), h. 67

menggunakan bunga. Dan tujuan lainnya yang mengarah pada perbaikan ekonomi umat islam.

- 6) Mengorganisir dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat termanfaat secara optimal.
- 7) Memobilisasi dan mengoptimalkan masukan dana-dana ziswaf
- 8) Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha masyarakat khususnya pengusaha kecil.<sup>26</sup>

#### **4. Kegiatan Usaha BMT(*Baitul Maal wat Tamwil*)**

Dalam operasionalnya, BMT dapat menjalankan berbagai jenis kegiatan usaha, baik yang berhubungan dengan keuangan maupun non keuangan. Adapun jenis usaha BMT yang berhubungan dengan keuangan maupun dapat berupa:

- 1) Setelah mendapat modal awal berupa simpanan pokok khusus, simpanan pokok, dan simpanan wajib sebagai modal dasar BMT, selanjutnya BMT memobilisasi dana dengan mengembangkan dalam aneka simpanan sukarela (semacam tabungan umum) dengan berasaskan akad mudharabah dari anggota berbentuk:
  - a) Simpanan Biasa
  - b) Simpanan Pendidikan
  - c) Simpanan Haji
  - d) Simpanan Umrah
  - e) Simpanan Qurban

---

<sup>26</sup>Kautsar Riza Salman, *Akuntansi Perbankan Syariah...*, (Jakarta: Akademia Permata, 2012), h. 10.

- f) Simpanan Idul Fitri
- g) Simpanan Walimah
- h) Simpanan Aqiqah
- i) Simpanan Perumahan (pembangunan dan perbaikan)
- j) Simpanan Kunjungan Wisata
- k) Simpanan *Mudharabah* berjangka (semacam deposito 1, 3, 6, 12 bulan)

Dengan akad *wadiah* (titipan tidak berbagi hasil), diantaranya:

- a) Simpanan *yad al-amanah*, titipan dana zakat, infaq, dan sedekah untuk disampaikan kepada yang berhak.
  - b) Simpanan *yad ad-dhamanah*, giro yang sewaktu-waktu dapat diambil oleh penyimpan.
- 2) Kegiatan pembiayaan /kredit usaha kecil bawah (mikro) dan kecil, diantara lain dapat berbentuk:
- a) Pembiayaan *Mudharabah*, yaitu pembiayaan total dengan menggunakan mekanisme bagi hasil.
  - b) Pembiayaan *Musyarakah*, yaitu pembiayaan bersama dengan menggunakan mekanisme bagi hasil.
  - c) Pembiayaan *Murabahah*, yaitu pemilihan suatu barang tertentu yang dibayar pada saat jatuh tempo.
  - d) Pembiayaan *Bay' bi Saman Ajil*, yaitu pemilihan suatu barang tertentu dengan mekanisme pembayaran cicilan.

- e) Pembiayaan *Qard Al-Hasan*, yaitu pinjaman tanpa adanya tambahan pengembalian kecuali sebatas biaya administrasi.<sup>27</sup>

## **D. Teori Konsumsi dalam Perspektif Islam**

### **1. Pengertian dan Konsep Dasar**

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Aktivitas konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam sesungguhnya tidaklah berbeda dari ekonomi konvensional. Namun demikian bukan berarti konsumsi dalam perspektif Islam dan konvensional sama persis. Titik perberbeda yang paling menonjol terletak pada paradigma dasar dan tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri.<sup>28</sup>

Islam melihat pada dasarnya perilaku konsumsi dibangun atas dua hal, yaitu Kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan atau kepuasan (*Utility*). Secara rasional, seseorang tidak akan mengkonsumsi suatu barang manakala dia tidak membutuhkan sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Dalam perspektif Ekonomi Islam, dua unsur ini mempunyai kaitan yang sangat erat dengan konsumsi itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan ketika konsumsi dalam Islam diartikan sebagai penggunaan terhadap komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan, maka sudah tentu barang tersebut menjadi motivasi yang mendorong seseorang untuk

---

<sup>27</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan...*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 463-464.

<sup>28</sup> Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 85.

melakukan aktivitas konsumsi juga harus sesuai dengan prinsip konsumsi Islam.

## 2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Menurut pendapat Naqfi setidaknya terdapat 6 (enam) aksiomi pokok dalam konsumsi meliputi<sup>29</sup>:

### a. Tauhid

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT sehingga senantiasa berada dalam hukum-hukum Allah. Karena itu seorang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah yang diciptakan Allah untuk umatnya.

### b. Adil (*Equilibrium*/Keadilan)

Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai syariah, sehingga dsamping dapat mendapatkan keuntungan material, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spriritual.

### c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Alam semesta adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhluknya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah.

### d. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

---

<sup>29</sup> M. Nur Riyanto, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), h. 141-144.

Dalam melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi akan bertanggungjawabkan atas kebebasan, baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun diakhirat kelak.

e. Halal

Dalam rangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara material maupun secara spiritual. Sebaiknya benda-benda yang buruk tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam serta dapat menimbulkan kemudharatan apabila dikonsumsi akan dilarang.

f. Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*iraf*) termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata.

Adapun aturan islam mengenai bagaimana seharusnya melakukan kegiatan konsumsi adalah sebagai berikut<sup>30</sup>:

1) Tidak Boleh Berlebih-lebihan

Allah SWT berfirman :*"dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan (QS. Al An'Am:141)*. Jika manusia dilarang untuk berlebih-lebihan, itu

---

<sup>30</sup> Mustofa Edwin Nasution, *et.al, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 88.

berarti manusia sebaiknya melakukan konsumsi seperlunya saja. Dalam bahasa ekonomi, perilaku konsumsi Islam yang tidak berlebihan berarti bahwa pola permintaan Islami lebih didorong oleh faktor kebutuhan (*Needs*) dari pada keinginan (*want*).

## 2) Mengonsumsi yang Halal dan Thoyybah

Konsumsi seseorang muslim dibatasi kepada barang-barang yang halal dan thoyyibah (*QS Al-Baqarah: 75*). Tidak ada permintaan terhadap barang haram disamping itu dalam Islam, barang yang sudah dinyatakan haram untuk dikonsumsi otomatis tidak lagi memiliki nilai ekonomi, karena tidak boleh diperjual-belikan. Berkaitan dengan aturan pertama tentang larangan berlebih-lebihan, maka barang halal pun tidak boleh dikonsumsi sebanyak yang kita butuhkan.

## E. Pemasaran

### 1. Pengertian Pemasaran

Menurut *Philip Kotler*, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.<sup>31</sup>

Pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Akan sangat berbahaya jika penciptaan produk tidak didasarkan kepada keinginan dan kebutuhan

---

<sup>31</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 5.

konsumen-konsumen yang menginginkan dan kebutuhan produk adalah individu (perorangan) atau kelompok tertentu (industri).<sup>32</sup>

## 2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dipolakan untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran manfaat dengan membeli dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>33</sup>

Konsep alternatif yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas pemasaran meliputi:

### a. Konsep produksi

Konsep produksi berpedoman bahwa konsumen akan mendukung produk yang tersedia dengan harga yang terjangkau karena itu manajemen harus fokus pada perbaikan produksi dan efisiensi distribusi.<sup>34</sup>

### c. Konsep produk

Konsep produk merupakan pedoman bagi penjual bahwa konsumen akan mendukung produk yang menawarkan kualitas, bentuk dan ciri yang *inovatif*. Karena itu perusahaan harus secara berkesinambungan meningkatkan kualitas produk.<sup>35</sup>

### d. Konsep penjualan

---

<sup>32</sup>Kasmir Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 44-45.

<sup>33</sup>Harper W. Boyd. JR, Orville C. Walker. JR, Jean-Claude Larreche, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: erlangga, 2000), h. 18.

<sup>34</sup>Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), h. 25.

<sup>35</sup>Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Yrama Widya, 2006), h. 172.

Banyak perusahaan mengikut konsep penjualan yang mengatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk sebuah perusahaan dalam jumlah cukup kecuali jika perusahaan melakukan upaya penjualan dan promosi dalam skala luas. Konsep ini diaplikasikan pada barang yang tidak dicari, yakni barang yang pada umumnya tidak terpikir oleh orang untuk membelinya, seperti ensiklopedia.<sup>36</sup>

e. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran berpedoman pada tercapainya tujuan perusahaan yang ditentukan oleh terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan terciptanya kepuasan yang diinginkan lebih efektif dan efisiensi dari pada yang dilakukan oleh pesaing.<sup>37</sup>

### 3. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah pembagian suatu pasar yang heterogen kedalam satuan-satuan pembeli yang homogen dimana kepada setiap satuan pembeli yang homogen tersebut dijadikan sasaran pasar yang dicapai dengan *marketing mix* tersendiri. Dengan demikian yang semula yang pasarnya satu dan luas, kemudian dibagi-bagi atau disegmentasi oleh pemasar menjadi beberapa bagian pasar yang sifatnya homogen.

---

<sup>36</sup> Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), h. 8.

<sup>37</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-dasar pemasaran Bank syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 7-9.

Homogenitas pasar tersebut dicari dan ditentukan sendiri oleh pihak pemasar.<sup>38</sup>

Pentingnya segmentasi pasar bagi seorang produsen maupun sebuah perusahaan karena memungkinkan mereka lebih berfokus untuk mengalokasikan sumber daya, merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi, teknis, dan *value* secara keseluruhan. Selain itu penting untuk membuat segmentasi pasar karena produsen dapat lebih baik memahami perilaku segmen-segmen pasar yang lebih homogen sehingga dapat lebih baik dalam melayani kebutuhan-kebutuhan mereka, program pemasaran dapat lebih diarahkan sesuai dengan perilaku dan kebutuhan masing-masing segmen pasar. Segmentasi pasar adalah proses membagi-bagi pasar yang semula berperilaku heterogen menjadi beberapa kelompok pasar yang sekarang berperilaku lebih seragam.

#### **4. Strategi Pemasaran**

##### **a. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu. Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang

---

<sup>38</sup>Supranto J. Limakrisna Nandan, *Prilaku konsumen dan strategi pemasaran, edisi pertama*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), h.32.

menerima produk dan jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil.<sup>39</sup>

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.<sup>40</sup>

## **b. Strategi Bauran Pemasaran**

Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran, yaitu:

### 1) Strategi Produk

Dalam strategi *marketing mix*, langkah pertama yang dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh mulai dari nama produk, bentuk, isi atau pembungkus.

### 2) Strategi Harga

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.

### 3) Strategi Tempat dan Distribusi

---

<sup>39</sup> Dr.Kasmir, *Kewirausahaan, Edisi Revisi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), h. 186.

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 83.

Strategi perusahaan dalam mendistribusikan barangnya, mulai dari pabrik atau produsen sampai ketangan konsumen. Pentingnya strategi ini agar upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi untuk mencapai target pasar dan menyelenggarakan fungsi distribusi yang berbeda-beda.

#### 4) Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi konsumen tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Dr. Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Pt RajaGrafindo, 2013), h. 188-198.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. BMT Al-Muawanah

##### 1. Profil BMT Al-Muawanah

*Baitul Mal Wa Tamwil* disingkat BMT Al-Muawanah, sebelumnya adalah Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Al-Muawanah STAIN Bengkulu, sebelumnya bernama KPN IAIN Raden Fatah Bengkulu berdiri pada tahun 1983 dengan Badan Hukum No.35/BH/XXVI tanggal 30 Maret 1983, seiring dengan perubahan IAIN Raden Fatah Bengkulu menjadi STAIN Bengkulu, maka KPN mengalami perubahan menjadi KPN Al-Muawanah STAIN Bengkulu pada tahun 1998, dengan surat keputusan No.06/PAD/KDK/.8.4/KEP/IX/1998, tanggal 2 September 1998.<sup>42</sup>

Berdasarkan keputusan rapat Anggota Tahun Buku 2012 yang dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2013, Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Al-Muawanah dikonversi menjadi *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Alhamdulillah setelah proses, KPN Al-Muawanah telah menjadi BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dengan Surat Keputusan Nomor 05/PAD/IX.4/2013 tanggal 25 Maret 2013, yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Bengkulu dan disahkan melalui Akta Notaris.

BMT Al-Muawanah adalah Lembaga Keuangan Syariah yang berfungsi sebagai penerima dan penyalur uang simpanan dalam bentuk

---

<sup>42</sup> Profil BMT AL\_Muawanah IAIN Bengkulu, *Wawancara, Tanggal 20 Mei 2017*.

tabungan wadi'ah, BMT Al-Muawanah juga memiliki fungsi dalam pengelolaan keuangan terpadu, yakni tidak hanya mengelola keuangan simpanan anggota, baik Simpanan Pokok maupun Simpanan Wajib, melainkan dapat mengelola tabungan dengan sistem syari'ah, juga menerima dan mengelola zakat, infaq, sadaqah dan wakaf uang untuk diproduktifkan, disinilah makna zakat produktif maupun wakaf produktif.

Asset BMT Al-Muawanah saat ini telah mencapai Rp 2.968.940.475,00 (Dua Miliar Sembilan Ratus Enam Puluh Delapan Juta Sembilan Ratus Empat Puluh Ribu Empat Ratus Tujuh Lima Rupiah). Dengan menggunakan sistem yang canggih dan pengelolaan yang semakin baik, BMT Al-Muawanah terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan dalam pelayanan terhadap anggota, mahasiswa pelajar maupun masyarakat umum.<sup>43</sup>

BMT Al-Muawanah dengan menggunakan sistem komputer (Software BMT) lebih menjamin sistem administrasi keuangan yang profesional, amanah dan nyaman serta transparan, sehingga bisa diakses setiap saat oleh anggota.

BMT Al-Muawanah lebih fleksibel, menerima simpanan dari berbagai pihak, termasuk mahasiswa, pelajar dan masyarakat umum.

BMT Al-Muawanah, diharapkan kedepan menjadi lembaga keuangan syari'ah di IAIN Bengkulu, yang mapan, sehingga mampu berpartisipasi dalam perkembangan kelembagaan.

---

<sup>43</sup> Profil BMT AL\_Muawanah IAIN Bengkulu, *Wawancara, Tanggal 20 Mei 2017*.

## 2. Keunggulan BMT Al-Muawanah

Keunggulan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu yaitu<sup>44</sup>:

- a. Berada dibawah lingkungan Lembaga Pendidikan Tinggi Agama Islam Negeri dengan jumlah Dosen dan Karyawan lebih kurang 6000 orang, sehingga memungkinkan mengelola zakat dan wakaf uang.
- b. Berada dilokasi kampus IAIN Bengkulu dan lingkungan masyarakat, sehingga memungkinkan berkembang melayani anggota dan masyarakat luas, serta mudah dijangkau.
- c. Dikelola dengan manajemen modern, dengan menggunakan software BMT, sehingga keamanan data lebih terjamin dan memungkinkan dibukanya kantor-kantor cabang di luar IAIN Bengkulu.
- d. Melayani tabungan dengan berbagai macam varian dengan bonus dan bagi hasil menarik, serta memberikan berbagai layanan jasa seperti : Pembayaran Rekening Listrik, Pulsa, Tiket Pesawat, dan lain-lain.
- e. Sistem pengawasan akan lebih baik, karena diawasi oleh DPS (Dewan Pengawas Syari'ah) yang memiliki kompetensi dalam bidang hukum islam dan ekonomi syariah, sehingga lembaga ini akan menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) yang dapat berjalan sesuai aturan dan prinsip-prinsip syari'ah.

---

<sup>44</sup> Tiya, *Wawancara* Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017.

### **3. Visi dan Misi BMT Al-Muawanah**

#### **a. Visi BMT Al-Muawanah**

Menjadi pelopor pertumbuhan BMT yang kompetitif dalam menggali potensi dan mengelola keuangan syari'ah.

#### **b. Misi BMT Al-Muawanah**

- 1) Mengelola dana simpanan/tabungan dari civitas akademika dan masyarakat umum.
- 2) Mengembangkan sistem usaha yang profesional, berkeadilan, terpercaya, aman, dan nyaman dengan menggunakan sistem keuangan yang berbasis komputer (Software BMT).
- 3) Menggali potensi ekonomi syari'ah berupa zakat, infaq, sadaqah, dan wakaf uang.
- 4) Produktifikasi zakat dan wakaf uang pengembangan ekonomi umat.

### **4. Produk BMT Al-Muawanah**

#### **a. Produk Simpanan/Tabungan<sup>45</sup>**

##### **1) TABUM (Tabungan Umum)**

- a) Tabungan yang diperuntukan secara umum dikelola dengan prinsip syari'ah, sehingga lebih bersih dan terhindar dari riba.
- b) Penyimpanan dapat dilakukan setiap hari pada jam kerja di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu.
- c) Penarikan dapat dilakukan setiap hari pada jam kerja.

---

<sup>45</sup> Tiya, *Wawancara Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu*, Tanggal 14 Maret 2017.

- d) Setoran awal minimal Rp 20.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-
- e) Bonus/bagi hasil sesuai kebijakan BMT Al-Muawanah.
- f) Tabungan tidak ada potongan atau biaya administrasi setiap bulannya.

## **2) SIMPEL (Simpanan Pelajar)**

- a) Simpanan pelajar diperuntukan bagi anggota pelajar guna mendukung perencanaan pendidikan, setoran dapat dilakukan setiap hari di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu.
- b) Setoran awal minimal Rp. 10.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 5000,-
- c) Simpanan akan mendapatkan bonus/bagi hasil sesuai kebijakan BMT Al-Muawanah.<sup>46</sup>

## **3) Sitak (Simpanan Tabungan Anak)**

- a) Simpanan tabungan anak diperuntukan bagi anak-anak guna mendukung perencanaan pendidikan anak (PAUD, TK, SD/MIN), dengan tujuan untuk melatih anak-anak untuk menabung, setoran dapat dilakukan setiap hari di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu.
- b) Setoran awal minimal Rp. 5.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 1.000,-

---

<sup>46</sup> Tiya, *Brosur* Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017.

#### **4) SAFITRI (Simpanan Hari Raya Idul Fitri)**

- a) Simpanan SAFITRI diperuntukkan bagi bapak-bapak/ibu-ibu khususnya dosen, karyawan IAIN Bengkulu, dan masyarakat umum untuk mempersiapkan hari Raya Idul Fitri yang lebih ceria.
- b) Setoran awal minimal Rp. 100.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 100.000,-
- c) Penyimpanan dapat dilakukan setiap hari atau satu bulan sekali.
- d) Penarikan dapat dilakukan menjelang hari raya idul fitri.
- e) Saldo simpanan minimal Rp. 10.000,-<sup>47</sup>

#### **5) SAHAJI (Simpanan Haji)**

- a) Simpanan haji dan umroh diperuntukan bagi anggota dan masyarakat yang berkeinginan menjalankan ibadah haji maupun umroh.
- b) Setoran awal minimal Rp. 100.000,-
- c) Penarikan dapat dilakukan 1 kali setelah simpanan sudah cukup untuk menjalankan ibadah haji.

#### **6) TAFAQUR (Tabungan Fasilitas Qurban)**

- a) Tabungan qurban diperuntukkan bagi umat islam yang berkeinginan untuk berqurban.
- b) Setoran awal minimal Rp. 150.000,- per bulan.
- c) Penarikan dapat dilakukan menjelang hari Raya Qurban.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Tiya, *Brosur* Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017.

**b. Produk Pembiayaan/Penyaluran**

- 1) Pembiayaan *Mudharabah*
- 2) Pembiayaan *Murabahah*
- 3) Qordul Hasan

**c. Layanan Jasa**

- 1) Pembayaran Listrik Pasca Bayar dan Prabayar
- 2) Telepon
- 3) Pembayaran *Speedy*
- 4) Pembayaran TV Berlangganan
- 5) Tiket Pesawat
- 6) Pulsa Elektrik (All Operator)
- 7) *Zakat, Infaq, dan Sadaqah*
- 8) Wakaf Uang<sup>49</sup>

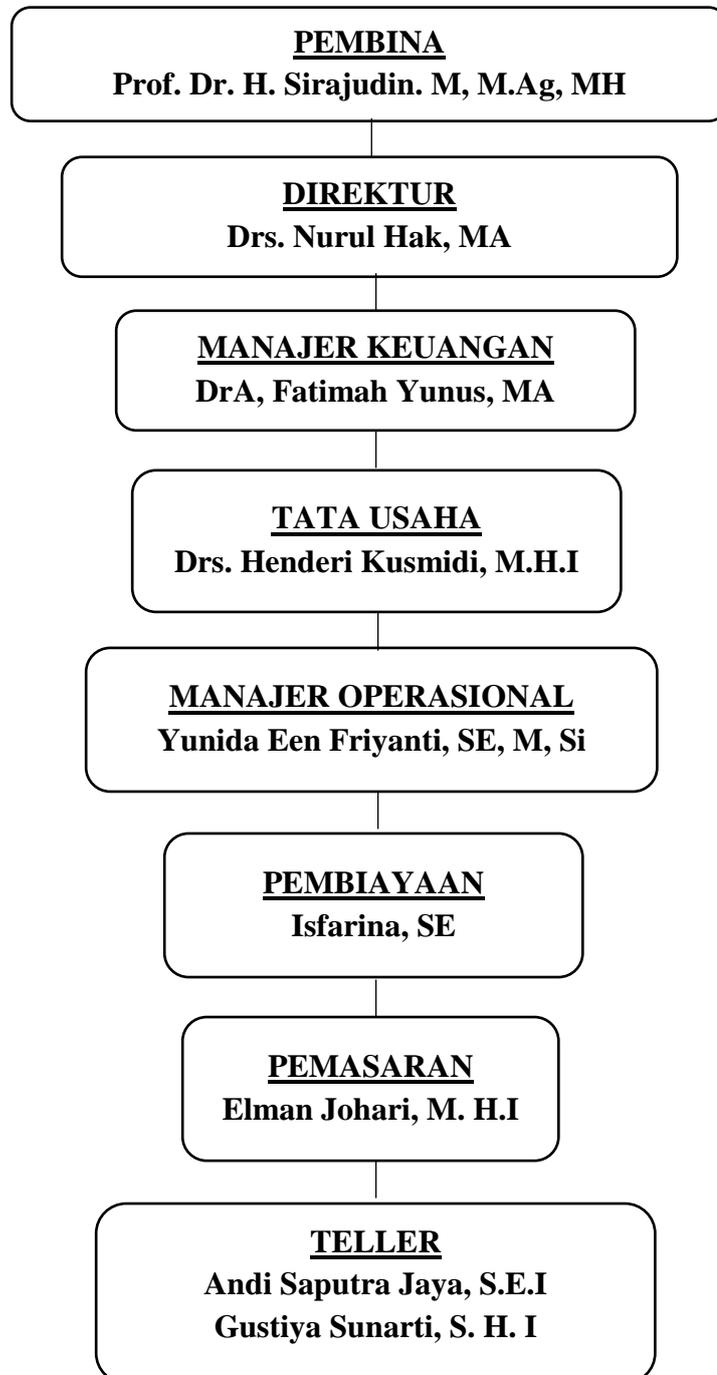
---

<sup>48</sup> Tiya, *Brosur* Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017.

<sup>49</sup> Tiya, *Brosur* Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017.

5. Pengurus BMT Al-Muawanah<sup>50</sup>

**Gambar 3.1**  
**STRUKTUR ORGANISASI**  
**BMT AL-MUAWANAH IAIN BEGKULU**



<sup>50</sup> Tiya, *Brosur* Produk Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017.

## **6. Strategi Pemasaran BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu**

Berdasarkan hasil wawancara dari seorang karyawan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu bahwa BMT ini tidak memiliki strategi yang begitu banyak untuk diwilayah kampus dikarenakan BMT ini target utamanya masyarakat kampus. Selain itu juga BMT ini sangat didukung oleh masyarakat kampusnya, baik dari dosen maupun mahasiswanya. Namun BMT ini memiliki beberapa strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya kepada masyarakat umum maupun mahasiswanya diantaranya<sup>51</sup>:

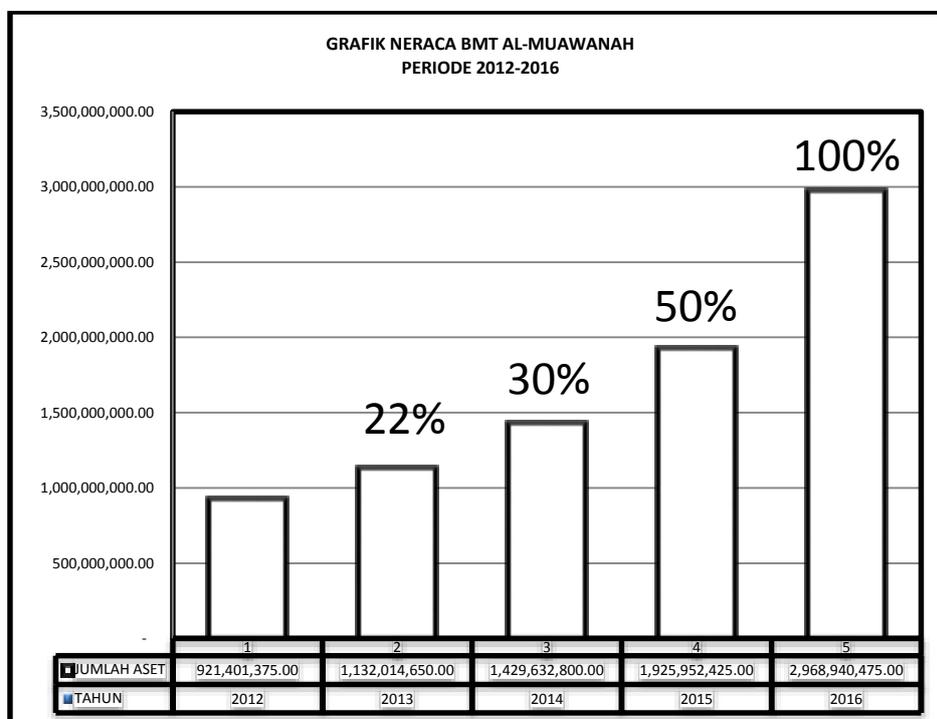
- a. Mahasiswa:
  - Melakukan sosialisasi kepada mahasiswa baru disaat pelaksanaan Orientasi kampus.
- b. Masyarakat Umum :
  - Pembagian Brosur, dilakukan disaat ada evant tertentu seperti Bazar, Jalan Santai Ulang Tahun IAIN Bengkulu, Penerimaan Murid Baru.
  - Melakukan Penyiaran di Radio L-Bass IAIN Bengkulu.
  - Melakukan promosi di sosial media.

---

<sup>51</sup>Tiya, Karyawan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, *Wawancara*, 27 April 2017.

## 7. Tahapan Pengembangan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu

**Gambar 3.2**  
**Pengembangan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu<sup>52</sup>**



### B. BMT L-Risma Cabang Bengkulu

#### 1. Profi BMT L-Risma Cabang Bengkulu

BMT L-Risma membuka cabang di Bengkulu sejak tahun 2015. Badan Hukum BMT L-Risma No. 1/BH/X.7/1/2010. Kantor Pusat BMT L-Risma beralamat di Jln. Pahlawan Gantimulyo-37-Pekalongan Lampung Timur. BMT L-Risma memiliki Beberapa kantor cabang diantaranya yaitu KC-Metro, KC-Pekalongan, KC-Punggur, KC-Batanghari, KC-Sekampung, KC-Mengandungsari, KC-Nabang Baru, KC- Way Bungur, KC-Teluk dalam Ilir, KC-Raman Utara, KC-Seputih

<sup>52</sup> Andi, *Wawancara*, Karyawan BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, 20 Juni 2017.

Agung, KC-Simpang Pematang, KC-Tumijajar, KC-Bengkulu (Ipuh), KC-Bengkulu (Putri Hijau), KC-Bengkulu Kota.

BMT L-Risma Cabang Bengkulu adalah koperasi simpan pinjam dengan prinsip syari'ah yang mempunyai dua fungsi, yaitu<sup>53</sup>:

- a. ***Baitul Maal***, merupakan lembaga yang hadir dengan motto (*Social Oriented*). Aktivitas utamanya adalah menghimpun dan pengelola zakat, infaq, sadaqah, dan wakaf tunai (ZIZWAF) untuk tujuan sosial sesuai syarat dalam Al-Qur'an dan Hadits.
- b. ***Baitul Tamwil***, merupakan lembaga yang hadir dengan aktivitas penghimpun dan penyaluran dana untuk tujuan yang bersifat (*Profit Oriented*), produktif dan memberikan keuntungan bersama dengan landasan prinsip syari'ah.

BMT L-Risma menyalurkan pembiayaan dalam bentuk modal kerja, produktif, konsumtif, dan investasi. Prioritas pembiayaan BMT L-Risma yaitu untuk pengusaha kecil, menengah serta sektor informal.

## 2. Visi dan Misi BMT L-Risma Cabang Bengkulu

Dengan moto ***Lebih Syariah Lebih Berkah***, BMT L-RISMA hingga tahun ke empat ini Alhamdulillah sudah banyak dipercaya oleh masyarakat. Masyarakat semakin percaya dengan produk simpanan maupun produk pembiayaan. Dengan meningkatkan kepercayaan itu, maka BMT L-RISMA berusaha memperbaiki diri baik dalam segi manajemen maupun oprasionalnya. Oleh karena itu visi dan misi BMT L-RISMA yaitu:

---

<sup>53</sup> Moni, *Profil BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 11 Juli 2017.

**a. Visi BMT L-Risma**

“Menjadi lembaga keuangan syariah yang professional, terbesar & terpercaya”.

**b. Misi BMT L-Risma**

- 1) Menjadi lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat dalam bertransaksi yang bebas riba.
- 2) memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah dan kecil.

**c. Tujuan**

“Meningkatkan kesejahteraan anggota serta ikut membangun ekonomi umat dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju dan makmur berdasarkan syariat Islam”.<sup>54</sup>

**3. Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu**

Dalam bidang bisnis, BMT L-RISMA memiliki peran intermediasi yaitu menghubungkan anggota pemilik dana dengan anggota yang membutuhkan dana. Oleh karena itulah BMT L-RISMA mempunyai dua bidang garapan yaitu *funding* (penghimpunan dana dari anggota) dan fungsi *lending* (mendistribusikan dana ke anggota dalam bentuk pembiayaan).

Dalam bidang *funding* atau penghimpunan dana, BMT L-RISMA memiliki beberapa produk simpanan yang ditawarkan kepada anggota<sup>55</sup>:

**a. Produk Simpanan/Tabungan<sup>56</sup>**

---

<sup>54</sup> Moni, *Profil BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 11 Juli 2017.

<sup>55</sup> Moni, *Brosur Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 14 Maret 2017

<sup>56</sup> Moni, *Brosur Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 14 Maret 2017

### **1) SI SUKA (Simpanan Sukarela)**

Investasikan dana anda, untuk masa depan lewat SI SUKA.

- a) Simpanan yang dapat ditambah dan diambil setiap saat.
- b) Mudah, praktis, dan aman.
- c) Pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga, setoran awal Rp. 10.000,-. Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
- d) Bagi hasil keuntungan simpanan dihitung atas saldo rata-rata harian.
- e) Saldo minimal tersisa sebesar Rp. 10.000,-

### **2) SI FITRI (Simpanan Idul Fitri)**

Sambut Idul Fitri dan hari kemenangan dengan membuka rekening SI FITRI di BMT L-Risma Cabang Bengkulu.

- a) Simpanan yang hanya dapat ditarik menjelang hari raya idul fitri.
- b) Pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga.
- c) Setoran awal Rp. 20.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
- d) Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan porsi bagi hasil (nisbah) 30:70.
- e) Saldo minimal yang harus disisakan sebesar Rp. 20.000,-

- f) Dengan program berkah simpanan, anda berkesempatan mendapatkan hadiah undian.<sup>57</sup>

### **3) SI HANUM (Simpanan Haji dan Umroh)**

Haji adalah salah satu rukun islam yang wajib dilaksanakan bagi umat islam yang mampu. BMT L-Risma hadir membantu anda, menyiapkan program haji dan umroh anda dengan:

- a) Membuka rekening SI HANUM dengan setoran awal Rp. 250.000,-
- b) Setoran selajutnya minimal Rp. 50.000,-
- c) Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan tiap bulan dengan porsi bagi hasil (nisbah) 40:60.
- d) Saldo minimal yang harus disisakan sebesar Rp. 50.000,-
- e) BMT L-Risma bekerja sama dengan Bank Umum Syariah, Agen Tour dan Travel. Dengan program talangan pemberangkatan haji dan umroh.

### **4) SI TAMA (Simpanan Tamasya)**

Hadirnya SI TAMA, BMT L-Risma menghadirkan solusi perencanaan Rihlah/Wisat.

- a) Simpanan hanya bisa diambil akhir tahun jelang tahun baru.
- b) Pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga.
- c) Setoran awal Rp. 25.000,- dan setoran lanjut minimal Rp. 5.000,-

---

<sup>57</sup> Moni, *Brosur* Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017

- d) Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian, dan diberikan perbulan.
- e) Porsi bagi hasil (nisbah) 30:70.
- f) Saldo minimal disisakan Rp. 25.000,-

#### **5) SI PADI (Simpanan Pendidikan)**

Persiapan masa depan putra-putri kita, dengan menjadi anggota SI PADI BMT L-Risma.<sup>58</sup>

- a) Simpanan khusus untuk pendidikan yang hanya dapat ditarik pada saat menjelang tahun ajaran baru.
- b) Pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga dengan setoran awal Rp. 20.000,- setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
- c) Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan porsi bagi hasil (nisbah) 25:75.
- d) Saldo minimal yang harus disisakan sebesar Rp. 20.000,-
- e) Ikuti SI PADI Panen hadiah dengan syarat dan ketentuan berlaku.

#### **6) SI AQUR (Simpanan Aqiqah dan Umroh)**

Solusi tepat untuk anda berqurban dan melaksanakan aqiqah, dengan SI AQUR BMT L-Risma.

- a) Simpanan yang hanya bisa diambil menjelang hari raya qurban atau aqiqah.

---

<sup>58</sup> Moni, *Brosur* Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017

- b) Pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga/kelompok, dengan setoran awal minimal Rp. 25.000,-
- c) Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
- d) Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan porsi bagi hasil (nisbah) 30:70.
- e) Saldo minimal yang harus disisakan sebesar Rp. 25.000,-

#### **7) SI JANGKA (Simpanan Berjangka)**

Investasi berjangka waktu tertentu, yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah mudharabah.<sup>59</sup>

- a) Simpanan yang hanya dapat ditambah dan ditarik dalam jangka waktu tertentu.
- b) Memiliki rekening SI SUKA.
- c) Fasilitas ARO (Automatic Roll Over)
- d) Pembukaan rekening dengan saldo minimal Rp. 1.000.000,-
- e) Bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
- f) Nisbah bagi hasil antara (anggota : BMT L-Risma) sebagai berikut:
  - 1) Jangka waktu 3 Bulan (30:70)
  - 2) Jangka waktu 6 Bulan (35:65)
  - 3) Jangka waktu 12 Bulan (40:60)
  - 4) Jangka waktu 24 Bulan (50:50)

---

<sup>59</sup> Moni, *Brosur* Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017

## 8) SI ARI (Simpanan Arisan)

Program arisan yang sangat menarik untuk diikuti dengan cara yang sangat mudah dan syari'ah.<sup>60</sup>

- 1) Peserta wajib mengisi formulir permohonan simpanan dan membayar administrasi Rp. 10.000,-
- 2) Peserta wajib menyetorkan simpanan Rp. 100.000,- atau Rp. 50.000,- perbulan.
- 3) Penyetoran dapat dilakukan dengan cara angsur atau cicilan.
- 4) Simpanan arisan ini menggunakan sistem gugur.
- 5) Satu group/kelompok terdiri 300 orang.
- 6) Dapatkan hadiah doorprize setiap pengundian bulanan

### b. Produk Pembiayaan

1. *Mudharabah* (Bagi hasil)
2. *Murabahah* (Jual Beli)
3. *Musyaraqah* (Kerja Sama Modal kerja)
4. *Hiwalah*
5. *Ijaroh*
6. *Wakalah* (Perwakilan)
7. *Qordhul Hasan* (Kerja Sama Modal)<sup>61</sup>

### c. Pembiayaan Musyarakah Pada BMT L-Risma Bengkulu Kota

Dalam penyaluran produk pembiayaan bagi hasil BMT terdapat dua jenis akad, yaitu *musyaraqah* dan *mudharabah*.

---

<sup>60</sup> Moni, *Brosur* Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017

<sup>61</sup> Moni, *Brosur* Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017

Perbedaan mendasar antara *musyarakah* dan *mudharabah* terletak pada besarnya kontribusi dana atau modal yang disertakan. Dalam *mudharabah*, modal hanya berasal dari satu pihak yaitu pihak BMT sebagai *sahibul mal* dengan penyertaan modal 100%, sedangkan dalam *musyaraqah* penyertaan modal berasal dari dua pihak atau lebih yang besarnya ditentukan diawal kesempatan secara bersama.

Pembiayaan *musyaraqah* merupakan salah satu instrumen perekonomian dalam Islam berdasarkan kerjasama modal usaha. Pada posisi ini *musyaraqah* secara tepat dipahami sebagai salah satu pengganti dari sistem bunga serta dapat diterapkan lembaga keuangan syariah baik Bank Syariah, BPRS, maupun BMT. Pembiayaan *musyaraqah* sangat relevan dalam upaya untuk meningkatkan produktifitas sektor rill. Dengan memberikan pembiayaan *musyaraqah*, dapat meningkatkan potensi dunia usaha terutama UKM maupun UMKM dalam meningkatkan jumlah dan kualitas produksinya. *Musyaraqah* sangat cocok diterapkan pada sektor rill dan pengembangan usaha rakyat.

*Musyaraqah* mempunyai bermacam-macam bentuk serta syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh anggota pembiayaan. Sedangkan pelaksanaan *musyaraqah* yang ada di BMT L-Risma Bengkulu Kota termasuk katagori *musyarakah al-inan*. Hal ini dapat dilihat dalam proses pelasanan transaksi, yaitu pihak BMT L-Risma dan pihak anggota pembiayaan yang mengajukan pembiayaan dengan sama-sama menyertakan modal untuk mengembangkan

usaha, dimana masing-masing pihak tidak sama dalam penyertaan modal dan pihak BMT tidak ikut serta dalam partisipasi usaha tersebut.<sup>62</sup>

Pelaksanaan akad *musyaraqah* yang dilakukan oleh pihak BMT L-Risma Bengkulu Kota dan calon anggota pembiayaan harus dilakukan di kantor BMT L-Risma Bengkulu Kota. Bagi anggota pembiayaan yang mengajukan pembiayaan *musyaraqah* harus datang langsung, tidak boleh diwakilkan untuk mengisi formulir dan menandatangani surat perjanjian *musyaraqah*. Hal ini dilakukan untuk mengatasi adanya hal-hal yang tidak diinginkan dikemudian hari.<sup>63</sup>

Secara garis besar, proses pembiayaan baik *musyaraqah* maupun pembiayaan-pembiayaan yang lain pada BMT L-Risma Bengkulu Kota ada persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu:

#### 1. Syarat Administrasi

- a. Jujur, amanah, dan bertanggung jawab
- b. Mengisi formulir permohonan (diketahui istri/suami, jika sudah berkeluarga)
- c. Memiliki simpanan di BMT L-Risma
- d. Fotocopy KTP dan menunjukkan yang asli
- e. Fotocopy kartu keluarga

---

<sup>62</sup> Moni, *Profil Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 14 Maret 2017

<sup>63</sup> Moni, *Profil Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 14 Maret 2017

- f. Fotocopy agunan/jaminan (BPKB motor, BPKB mobil, sertifikat tanah)
- g. Rekening listrik/telpon/PAM
- h. Surat nikah (jika sudah berkeluarga)
- i. Pas foto 4X6 = 2 lembar
- j. Bersedia disurvei atau diwawancarai
- k. Berkas yang sudah masuk tidak dapat diambil kembali.<sup>64</sup>

## **2. Syarat kelayakan usaha**

- a. Pembiayaan yang digunakan untuk usaha produktif
- b. Usaha yang dibiayai sudah berjalan
- c. Tempat tinggal tetap dan terjangkau
- d. Menyerahkan agunan/jaminan (BPKB motor/mobil, sertifikat tanah)
- e. Bersedia disurvei oleh pihak BMT.<sup>65</sup>

### **d. Produk Layanan Transaksi Jasa**

- 1) Pembayaran PLN, Angsuran, dan Telkom
- 2) Transfer *Online* (Terima dan Kirim), dan jasa lainnya dalam pengembangan.

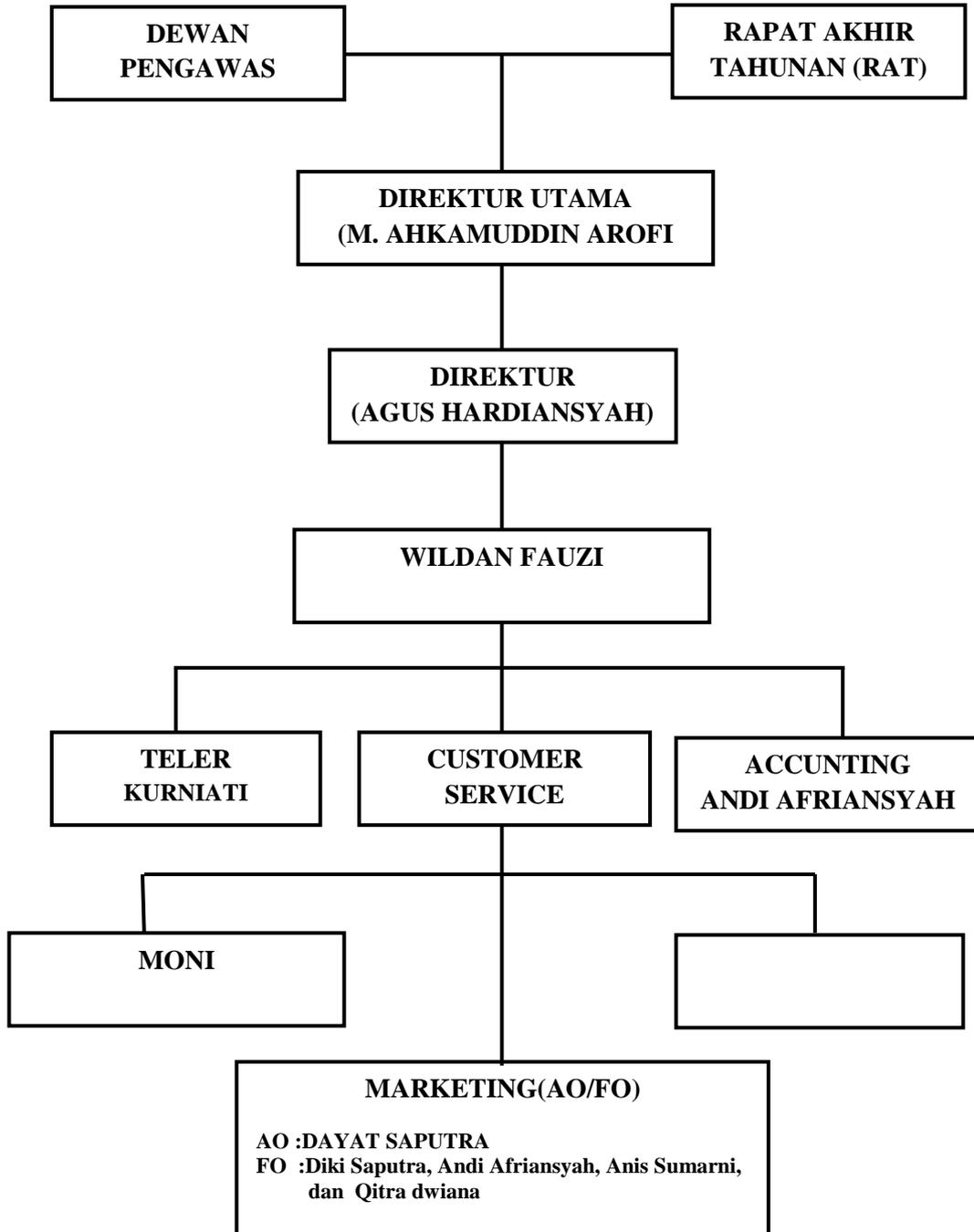
---

<sup>64</sup> Moni, *Profil* Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 14 Maret 2017

<sup>65</sup> Moni, Karyawan BMT L-Risma Cabang Bengkulu, *Wawancara*, 26 April 2017

#### 4. Struktur Organisasi BMT L-Risma Cabang Bengkulu

Gambar 3.2  
STRUKTUR ORGANISASI  
BMT L-RISMA CABANG BENGKULU<sup>66</sup>



<sup>66</sup> Moni, *Profil Produk BMT L-Risma Cabang Bengkulu*, Tanggal 14 Maret 2017

## **5. Strategi Pemasaran BMT L-Risma Cabang Bengkulu**

Berdasarkan hasil wawancara dari seorang karyawan BMT L-Risma Cabang Bengkulu bahwa BMT ini memiliki target di wilayah pasar dan sekolah. Strategi pemasaran yang digunakan diantaranya<sup>67</sup>:

a. Pelajar :

- Melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah.
- Melakukan pembagian brosur.

b. Masyarakat Umum :

- Melakukan pembagian brosur.
- Melakukan grebek pasar ke wilayah pasar tradisional di Bengkulu.

---

<sup>67</sup>Moni, Karyawan BMT L-Risma Cabang Bengkulu, *Wawancara*, 26 April 2017

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Perbedaan Minat Nasabah BMT AL-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-risma Cabang Bengkulu

##### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden merupakan menguraikan dan memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini, sebab dengan menguraikan identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini maka akan dapat diketahui sejauh mana identitas responden dalam penelitian ini. Oleh karena itulah karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi jenis pekerjaan dan usia. Tujuan membuat karakteristik responden agar dapat mempermudah peneliti dalam menganalisis masalah yang akan penulis teliti.

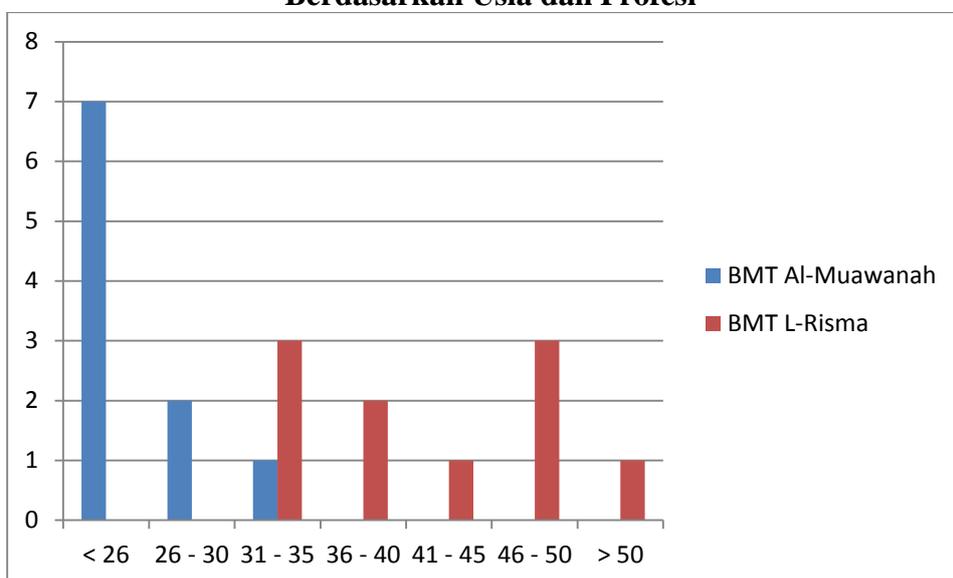
**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden**  
**Berdasarkan Usia dan Jenis Pekerjaan**

NASABAH BMT AL-MUAWANAH			
No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Sarwenda	24	Mahasiswa
2	Muhammad Arif	27	Swasta
3	Noprianda Wulan Sari	27	Mahasiswa
4	Destri	22	Mahasiswa
5	Herlina Yustati	32	Dosen
6	Tria Anggraini	22	Mahasiswa
7	Ecy Yusniati	22	Mahasiswa
8	Tupardi Yanto	22	Mahasiswa
9	Jesti Anggraini	22	Mahasiswa
10	Hera	22	Mahasiswa

<b>NASABAH BMT L-RISMA CABANG BENGKULU</b>			
1	Suklan Efendi	50	Penjual Kue
2	Reni Pauziah	33	Pedagang
3	Johayanti	51	Pedagang Bumbu
4	Erti Marlina	38	Pedagang Sayur
5	Erna	50	Penjual Pakaian
6	Johatini	39	Warung Manisan
7	Suryati	49	Pedagang Buah
8	Surtina	41	Toko Lisktik
9	Mutoharoh	35	Pedagang Tahu/Tempe
10	Nurhasanah Lubis	33	Pedagang Bumbu

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 bahwa peneliti mengambil data responden dengan melihat dari jenis pekerjaan nasabah yang paling dominan pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu yaitu nasabah mahasiswa dan nasabah dosen. Alasan penulis menggunakan data tersebut karena mahasiswa dan dosen itu berada pada lingkungan kampus sesuai dengan permasalahan yang akan penulis teliti. Sedangkan pengambilan data responden pada BMT L-Risma Cabang Bengkulu peneliti mengambil data nasabah dilihat dari data pekerjaan yang paling dominan juga yaitu nasabah yang berprofesi sebagai pedagang. Alasan peneliti mengambil data tersebut karena pedagang merupakan nasabah yang paling banyak serta nasabah yang berada di pasar yang tidak berjauhan dari lokasi kantor BMT L-Risma Cabang Bengkulu tersebut.

**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden**  
**Berdasarkan Usia dan Profesi**



## 2. Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu

Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk mencapai sesuatu. Minat merupakan kekuatan dari dalam dan tampak dari luar sebaai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan dengan pikiran dan perasaan. Dengan adanya minat memungkinkan adanya keterlibatan yang lebih besar dari objek yang bersangkutan, karena minat berfungsi sebagai pendorong yang kuat.

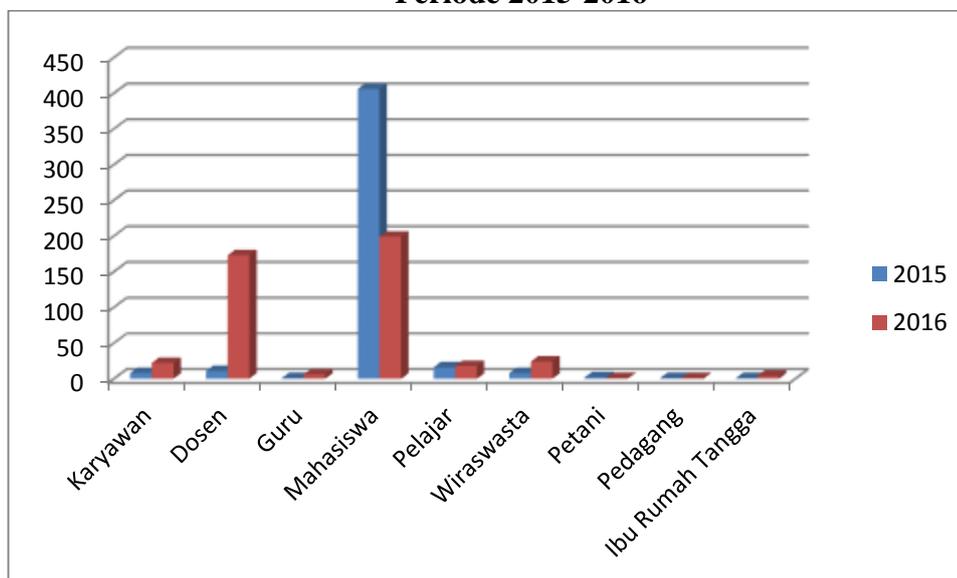
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa perkembangan minat nasabah pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu sangat cepa. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**

**Perkembangan Jumlah Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu  
Berdasarkan Jenis Pekerjaan  
Periode 2015-2016**

Jenis Pekerjaan	Tahun	
	2015	2016
Karyawan	8	22
Dosen	11	173
Guru	1	6
Mahasiswa	406	199
Pelajar	16	18
Wiraswasta	8	24
Petani	2	1
Pedagang	1	1
Ibu Rumah Tangga	1	4
<b>Total</b>	<b>454</b>	<b>448</b>

**Gambar 4.2**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu**  
**Berdasarkan Jenis Pekerjaan**  
**Periode 2015-2016**



Berdasarkan data tersebut dapat dianalisis bahwa jumlah nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu pada tahun 2015 ada 458 anggota, Sedangkan pada tahun 2016 terdapat 448 anggota. Pada tahun 2015 dan 2016 terlihat bahwa nasabah yang paling banyak berminat pada BMT Al-

Muawanah IAIN Bengkulu yaitu nasabah yang berprofesi sebagai dosen dan mahasiswa karena memang BMT tersebut berada dilokasi kampus sehingga wajar saja jika nasabahnya lebih dominan dari masyarakat kampus. Dari data tersebut terlihat bahwa pada tahun 2015 nasabah dengan profesi mahasiswa ada 89%, dosen ada 2%. Sedangkan pada tahun 2016 nasabah dengan profesi mahasiswa ada 44%, dan nasabah dengan profesi dosen ada 39%.

Kemudian dilihat dari diagram bahwa jumlah nasabah yang berprofesi mahasiswa mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang berminat pada BMT L-Risma tersebut dominan berprofesi sebagai mahasiswa dan dosen. Tetapi, jika dilihat dari jumlah nasabah keseluruhan terlihat bahwa nasabah BMT mengalami penurunan sekitar 1% dari tahun sebelumnya.

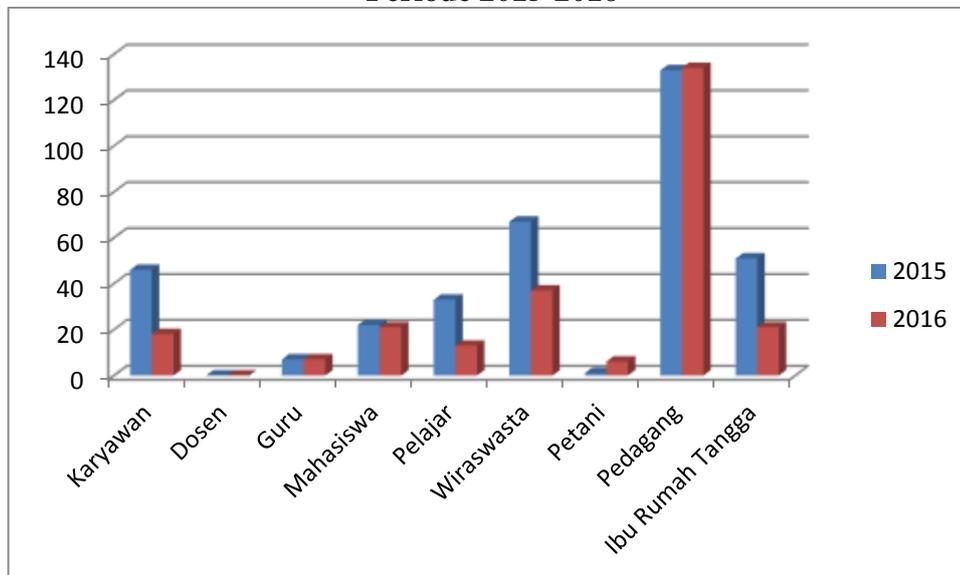
### **3. Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa perkembangan minat nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu**  
**Berdasarkan Jenis Pekerjaan**  
**Periode 2015-2016**

Jenis Pekerjaan	Tahun	
	2015	2016
Karyawan	46	18
Dosen	0	0
Guru	7	7
Mahasiswa	22	21
Pelajar	33	13
Wiraswasta	67	37
Petani	1	6
Pedagang	133	134
Ibu Rumah Tangga	51	21
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>257</b>

**Gambar 4.3**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu**  
**Berdasarkan Jenis Pekerjaan**  
**Periode 2015-2016**



Berdasarkan data tersebut dapat dianalisis bahwa jumlah nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu pada tahun 2015 ada 360 anggota,

Sedangkan pada tahun 2016 terdapat 257 anggota. Pada tahun 2015 dan 2016 terlihat bahwa nasabah yang paling banyak berminat pada BMT L-Risma yaitu nasabah yang berprofesi sebagai pedagang, karena dari data tersebut terlihat bahwa pada tahun 2015 nasabah dengan profesi pedagang ada 37%. Sedangkan pada tahun 2016 ada 52%.

Kemudian dilihat dari diagram bahwa jumlah nasabah yang berprofesi pedagang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang berminat pada BMT L-Risma tersebut dominan berprofesi sebagai pedagang. Tetapi, jika dilihat dari jumlah nasabah keseluruhan terlihat bahwa nasabah BMT mengalami penurunan sekitar 17% dari tahun sebelumnya.

Dari kedua BMT tersebut terlihat jelas bahwa lembaga tersebut memiliki minat nasabah yang berbeda. Di mana pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena bersegmentasi kampus sehingga nasabah BMT tersebut banyak diminati oleh para profesi Mahasiswa karena memang lokasinya didalam kampus itu sendiri. Sedangkan pada BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena lokasinya berada diluar kampus dan sangat dekat dengan masyarakat umum sehingga nasabahnya dominan berprofesi wiraswasta yang berdominan sebagai seorang pedagang. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwasannya lokasi suatu usaha/lembaga juga turut mempengaruhi minat seseorang.

## **B. Faktor-faktor yang Mendorong Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu**

### **1. Faktor-faktor yang Mendorong Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu.**

#### **a) Faktor Internal**

Faktor internal ini merupakan faktor yang terletak pada diri individu bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian).

Berdasarkan hasil wawancara dari nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu bahwa faktor yang mendorong minat untuk menjadi nasabah pada BMT ini bahwa dari 10 responden dalam penelitian ini terdapat 7 responden yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong minat menjadi anggota BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal (keinginan sendiri). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara kepada responden sebagai berikut:

*Sarwenda mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan lokasi terjangkau karena dekat dengan kampus nasabah itu sendiri. Dimana saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling).*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar produk BMT dapat ditambah agar pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT lebih prima, serta promosi yang diberikan juga dapat ditingkatkan agar semakin banyak masyarakat mengetahui tentang BMT tersebut maka akan semakin banyak pula masyarakat berminat untuk menggunakan pelayanan BMT tersebut.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal*

yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun.”<sup>68</sup>

Muhammad Arif mengatakan bahwa “saya sudah 3 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi strategis dekat kampus dan transaksinya mudah. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui penjualan pribadi (*Personal selling*).

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar produk BMT dapat ditambah agar pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT lebih prima, serta promosi yang diberikan juga dapat ditingkatkan agar semakin banyak masyarakat mengetahui tentang BMT tersebut maka akan semakin banyak pula masyarakat berminat untuk menggunakan pelayanan BMT tersebut.

Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.<sup>69</sup>

Noprianda Wulan Sari mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi didalam kampus dan pelayanannya juga memuaskan. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (*advertising*).

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar BMT dapat menambah pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT mulai dari produk, promosi dan lain-lain.

Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.<sup>70</sup>

Herlina Yustati mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi strategis didalam kampus, prosesnya tidak ribet dan pelayanannya juga bagus. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui promosi penjualan

---

<sup>68</sup> Sarwenda, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 15 Juni 2017, Pukul 09.00 WIB.

<sup>69</sup> Muhammad Arif Kurniawan, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 15 Juni 2017, Pukul 11.00 WIB.

<sup>70</sup> Noprianda Wulan Sari, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 16 Juni 2017, Pukul 10.00 WIB.

*pribadi (sales promotion). Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar BMT ini dapat terus meningkatkan baik dari segi pelayanan maupun kinerjanya.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Selain itu juga faktor yang mendorong saya berminat pada BMT ini karena saya mengharapkan BMT AL-Muawanah ini terus maju dan berkembang sehingga adengan bertambah banyaknya nasabah BMT ini maka akan membuat kampus IAIN pun berkembang pula.”<sup>71</sup>*

*Ecy Yusniati mengatakan bahwa “saya sudah 8 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena ermasuk BMT berbasis syariah dan tanpa menggunakan sistem bunga. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui publisitas (publiscity).*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar BMT dapat menambah kinerja BMT tersebut dengan menambah karyawan (Teller) agar memperoleh kepuasan pada nasabah sehingga kinerja perusahaan akan semakin meningkat.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.<sup>72</sup>*

*Tupardi Yanto mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan tanpa dipungut biaya. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (Advertising) dan publisitas (publiscity).*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar produk BMT dapat ditambah agar pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT lebih prima, serta promosi yang diberikan juga dapat ditingkatkan agar semakin banyak masyarakat mengetahui tentang BMT tersebut maka akan semakin banyak pula masyarakat berminat untuk menggunakan pelayanan BMT tersebut.*

---

<sup>71</sup>.Herlina Yustati, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 16 Juni 2017, Pukul 14.00 WIB.

<sup>72</sup> Eci Yusniati, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 17 Juni 2017, Pukul 08.30 WIB.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan faktor eksternal dari luar perusahaan seperti lokasi lingkungan BMT yang juga menjadi faktor pendorong minat saya untuk menggunakan produk pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu”.*<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Sarwenda mengatakan bahwa faktor yang menjadi pendorong minatnya untuk menjadi nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal memang atas dasar dorongan diri sendiri. Begitu juga dikatakan oleh Muhammad Arif berkata bahwa minatnya terhadap BMT tersebut atas dasar keinginan diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Noprianda Wulan Sari juga mengatakan hal yang sama bahwa dia berminat menjadi nasabah BMT atas dasar keinginan sendiri. Herlina Yustati berkata juga bahwa keinginan dalam dirinya yang menjadikan dia berminat menjadi nasabah BMT tersebut. Kemudian Ecy Yusniati mengatakan hal yang sama juga bahwa faktor yang mendorong minatnya menjadi nasabah BMT atas dasar keinginan sendiri. Lalu tidak berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh Tupardi Yanto yang berkata minat dia terhadap BMT ini memang atas dasar keinginan sendiri tanpa ada dorongan atau paksaan dari pihak manapun.

---

<sup>73</sup> Tupardi Yanto, *Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu*. Tanggal 17 Juni 2017, Pukul 11.30 WIB.

## b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang terletak diluar dari individu. Adapun faktor eksternal ini terdiri dari lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Lingkungan tempat tinggal ataupun lingkungan pergaulan ini mampu menumbuhkan minat seseorang sebagaimana keluarga. Bahkan terkadang teman bermain atau teman sepergaulan mempunyai pengaruh yang lebih besar dalam menanam benih minat atau cita-cita.

Berdasarkan hasil wawancara dari nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu terdapat 3 responden yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong minat menjadi anggota BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena Faktor eksternal/Sosial ajakan dari teman. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu sebagai berikut:

*Destri mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi strategis dekat kampus dan berbasis syariah. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (Advertising).*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar produk BMT dapat ditambah agar pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT lebih prima, serta promosi yang diberikan juga dapat ditingkatkan.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor eksternal/sosial yaitu dorongan dari teman namun tidak ada paksaan”<sup>74</sup>.*

---

<sup>74</sup> Destri Suwardi, *Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu*, Tanggal 16 Juni 2017, Pukul 12.30 WIB.

Tria Anggraini mengatakan bahwa “saya baru 10 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena pelayanannya yang baik dan prosesnya tidak sulit. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui promosi penjualan pribadi (Sales Promotion).

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar lokasi ruangan BMT bisa diperbesar agar pelayanan yang diberikan pihak BMT bisa lebih optimal.

“faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor eksternal/sosial yaitu dorongan dari teman namun tidak ada paksaan dari pihak manapun”.<sup>75</sup>

Jesti Anggraini mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan tanpa biaya apapun selama menabung karena menggunakan prinsip syari’ah di BMT tersebut. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (Advertising) dan Publisitas (publiscity).

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya.

Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Serta faktor lain yang mendorong minat saya dalam menggunakan transaksi di BMT yaitu faktor eksternal dimana faktor ini berasal ajakan teman kampus”.<sup>76</sup>

Hera mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan lokasi terjangkau karena dekat dengan kampus nasabah itu sendiri. Dimana saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling).

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya.

---

<sup>75</sup>Tria Anggraini, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 16 Juni 2017, Pukul 14.00 WIB.

<sup>76</sup> Jesti Anggraini, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, Tanggal 17 Juni 2017, Pukul 10.22 WIB.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk melakukan transaksi di BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena faktor eksternal/sosial yaitu dorongan dari teman namun tidak ada paksaan”.*<sup>77</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Destri mengatakan bahwa faktor yang mendorong minat menjadi nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena ada dorongan dari teman. Begitu juga Tria Anggraini mengatakan hal yang sama bahwa minat beliau terhadap BMT ini karena ada teman. Jesti Anggraini juga berkata Faktor pendorong minatnya terhadap BMT tersebut atas dasar dorongan teman dan juga ada dorongan dalam diri pribadi. Kemudian tidak juga berbeda seperti yang dikatakan oleh Hera bahwa faktor yang mendorong minatnya menjadi nasabah BMT yaitu karena ada dorongan dari temannya.

c) Faktor Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa terdapat 5% responden yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong mereka berminat memilih transaksi pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena lokasi BMT tersebut berada didalam kampus sehingga memudahkan mereka untuk menabung ataupun untuk transaksi lain-lainnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Hera mengatakan bahwa *“saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan lokasi terjangkau karena dekat*

---

<sup>77</sup> Hera, *Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu*, Tanggal 17 Juni 2017, Pukul 14.00 WIB.

*dengan kampus nasabah itu sendiri. Dimana saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling)”.*

*Destri mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi strategis dekat kampus dan berbasis syariah. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (Advertising)”.*

*Noprianda Wulan Sari mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi didalam kampus dan pelayanannya juga memuaskan. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (advertising)”.*

*Muhammad Arif mengatakan bahwa “saya sudah 3 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi strategis dekat kampus dan transaksinya mudah. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui penjualan pribadi (Personal selling)”.*

*Sarwenda mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan lokasi terjangkau karena dekat dengan kampus nasabah itu sendiri. Dimana saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling)”.*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Hera berkata bahwa alasan lain dia tertarik untuk menjadi nasabah BMT yaitu karena lokasi BMT berada didalam kampus. Destri juga mengatakan hal yang sama bahwa alasan memilih BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu karena lokasinya strategis berada didalam kampus. Kemudian Noprianda juga berkata demikian bahwa minatnya muncul karena lokasi yang strategis. Begitu juga dengan Muhammad Arif dan Sarwenda juga mengatakan hal yang sama mengenai alasan beliau berminat menjadi nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu.

d) Faktor Prinsip Syari'ah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat 3 responden yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong mereka berminat untuk menjadi nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu yaitu karena prinsip syari'ah yang digunakan oleh BMT tersebut. Namun ada juga nasabah yang mengatakan bahwa prinsip syari'ah bukanlah hal yang menjadikan alasan mereka untuk menjadi nasabah BMT AL-Muawanah tersebut. hal ini dapat dibuktikan dari hasil wawancara sebagai berikut:

*Destri mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena lokasi strategis dekat kampus dan berbasis syariah. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (Advertising)”.*

*Ecy Yusniati (22 tahun) mengatakan bahwa “saya sudah 8 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena ermasuk BMT berbasis syariah dan tanpa menggunakan sistem bunga. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui publisitas (publiscity).*

*Jesti Anggraini (22 tahun) mengatakan bahwa “saya sudah 2 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih bertransaksi pada BMT tersebut karena transaksinya mudah dan tanpa biaya apapun selama menabung karena menggunakan prinsip syari'ah di BMT tersebut. Saya mengetahui berbagai macam produk BMT tersebut melalui periklanan (Advertising) dan Publisitas (publiscity).*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, bahwa Destri mengatakan bahwa alasan beliau minat menjadi nasabah BMT tersebut juga karena adanya faktor prinsip syariah yang digunakan oleh BMT tersebut. begitu pula kata Ecy Yusniati mengatakan hal yang sama seperti yang dikatakan oleh Destri tadi bahwa prinsip

syariahlah yang membuat dia tertarik untuk menjadi nasabah BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu. Jestri Anggraini juga berkata bahwa alasannya berminat menjadi nasabah karena prinsip yang digunakan BMT tersebut merupakan prinsip syariah yang sesuai dengan ajaran Islam.

## **2. Faktor-faktor yang Mendorong Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu**

### **a) Faktor Internal**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari 10 orang informan dalam penelitian ini terdapat 7 responden yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong minat menjadi anggota BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal (keinginan sendiri). Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu sebagai berikut:

*Suklan Efendi mengatakan bahwa “saya sudah 1 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip syari’ah sehingga tabungan saya tidak pernah ada potongan bahkan uang saya bertambah jika saya menyimpan uang dalam kurun waktu lama. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan peromosi terhadap BMT - Risma tersebut.*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang dan tidak mengalami kebangkrutan seperti BMT sebelumnya.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu ini karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.*<sup>78</sup>

Reni Pauziah mengatakan bahwa “saya sudah 7 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip syari’ah sehingga tabungan saya tidak pernah ada potongan. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan promosi terhadap BMT L-Risma tersebut.

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun serta memang saya mengenal marketing dari BMT tersebut”.*<sup>79</sup>

Johayanti mengatakan bahwa “saya sudah 1 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut. Untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip syari’ah. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan promosi terhadap BMT L-Risma tersebut.

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya.

---

<sup>78</sup> Suklan Efendi, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 08.30 WIB.

<sup>79</sup> Reni Pauziah, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 08.40 WIB.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal yaitu atas keinginan sendiri”.*<sup>80</sup>

Erti Marlina mengatakan bahwa “saya sudah 8 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan promosi terhadap BMT L-Risma tersebut.

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang dan tidak mengalami kebangkrutan seperti BMT sebelumnya.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.*<sup>81</sup>

Johatini mengatakan bahwa “saya sudah 9 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan promosi terhadap BMT L-Risma tersebut.

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal*

---

<sup>80</sup> Johayanti, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 08.50 WIB.

<sup>81</sup> Erti Marlina, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 09.20 WIB.

yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.<sup>82</sup>

Suryati mengatakan bahwa “saya sudah 1 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip syari’ah sehingga tabungan saya tidak pernah ada potongan bahkan uang saya bertambah jika saya menyimpan uang dalam kurun waktu lama. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan promosi terhadap BMT L-Risma tersebut.

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang.

Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk melakukan transaksi di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun”.<sup>83</sup>

Surtina (41 tahun) mengatakan bahwa “saya sudah 1 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip syari’ah sehingga tabungan saya tidak pernah ada potongan bahkan uang saya bertambah jika saya menyimpan uang dalam kurun waktu lama. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan promosi terhadap BMT L-Risma tersebut.

Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang dan tidak mengalami kebangkrutan seperti BMT sebelumnya.

---

<sup>82</sup> Johatini, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 10.30 WIB.

<sup>83</sup> Suryati, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 11.45 WIB.

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk melakukan transaksi di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal yaitu dorongan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun.<sup>84</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Suklan Efendi berkata faktor yang mendorong minatnya terhadap BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena adanya dorongan diri sendiri. Begitu juga dikatakan oleh Reni Pauziah bahwa alasan beliau berminat menjadi nasabah karena keinginan sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun. kemudian Johayanti, Erti Marlina pun juga mengatakan hal yang sama mengenai alasan mereka berminat menjadi nasabah BMT karena adanya dorongan dalam diri sesuai dengan kebutuhannya. Lalu Johatini, Suryati, dan Surtina juga berkata demikian mengenai ketertarikan mereka terhadap BMT tersebut.

b) Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 3 responden yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong minat menjadi anggota BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena Faktor eksternal/Sosial ajakan dari teman. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu sebagai berikut:

*Erna mengatakan bahwa “saya sudah 3 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu*

---

<sup>84</sup> Surtina, Wawancara Tentang Faktor-faktor yang Mendorong Minat Nasabah,, Tanggal 15 Juni 2017, Pukul 12. 30 WIB

*pihak marketingnya langsung memberikan peromosi terhadap BMT L-Risma tersebut.*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini dapat memberikan pinjaman cepat saat dibutuhkan oleh nasabahnya.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor eksternal/sosial yaitu dorongan dari teman namun tidak ada paksaan”<sup>85</sup>.*

*Nurhasanah Lubis mengatakan bahwa “saya sudah 3 bulan menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan peromosi terhadap BMT L-Risma tersebut.*

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang, nasabahnya semakin bertambah dan tidak mengalami kebangkrutan seperti BMT sebelumnya.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor eksternal/sosial yaitu dorongan dari teman namun tidak ada paksaan dari pihak manapun”<sup>86</sup>.*

*Mutoharoh mengatakan bahwa “saya sudah 1 tahun menjadi nasabah BMT tersebut. Alasan saya memilih transaksi pada BMT tersebut karena sistem tabungannya langsung dijemput ke rumah, toko atau warung sehingga saya tidak harus datang ke kantor BMT tersebut untuk melakukan simpanan tabungan, selain itu juga BMT ini menggunakan prinsip syari’ah sehingga tabungan saya tidak pernah ada potongan. Saya mengetahui produk BMT tersebut melalui media penjualan pribadi (Personal Selling) yaitu pihak marketingnya langsung memberikan peromosi terhadap BMT L-Risma tersebut.*

---

<sup>85</sup> Erna, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 09.45 WIB.

<sup>86</sup> Nurhasanah Lubis, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 10.00 WIB.

*Promosi yang disampaikan kepada saya sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Sedangkan harapan untuk memuaskan pelayanannya saya mengharapkan agar selalu ditingkatkan dari berbagai aspek baik dari segi produk maupun pelayanan/fasilitasnya. Kemudian harapan lainnya agar BMT L-Risma ini semakin berkembang dan tidak mengalami kebangkrutan seperti BMT sebelumnya.*

*Faktor-faktor yang menjadi pendorong saya untuk menjadi nasabah di BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor eksternal/sosial yaitu dorongan dari teman namun tidak ada paksaan dari pihak manapun".<sup>87</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa nasabah BMT L-Risma ini tertarik menabung di BMT ini karena sistem administrasinya tidak ribet karena tabungan nasabah itu diambil langsung oleh pihak marketing kepada nasabahnya sehingga nasabah merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT tersebut. Selain itu juga nasabahnya berminat karena menggunakan prinsip syari'ah namun ada juga yang berpendapat bahwa prinsip syari'ah bukan menjadi alasan mereka untuk menjadi anggota BMT terkhusus nasabah non muslim.

---

<sup>87</sup> Mutoharoh, Wawancara Tentang Minat Nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu, Tanggal 04 Juli 2017, Pukul 11.20 WIB.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Perbedaan Minat Nasabah BMT Al-Muawanah dengan BMT L-Risma Cabang Bengkulu, antara lain kedua BMT tersebut memiliki nasabah dengan minat yang berbeda diantaranya yaitu pada BMT Al-Muawanah yang bersegmentasi kampus ini dapat dilihat dari jenis profesi nasabahnya bahwa BMT ini banyak diminati oleh masyarakat kampus/umum seperti kalangan dosen dan mahasiswa. Namun ada juga dari masyarakat luar kampus seperti dari kalangan pelajar, guru, swasta, karyawan, dll. Sedangkan pada BMT L-Risma Cabang Bengkulu juga memiliki nasabah yang dominan diminati oleh kalangan masyarakat umum/diluar kampus seperti kalangan pedagang, dan swasta. Namun ada juga nasabah yang berasal dari masyarakat kampus seperti kalangan mahasiswa.

Faktor-faktor yang mendorong minat nasabah BMT Al-Muawanah dan BMT L-Risma Cabang Bengkulu antara lain faktor internal yaitu faktor yang terletak pada diri individu bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian). Kemudian faktor eksternal/sosial, yaitu faktor yang terletak diluar dari individu. Adapun faktor eksternal ini terdiri dari lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat ajakan dari teman. Namun ada pula faktor lain yang mendorong mereka berminat menabung di BMT tersebut karena lokasinya didalam kampus, administrasinya tidak ribet, kemudian ada juga yang mengatakan bahwa minatnya itu karena BMT tersebut menggunakan prinsip syari'ah tidak

adanya unsur riba didalamnya, sehingga menumbuhkan kepercayaan dalam diri nasabah terhadap BMT tersebut. Sedangkan pada nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu bahwa faktor yang mendorong minat menjadi anggota BMT L-Risma Cabang Bengkulu karena faktor internal (keinginan sendiri). Kemudian faktor eksternal/Sosial ajakan dari teman sehingga muncullah keinginan dalam diri nasabah tersebut untuk menjadi nasabah BMT L-Risma Cabang Bengkulu. Alasan nasabah tersebut berminat karena pelayanan, prosesnya cepat dan sistem tabungan dengan cara dijemput langsung ke nasabah bersangkutan sedangkan untuk pembiayaan prosesnya cepat dan akan diantar langsung oleh pihak marketing ke nasabah bersangkutan.

## **B. Saran**

Dalam rangka meningkatkan minat nasabah terhadap kedua BMT tersebut, maka penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Perlu adanya peningkatan sosialisasi pada masyarakat yang berada diluar kampus berupa kegiatan yang berkelanjutan, walaupun BMT Al-Muawanah berada didalam kampus tetapi perlu adanya peningkatan sosialisasi diluar kampus IAIN Bengkulu guna untuk meningkatkan kinerja serta menjadikan BMT AL-Muawanah dikenali oleh masyarakat umum.
2. Perlu adanya penambahan anggota marketing dikarenakan BMT L-Risma menggunakan sistem jemput tabungan sehingga sangat dibutuhkan pelayanan yang maksimal agar nasabah tidak kecewa dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dari pihak BMT tersebut.

3. Perlu adanya kerjasama yang baik antara nasabah dengan pihak BMT agar kedepannya banyak nasabah yang berminat terhadap kedua BMT tersebut. Karena dorongan dari nasabah itu sendiri dapat mempengaruhi nasabah lain sehingga membuat calon nasabah lain tertarik pada BMT tersebut.

## DAFTAR PUSATAKA

- Abdul Rahman, Sholeh. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- A.M, Sadirman. 2003. *Interaksi Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Grafindo.
- Arisandi, Yuldi. *Minat Masyarakat Kelurahan Semarang Kota Bengkulu terhadap Asuransi Syariah*. Skripsi. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2016
- Bungin, Burhan. 2010. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Edwin Nasution, Mustofa, *et.al.* 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islalm*. Jakarta: Kencana.
- Endah Sary, Yessy Nur. 2015. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta : Parama Publishing.
- Fitro, Ahmad. *Pandangan Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang Asuransi Jiwa Syariah*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2009.
- .Hadi Wiyono, Eko. 2007. *Kamus bahasa Indonesia Lengkap Disertai Penggunaan EYD (Ejaan yang disempurnakan)*. Palanta.
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Heri, P. 1998. *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta : EGC.
- Ismail. 2009. *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jakfar, Kasmir. 2012. *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: Pt RajaGrafindo.

- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna Nandan, Supranto J. 2007. *Prilaku konsumen dan strategi pemasaran, edisi pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Muhamad. 2000. *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Pres.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPPAMP YKPN.
- Nur Endah Sary, Yessy. 2015. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UPPAMP YKPN.
- Nur Rianto, M. 2012. *Dasar-dasar pemasaran Bank syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, Iwan. 2008. *Manajemen Strategi*. Jakarta: YRAMA WIDYA.
- Rianto Al Arif, M. Nur. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Riza Salman, Kautsar. 2012. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*. Jakarta: Akademia Permata.
- Salahudin, Mahfudh. 1990. *Pengantar Psikologi Pendidikan*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*, Jakarta: Rineka,
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sri Ismaniyati, Neni. 2013. *Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sudarsono, Heri. 2004. *Bank dan Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta. 2004.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- W. Boyd. Harper JR, Orville C. Walker. JR, Jean-Claude Larreche. 2000 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, Septin Nur. *Pengaruh besaran premi, resiko, klaim, dan akad pada asuransi terhadap minat calon nasabah asuransi syariah*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga. 2013.

LAMPİRAN

## FOTO-FOTO HASIL PENELITIAN







