

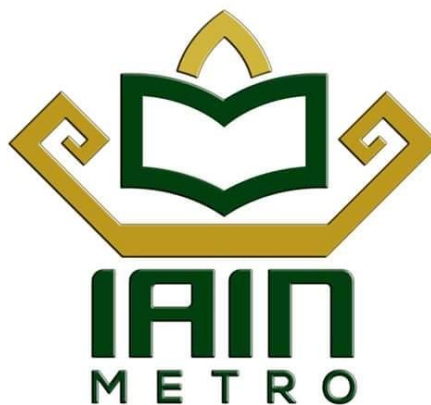
**SKRIPSI**

**FAKTOR MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN  
SYARIAH DI BANK SYARIAH MANDIRI BELITANG KABUPATEN  
OKU TIMUR**

Oleh:

**ANA HARDIYANTI**

**141257810**



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1439 H / 2018 M**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu  
(OKU) Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**ANA HARDIYANTI**

**NPM 141257810**

Pembimbing I: Drs. Tarmizi, M.Ag

Pembimbing II: Hermanita, S.E, M.M

Jurusan: S1 Perbankan Syariah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1440 H/2019 M**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK  
PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus di Bank Syariah  
Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu (OKU) Timur)

Nama : Ana Hardiyanti

NPM : 141257810

FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)

### MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang  
munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

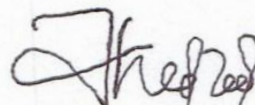
Metro, 31 Desember 2018

Pembimbing I



**Drs. Tarmizi, M. Ag**  
NIP. 19601217 199003 1 002

Pembimbing II



**Hermanita, MM**  
NIP. 19730220 199903 2 001

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : Untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)  
Judul : FAKTOR MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK  
PERBANKAN SYARIAH DI BANK SYARIAH MANDIRI  
BELITANG KABUPATEN OKU TIMUR

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing I



**Drs. Tarmizi, M.Ag**  
NIP. 19601217 199003 1 002

Metro, 31 Desember 2018  
Pembimbing II



**Hermanita, MM.**  
NIP. 19730220 199903 2 001

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: 0157/In. 28.3/D/PP.00.9/01/2019

Skripsi dengan judul: FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu (OKU) Timur), disusun oleh: Ana Hardiyanti, NPM 141257810, Jurusan: S1-Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis, 10 Januari 2019

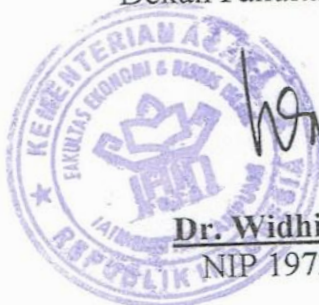
**TIM PENGUJI:**


Ketua/Moderator : Drs. Tarmizi, M.Ag  
Penguji I : Liberty, SE., MA  
Penguji II : Hermanita, SE., MM  
Sekertaris : Enny Puji Lestari, M.E., Sy



(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
NIP 19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu (OKU) Timur)**

Oleh

**ANA HARDIYANTI**

Bank Syariah Mandiri Belitang merupakan lembaga keuangan syariah yang berperan sebagai lembaga intermediasi yang memiliki peran menghubungkan antara nasabah penghimpun dana dengan nasabah penyaluran dana yang bertujuan untuk peningkatan perekonomian masyarakat. Bank Syariah Mandiri Belitang memiliki produk dana atau penghimpun dana, produk pembiayaan atau penyaluran dana dan produk jasa yang ditawarkan kepada masyarakat berdasarkan prinsip bagi hasil. Minat masyarakat terhadap produk perbankan yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang cukup signifikan terkhusus pada nasabah pembiayaan Tabungan BSM. Sehingga penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis faktor minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk membandingkan dan memberi gambaran terhadap fakta yang ada. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi diantaranya yaitu sikap dan keyakinan sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu faktor pelayanan, lokasi dan faktor informasi atau promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Belitang. Dari beberapa faktor tersebut faktor yang paling mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang adalah faktor informasi atau promosi yang termasuk kedalam faktor eksternal.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Januari 2019

Yang Menyatakan,



Ana Hardiyanti  
141257810

## MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ  
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*"Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."*<sup>1</sup>

(Q.S Al-Qhasas: 77)

---

<sup>1</sup> Al-qur'an Tajwid dan Terjemahannya, Kementerian Agama RI, (Bandung: PT Sygma Exmadia Arkanleema, 2007)



## **PERSEMBAHAN**

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan keberkahan dalam hidup penulis, salah satunya dengan terselesaikannya studi ini. Saya persembahkan skripsi ini sebagai rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang Bapak Mis'adi, dan Ibu Hartatik yang tak pernah lelah mendo'akan dan senantiasa mendukung, memotivasi untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Kakak-kakakku, Nita Yuniawati S.pd dan Ulfa Sa'adatul Fitria S.pd yang telah memberikan semangat dan motivasi atas keberhasilanku.
3. Pembimbing terbaik, Bapak Drs. Tarmizi, M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Hermanita, S.E, M.M selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku, Ayu Utami, Istiqomah, Karmi Handini, dan Shinta Purwanti yang telah mengarungi suka duka bersama selama empat tahun serta mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2014 khususnya kelas A.
5. Orang yang telah menunggu kesuksesanku, Wahyu Widodo yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya kepada penulis.
6. Almamater IAIN Metro

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas taufik, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi.

Penulisan proposal ini adalah sebagai salah satu bagian dalam persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Dalam upaya penyelesaian proposal skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu, diantaranya :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsia, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Drs. Tarmizi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing sekaligus pembimbing I yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan masukan yang bersifat membangun dalam menyusun proposal skripsi ini
4. Ibu Hermanita, MM selaku pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan masukan yang bersifat membangun dalam menyusun proposal skripsi ini
5. Bapak, Ibu Dosen dan staff IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama penulis menempuh pendidikan

6. Ucapan terimakasih juga penulis haturkan kepada ibu dan ayahanda yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan doa dalam penyelesaian proposal ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam proposal skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih bagi para dosen, dan semua orang yang membantu atas selesainya proposal skripsi ini, dan tidak lupa penulis selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan perbankan syariah.

Metro, Januari 2019



Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Minat Masyarakat.....	10
1. Pengertian Minat Masyarakat .....	10
2. Macam-Macam Minat Masyarakat .....	11
3. Karakteristik Minat Masyarakat.....	13
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	15

B. Produk-Produk Perbankan Syariah .....	20
1. Produk Penyaluran Dana ( <i>Finance</i> ).....	20
2. Produk Penghimpun Dana ( <i>Funding</i> ) .....	23
3. Produk Sewa dan Jasa Bank Syariah .....	26
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen atau Masyarakat .....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
B. Sumber Data.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Teknik Analisis Data.....	35

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

A. Sekilas Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten OKU Timur .....	36
B. Faktor Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Di Bank Syariah Mandiri Belitang .....	46
C. Analisis Data .....	53

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	58

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAM-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Surat Bimbingan Skripsi

Surat Izin Research

Surat Tugas

Outline

Alat Pengumpul Data (APD)

Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan salah satu industri jasa yang menawarkan produk sesuai kebutuhan syariah. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>2</sup>

Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil (*profit sharing*) yang merupakan landasan utama dalam operasionalnya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan, jasa maupun produk lainnya. Karena sifatnya yang berdasarkan syariah, maka produk-produk bank syariah tidak sama dengan produk-produk bank konvensional yakni adanya pelarangan riba, larangan melakukan transaksi yang mengandung unsur *maysir* (judi), *gharar* (ketidakpastian), dan *bathil*.<sup>3</sup> Ada empat prinsip utama dalam perbankan syariah yang mendasari kinerja bank syariah, yaitu perbankan non riba, perniagaan halal dan tidak haram, keridhaan pihak-pihak dalam berkontrak, dan pengurusan dana yang amanah, jujur dan bertanggung jawab.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 32

<sup>3</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah, Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), h. 60

<sup>4</sup>Trisadini P. Usanti dan Abd Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 3

Bank syariah merupakan suatu lembaga yang berfungsi sebagai organisasi perantara antara yang berkelebihan dana dan yang kekurangan dana yang dalam produk-produknya harus sesuai dengan syariat Islam. bank syariah dengan sistem bagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*) memiliki konsep yang sangat tepat ditengah kondisi ketidakadilan yang dialami oleh masyarakat.<sup>5</sup> Dalam keputusan menjadi nasabah sebuah bank, masyarakat sangat memperhatikan produk yang ditawarkan oleh perbankan tersebut. Produk perbankan yang sesuai dengan sistem syariah lebih cenderung menjadi alasan bagi masyarakat untuk menabung di Perbankan Syariah, karena itu bank syariah lebih meningkatkan kegiatan sosialisasi bahwa bunga adalah riba dan bagi hasil adalah halal.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.<sup>6</sup> Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas, hal ini lah yang dapat mempengaruhi calon nasabah dalam memilih produknya.

Minat dapat diartikan sebagai suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu terhadap objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang.<sup>7</sup> Minat dapat menjadi sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan sesuatu yang mereka inginkan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

---

<sup>5</sup>Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 45

<sup>6</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran: jilid 2*, ( Jakarta: Erlangga, 2008), h. 4

<sup>7</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Persada Media Group, 2011), h. 63



Faktor minat masyarakat terhadap produk ditentukan oleh pelayanan dan produk yang dikehendakinya sehingga jaminan kualitas dari perbankan syariah menjadi prioritas utama. Nasabah dapat menilai kualitas perbankan syariah dari produk yang ditawarkan, apabila produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah maupun calon nasabah sehingga dapat menarik minat nasabah maupun calon nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks.<sup>8</sup> Nasabah yang menggunakan produk maupun jasa perbankan syariah akan memberikan nilai dan proporsi terhadap kemampuan pelayanan dari bank syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Minat nasabah akan timbul dari kebutuhan dan akan berakhir pada persepsi nasabah terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan, sehingga perbankan syariah dapat mengukur tingkat kepuasan nasabah.

Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah diprediksikan memiliki prospek dan pangsa pasar yang menjanjikan karena nasabah dapat leluasa memilih sesuai dengan spesifikasi kebutuhannya. Namun fenomena yang sebenarnya terjadi yaitu banyaknya produk perbankan syariah yang belum tersosialisasi kepada masyarakat luas sehingga minat masyarakat dalam memilih produk-produk bank masih sangat minim. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak

---

<sup>8</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007), h. 213

terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong minat masyarakat untuk dapat menggunakan produk bank syariah.

Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali lebih didasarkan pada faktor informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut, padahal banyak faktor yang menyebabkan minat masyarakat terhadap produk perbankan, misalkan faktor dorongan dari dalam diri masyarakat, faktor kebutuhan, faktor promosi, dan faktor pelayanan. Akan tetapi pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank yang dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan kegiatan usaha bank dapat merugikan nasabah dan memungkinkan calon konsumen tidak tertarik untuk memilih produk yang dimiliki bank tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk dan jasa bank syariah dan dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana di bank syariah.

Dengan mengamati banyaknya lembaga keuangan perbankan syariah merupakan suatu fenomena aktual yang menarik untuk dicermati. Perkembangan perbankan syariah tidak hanya terlihat dari sisi kuantitas saja, namun juga dari sistem bagi hasil dari suatu produk. Nasabah selalu menginginkan produk yang dapat memebuhi kebutuhan mereka, dan menuntut bank untuk memberikan pelayanan terbaik. Faktor tersebut merupakan salah satu hal yang mempengaruhi minat dan perilaku dari nasabah. Bank syariah harus siap mengadaptasikan dari setiap produk

yang ditawarkan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga bank syariah dapat menarik pangsa pasar dan minat masyarakat.

Faktor minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah yang sangat bervariasi merupakan acuan bagi perbankan syariah dalam mengembangkan produk-produknya. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam, diharapkan perbankan syariah akan mampu menjadi alternatif perbankan syariah yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat tanpa terkecuali. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen perbankan syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas keuangan secara keseluruhan.

Berdasarkan *survey* yang penulis lakukan menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Belitang hanya mengetahui produk yang mereka gunakan saja sedangkan produk lainnya kurang mendapat perhatian dari mereka. Bapak Dede Irawan menjelaskan bahwa hal ini dikarenakan pola pikir masyarakat untuk memilih produk-produk yang dimiliki bank syariah masih minim. Masyarakat cenderung menganggap produk perbankan syariah dengan produk konvensional sama saja.<sup>9</sup>

Hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Ilhamoko bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri belum sepenuhnya mengetahui produk yang ditawarkan, karena perbankan syariah sendiri masih dianggap asing oleh masyarakat.

---

<sup>9</sup> Wawancara Bapak Dede Irawan, *Branch Operation & Service Manager* (BOSM) di Bank Mandiri Syariah Belitang, pada tanggal 07 Mei 2018

Apalagi masyarakat Belitang, Kabupaten Oku Timur masih terbiasa menggunakan produk-produk perbankan konvensional dibandingkan produk perbankan syariah.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu (OKU) Timur)”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan penelitian dalam studi ini adalah “Apa saja faktor minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang, Kabupaten Oku Timur?”.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dan manfaat penelitian yang hendak dicapai penulis adalah sebagai berikut:

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang, Kabupaten Oku Timur.

---

<sup>10</sup> Wawancara Bapak Ilhamoko, *Cutomer Service* (CS) di Bank Mandiri Syariah Belitang, pada tanggal 07 Mei 2018

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan kajian terkait faktor minat masyarakat dalam memilih produk-produk perbankan syariah.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi lembaga keuangan syariah agar memperhatikan prinsip-prinsip syariah untuk meningkatkan pemahaman terhadap karakteristik bank syariah dan perilaku nasabah dalam memilih produk-produk perbankan syariah.

### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan adalah penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Penelitian relevan dalam tugas akhir, skripsi, dan tesis untuk menjelaskan posisi (*State of Art*), perbedaan atau memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang sudah ada.<sup>11</sup> Dalam hal ini, penulis pengutip hasil penelitian yang telah lalu yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Yullindar Sasmi yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Masyarakat Muslim Memilih Perbankan Syariah*”. Penelitian ini membahas tentang faktor eksternal terhadap memilih pembiayaan pada bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa terdapat masyarakat khususnya muslim

---

<sup>11</sup> STAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), h. 46

memilih bank syariah dalam melakukan berbagai transaksinya, masyarakat muslim sudah mengetahui bahwasannya bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dalam transaksinya, bahwasannya MUI sudah mengatakan bahwa bunga bank merupakan faktor riba yang haram dilakukan oleh masyarakat muslim.

2. Skripsi yang ditulis oleh Enin Nur'aeni yang berjudul "*Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Bank Syariah*" (Studi Kasus Masyarakat Desa Singawada, Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka). Penelitian ini membahas tentang pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah akan mempengaruhi keyakinan masyarakat dalam memilih produk yang ditawarkan perbankan syariah.
3. Skripsi yang ditulis oleh Imam Jalaluddin yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung*" (Studi Kasus Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Cirebon). Penelitian membahas tentang apa saja faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di perbankan syariah. Hasil dari penelitian ini adalah faktor motivasi, faktor promosi dan faktor produk adalah faktor-faktor yang dominan mempengaruhi nasabah untuk menabung di bank syariah.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu tersebut, pada penelitian ini memiliki kajian yang sama, yaitu membahas tentang faktor-faktor minat masyarakat dalam berhubungan dengan perbankan syariah. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu pada penelitian ini lebih terfokus pada faktor-faktor minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini belum pernah dikaji pada penelitian sebelumnya.

## BAB II

### PEMBAHASAN

#### A. Minat Masyarakat

##### 1. Pengertian Minat Masyarakat

Menurut Yudrik Jahja, minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang.<sup>12</sup>

Minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.<sup>13</sup>

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat merupakan sumber motivasi diri untuk mendorong seseorang mendapatkan sesuatu yang diinginkannya, namun minat tidak bersifat permanen karena biasanya seseorang sudah mendapatkan sesuatu yang diinginkan, minat mereka terhadap sesuatu itu pun akan menurun. Ini

---

<sup>12</sup>Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 63

<sup>13</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada, 2004), h. 263



karena minat atau keinginan manusia yang selalu berubah-ubah tiap harinya sesuai dengan keadaan sekarang.<sup>14</sup>

Minat sebagai aspek kewajiban bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Masyarakat diartikan sebagai pelanggan atau konsumen yang merupakan aset atau kekayaan utama perusahaan, karena tanpa konsumen, perusahaan tidak akan berarti apa-apa.<sup>15</sup>

Minat dapat diartikan sebagai suatu perasaan tertarik pada sesuatu produk maupun jasa yang menimbulkan keinginan oleh setiap manusia untuk berusaha memilikinya. Minat merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan sesuatu yang mereka inginkan sesuai perasaan mereka sendiri sehingga menimbulkan rasa senang terhadap sesuatu yang mereka inginkan dan butuhkan. Kebutuhan seseorang beraneka ragam, oleh karena itu motivasi dan minat saling berkaitan satu sama lain untuk mencari kepuasan pada sesuatu yang diinginkan.

## **2. Macam-Macam Minat Masyarakat**

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongannya, misalnya berdasarkan

---

<sup>14</sup>Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 180

<sup>15</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 334

timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan mengungkapkan minat itu sendiri. Macam-macam tersebut yaitu:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makan, perasaan enak atau nyaman, dan kebebasan beraktivitas. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak timbul secara langsung berhubungan dengan diri kita. Sebagai contoh keinginan untuk memiliki mobil, kekayaan, atau pakaian mewah. Dengan memiliki hal-hal tersebut secara tidak langsung akan menganggap kedudukan atau harga diri bagi orang yang istimewa pada orang-orang yang memiliki mobil, kaya, berpakaian mewah, dan lain-lain.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat instrintik dan ekstrintik. Minat instrintik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas kita sendiri. Contohnya seseorang senang belajar karena tertarik pada ilmu pengetahuan, atau memang karena senang membaca. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Sebagai contoh seseorang belajar dengan tujuan agar mendapatkan juara kelas atau lulus ujian, setelah menjadi juara kelas atau lulus ujian minat belajarnya menjadi turun.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat, dapat dibedakan menjadi empat yaitu:
  - 1) *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan baik berupa tugas maupun bukan tugas dan disenangi serta paling tidak disenangi.
  - 2) *Manifest interest* yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.
  - 3) *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah, biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula pada hal tersebut.
  - 4) *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada

subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktifitas atau suatu objek yang dinyatakan.<sup>16</sup>

Pemahaman terhadap perilaku masyarakat tidak terlepas dari minat konsumen yang memiliki perbedaan satu dengan yang lainnya berdasarkan jenis keinginannya. Masyarakat sebagai konsumen berhak untuk memilih memakai atau menggunakan produk-produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang menjadi dasar tujuannya. Begitu juga terhadap pemilihan lembaga keuangan yang mereka kehendaki untuk melakukan kerjasama.

### **3. Karakteristik Minat Masyarakat**

Minat masyarakat sebagai konsumen terhadap suatu barang atau jasa memiliki karakter khusus, yaitu:

- a. Minat bersifat pribadi, ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain. Dimana diantara individu satu dengan individu lainnya dalam memilih suatu produk atau jasa mempunyai pandangan yang berbeda. Hal ini bergantung pada tingkat kebutuhan dan kemampuan setiap individu tersebut. Jadi minat seseorang terhadap jasa bersifat pribadi karena bergantung pada kebutuhan dan kemampuan individu tersebut untuk memenuhi keinginannya sesuai dengan kepribadiannya.

---

<sup>16</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, h. 265

- b. Minat menimbulkan efek deskriminatif, sebagaimana yang telah diketahui bahwa minat bersifat pribadi dimana minat masyarakat sebagai konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa murni dari individu itu sendiri. Ada pertimbangan khusus bagi seorang konsumen sebelum memutuskan untuk memilih suatu barang atau jasa. Pertimbangan tersebut akan menimbulkan deskriminatif terhadap jasa yang ada dipasaran.
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi. Seorang konsumen sebelum memilih jasa pasti mempunyai alasan tertentu untuk memilih suatu jasa. Minat konsumen terhadap jasa bisa termotivasi atau terpengaruh orang lain dan bisa mempengaruhi orang lain untuk menggunakan jasa.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan , pengalaman dan mode. Sebuah minat akan terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu, hal ini tergantung pada kebutuhan individu yang mengalami perubahan.<sup>17</sup>

Minat masyarakat sebagai konsumen memiliki karakteristik tertentu terhadap suatu barang atau jasa. Karakteristik tersebut yaitu bersifat pribadi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan individu, minat dapat menimbulkan efek deskriminatif, minat berhubungan erat dengan motivasi. Minat merupakan sesuatu yang dapat dipelajari, ini

---

<sup>17</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), h. 75

tergantung pada tingkat kebutuhan individu yang mengalami perubahan.

#### **4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat**

Crown and Crow berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat perhatian orang lain. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan yang timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.<sup>18</sup>

Selain itu perilaku masyarakat sebagai konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada dalam diri manusia (internal). faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal). Faktor-faktor ini juga dapat mempengaruhi minat seseorang untuk mencapai keinginannya.

---

<sup>18</sup> Ibid., h. 264

a. Faktor Internal

Faktor internal tersebut yaitu, faktor kepribadian, motivasi, sikap dan keyakinan, gaya hidup, dan agama. Sedangkan faktor eksternal yaitu pelayanan, margin keuntungan, promosi, dan lokasi.

1) Faktor Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.<sup>19</sup> Dalam hal ini banyak seorang pemasar menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian karena kepemilikan seseorang menunjukkan identitas mereka.

2) Motivasi

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi ini menjadi alasan untuk berperilaku, dimana seseorang membeli suatu produk atau menggunakan jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhannya.

---

<sup>19</sup> Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, h. 159

### 3) Sikap dan Keyakinan

Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang kedalam suatu pemikiran untu menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Keyakinan adalah pemilikan yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan yang diformulasikan seseorang tentang produk dan jasa tertentu.<sup>20</sup> Karena keyakinan suatu produk dan jasa akan mempengaruhi perilaku konsumen.

Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau jasa akan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Sikap dapat diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan sesuatu tindakan atau aktivitas, maka sikap dapat mempengaruhi keyakinan ataupun sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

### 4) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktunya.<sup>21</sup> Karena dalam suatu aktivitas yang dilakukan seseorang maka kita akan berpengaruh terhadap pembelian suatu produk atau penggunaan dari jasa. Gaya hidup

---

<sup>20</sup> Ibid., h. 176

<sup>21</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 46

dapat menggambarkan keseluruhan dari seseorang untuk berinteraksi dalam lingkungan. Konsep gaya hidup dapat mempengaruhi perusahaan dalam memahami nilai konsumen yang berubah.

#### 5) Agama

Agama yang bervariasi dan bersifat pribadi, maka kelompok agama mempunyai pengaruh yang sangat penting konsumsi suatu masyarakat. Oleh karena itu perusahaan hendaknya memperhatikan dengan spesifik dari keberagaman agama karena akan mempengaruhi dari sikap dan perilaku dari konsumen. Keagamaan akan mempengaruhi seseorang dalam suatu pembelian karena mereka akan melihat dari produk dan jasa yang sesuai dengan agama dan kebutuhannya.

#### b. Faktor Eksternal

##### 1) Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu perusahaan. Pelayanan yang baik akan menarik minat masyarakat dengan baik pula. Masyarakat yang hendak menjadi nasabah suatu bank syariah harus mendapat pelayanan yang baik agar merasa puas atas kerjasama tersebut. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan fee.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015)



Apabila kualitas yang diberikan pada nasabah sangat baik dan mampu membuat banyak nasabah tertarik untuk berinvestasi atau bekerjasama dengan bank syariah maka perkembangan perbankan syariah akan terus meningkat.

## 2) Margin keuntungan

Margin keuntungan adalah sejumlah keuntungan dalam bentuk presentase yang diperhitungkan oleh pihak bank dalam melakukan transaksi jual beli dengan nasabah.<sup>23</sup> Secara teknis yang dimaksud dengan margin keuntungan yaitu presentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan margin keuntungan secara harian atau bulanan. Dengan adanya margin yang besar maka keuntungan yang didapat akan besar pula. Hal inilah yang menjadi sorotan nasabah yang hendak melakukan kerjasama dengan bank syariah.

## 3) Faktor Promosi

Promosi meliputi informasi yang disampaikan melalui media cetak, online maupun media langsung. Bank syariah dapat melakukan promosi dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat untuk terus melakukan kerjasama dengan bank syariah. Promosi merupakan suatu kegiatan aktif yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha memasarkan produk yang dimilikinya kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk

---

<sup>23</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 279

memberikan informasi, mempengaruhi dan membujuk masyarakat, sehingga masyarakat akan berminat untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

#### 4) Faktor Lokasi

Faktor lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis artinya lokasi tersebut harus lokasi yang mudah dijangkau, karena semakin strategis lokasi maka semakin besar peluang yang didapat. Lokasi merupakan suatu tempat yang digunakan untuk memproduksi atau tempat untuk melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan bank pada lokasi yang mudah dijangkau, oleh karena itu lokasi bank yang strategis akan menentukan banyaknya jumlah nasabah.

## **B. Produk-Produk Bank Syariah**

Pada umumnya operasional perbankan syariah dibagi menjadi tiga bagian yang berkaitan dengan produk perbankan syariah. Tiga bagian tersebut dikelompokkan menjadi tiga bagian utama, yaitu:

### **1. Produk Penyaluran Dana (*Finance*)**

#### a. Prinsip Bagi Hasil (*Profit Sharing*)

Secara umum, prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah terdiri dari empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah*, dan *al-musaqoh*. Namun produk yang paling banyak dipakai dalam perbankan syariah adalah *al-musyarakah* dan *al-*

*mudharabah*, sedangkan produk *al-muzara'ah* dan *al-musaqoh* dipergunakan khusus *plantation financing* atau pertanian.

1) *Al-Musyarakah*

*Al-Musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.<sup>24</sup>

2) *Al-Mudharabah*

*Mudharabah* adalah kerja sama untuk menjalankan suatu usaha atau bisnis tertentu, dimana pihak satu sebagai pemilik modal, kemudian pihak lainnya sebagai pelaksana usaha. Apabila terjadi kerugian maka yang menanggung seluruh kerugian adalah pihak pemilik modal, kecuali kerugian terjadi karena kelalaian pihak yang menjalankan usaha. Sementara apabila usaha tersebut mendapatkan keuntungan, maka dibagi sesuai dengan kesepakatan diantara mereka.<sup>25</sup>

Ada dua macam *al-mudharabah*, yaitu:

- a) *Mudharabah mutlaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak kedua yang cakupannya lebih luas, maksudnya tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi usaha, dan daerah bisnis.

---

<sup>24</sup>*Ibid.*

<sup>25</sup> Imam Mustofa, *Fiqih Mua'amalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), h. 151.

b) *Mudharabah muqayyadah* merupakan kembalikan dari *mudharabah mutlaqah*, yaitu dibatasi oleh waktu spesifikasi usaha dan daerah bisnis.<sup>26</sup>

3) *Al-Muzara'ah*

*Al-Muzara'ah* adalah kerjasama pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (*presentase*) dari hasil panen. Syarat utama dari akad ini adalah benih dari pemilik lahan.

4) *Al-Musaqoh*

*Al-Musaqoh* adalah bentuk yang lebih sederhana dari *muzara'ah* dimana si penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalannya, si penggarap berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen.

b. Jual Beli

Secara umum, ada tiga jenis produk jual beli diperbankan syariah yang sering digunakan oleh nasabah untuk pembiayaan modal kerja dan investasi.

---

<sup>26</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan.*, h. 33.

1) *Ba'i Murabahah*

*Ba'i Murabahah* adalah jual beli dimana si penjual mengambil keuntungan dari barang yang dijualnya, sementara si pembeli mengetahui harga awal dari barang tersebut.<sup>27</sup>

2) *Ba'i Salam*

*Salam* adalah akad jual beli barang pesanan antara pembeli dan penjual dengan pembayaran dilakukan dimuka pada saat akad dan pengiriman barang dilakukan pada saat akhir kontrak. Barang pesanan harus dijelaskan spesifikasinya.<sup>28</sup>

3) *Ba'i Istishna'*

*Istishna'* merupakan bentuk khusus dari akad *salam*. Oleh karena itu, ketentuan dalam *istishna'* mengikuti ketentuan dan aturan *ba'i salam*. *Ba'i Istishna'* adalah kontrak penjualan antara pembeli dan produsen (pembuat barang). Kedua belah pihak harus saling menyetujui atau sepakat lebih dulu tentang harga dan sistem pembayaran. Kesepakatan harga dapat dilakukan secara tawar menawar dan sistem pembayaran dapat dilakukan dimuka atau secara angsuran per bulan atau dibelakang.<sup>29</sup>

## 2. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

### a. Tabungan Syariah

---

<sup>27</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Mua'amalah.*, h.68.

<sup>28</sup> Ismail, *Perbankan Syariah.*, h. 153.

<sup>29</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan.*, h. 35.

### 1) Tabungan *Wadiah*

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni berupa titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadiah*, bank syariah menggunakan akad *wadiah yadhamanah*.

### 2) Tabungan *Mudharabah*

Yang dimaksud dengan tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudhariab* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana). Bank syariah mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan prinsip syariah. Dalam produk ini bank syariah dapat menggunakan dua bentuk *mudharabah* yakni, *mudharabah mutlaqoh* dan *mudharabah muqayyadah*.

## b. Giro Syariah

### 1) Giro *wadiah*

Yang dimaksud dengan giro *wadiah* adalah giro yang dijalankan giro yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Dalam kaitannya dengan giro, bank syariah

menerapkan prinsip *wadiah yad-dhamanah*, yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan barang atau uang titipannya. Sedangkan bank syariah memiliki hak untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil.<sup>30</sup>

## 2) Giro *mudharabah*

Yang dimaksud dengan giro *mudharabah* adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudhariab* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana). Bank syariah mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan prinsip syariah.

## c. Deposito Syariah

Selain giro dan tabungan, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpun dana (*funding*) adalah deposito syariah. Yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah dengan menerapkan prinsip *mudharabah*.

---

<sup>30</sup>Adiwarwan Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), h. 271

### 3. Produk Sewa dan Jasa Bank Syariah

#### a. Produk Sewa

##### 1) *Ijarah*

*Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership milkiyyah*) atas barang itu sendiri.<sup>31</sup>

##### 2) *Ijarah Muntahia Bi Tamlik*

Transaksi yang disebut dengan *ijarah muntahia bi tamlik* adalah produk sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si penyewa.

#### b. Produk Jasa

##### 1) *Wakalah*

*Wakalah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.<sup>32</sup>

##### 2) *Kafalah*

*Kafalah* adalah jaminan, beban, atau tanggungan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung

---

<sup>31</sup> Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.42.

<sup>32</sup> Adimarwan A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Analisis Keuangan*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2010), h.107.



(*makful*). *Kafalah* dapat juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin atas jasanya penjamin dapat meminta imbalan tertentu dari orang yang dijamin.<sup>33</sup>

3) *Hawalah*

*Hawalah* merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dengan kata lain, pemindahan beban utang darisatu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau *factoring*.<sup>34</sup>

4) *Rahn*

*Rahn* merupakan kegiatan menahan salah satu milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.<sup>35</sup>

5) *Al-Qard*

*Al-qard* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam hal ini bank syariah dapat memberikan pinjaman kepada nasabah yang kekurangan dana dengan kesepakatan yang telah ditentukan.

---

105. <sup>33</sup> Ascaraya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), h.

<sup>34</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan.*, h. 36.

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 37

### **C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen atau Masyarakat**

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengkonsumsi suatu produk maupun jasa perbankan syariah, yaitu:

#### **1. Pengaruh Lingkungan**

Pengaruh lingkungan terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga, dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen masyarakat adalah memahami keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk yang ditawarkan perbankan syariah. Masyarakat hidup dalam lingkungan yang kompleks, dimana perilaku mereka cenderung dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut.

#### **2. Perbedaan dan pengaruh individu**

Faktor ini terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Perbedaan individu merupakan faktor internal yang dapat menggerakkan dan mempengaruhi perilaku seseorang. Kelima faktor tersebut akan mempengaruhi akan memperluas pengaruh perilaku masyarakat sebagai konsumen dalam mengambil keputusan.

#### **3. Proses psikologis**

Faktor terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut dapat menambah minat utama dari keputusan masyarakat dalam memilih suatu produk.

Agar produk yang dibuat diterima pasar dan masyarakat, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan

kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.<sup>36</sup> Adapun manfaat dari adanya produk plus adalah sebagai berikut<sup>37</sup>:

1. Untuk meningkatkan penjualan.

Dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan antar nasabah (*word of mouth*), sehingga berpotensi untuk menarik nasabah dan mempertahankan nasabah lama untuk terus mengonsumsi produk yang ditawarkan bank syariah sehingga meningkatkan penjualan.

2. Menimbulkan rasa bangga pada nasabah.

Produk yang memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing, menyebabkan nasabah yang menggunakan produk tersebut akan bangga pada yang telah di pilih karena memiliki keunggulan dengan produk pesaing.

3. Menimbulkan kepercayaan

Dalam hal ini apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Dalam dunia

---

<sup>36</sup>M. Nur Rianto Al- Ari, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfa Beta, 2012), h. 140

<sup>37</sup>Ibid., h. 141

perbankan kepercayaan merupakan faktor utama dalam penentu keberhasilan bank tersebut.

#### 4. Menimbulkan kepuasan

Produk yang berkualitas tinggi akan mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabahnya, sehingga kecil kemungkinan untuk nasabah berpindah ke produk lain. Kepuasan akan tercapai apabila produk yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dari nasabah.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau di lokasi untu menyelidiki gejala objektif sebagai sebagai terjadi dilokasi tersebut, yang digunakan untuk menyusun laporan ilmiah.<sup>38</sup> Dalam pendapat lain, penelitian lapangan (*field research*) adalah pengamatan langsung ke obyek yang akan diteliti guna mendapatkan data yang relevan.<sup>39</sup> Adapun maksud dari penelitian lapangan dalam penelitian ini adalah peneliti akan melakukan penelitian yang ditujukan secara langsung ke lokasi penelitian yaitu pada Bank Syariah Mandiri Belitang, Jl. Nusa Indah No. 05 Pasar Lama Gumawang, Belitang Oku Timur.

##### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu dengan mengungkapkan gejala-gejala yang terlihat dan mencari fakta tentang minat masyarakat terhadap produk-produk bank syariah.

---

<sup>38</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 96

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 7

Menurut Abdurahmat Fathoni, penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.<sup>40</sup> Sedangkan menurut Sumardi Suryabrata menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai situasi-situasi kejadian.<sup>41</sup>

## **B. Sumber Data**

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain-lain.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer maupun sekunder. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan data yang perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.<sup>43</sup> Pengambilan sumber data dalam menentukan informasi penelitian ini dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. *Insidental sampling* merupakan pengambilan sampel yang dilakukan

---

<sup>40</sup> Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 97

<sup>41</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), h. 80

<sup>42</sup> Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 157

<sup>43</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*,(Jakarta: Rajawali Press, 2013), h.

dengan memperoleh sampel dari sekumpulan populasi dengan cara *insidental* atau kebetulan dengan tidak menggunakan perencanaan tertentu, bila orang atau sampel yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>44</sup>

Penerapan *insidental sampling* penelitian ini berdasarkan nasabah yang paling banyak menggunakan produk pembiayaan yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang yaitu nasabah pembiayaan produk Tabungan BSM sebanyak 10 orang.

Yang termasuk dalam sumber data primer dalam penelitian ini yaitu dari Bapak Dede Irawan selaku *Branch Operations Service Manager* (BOSM), Bapak Ilhamoko selaku *Customer Service* (CS) dan nasabah Bank Syariah Mandiri Belitang, Oku Timur. Dengan data ini peneliti dapat mengetahui faktor minat masyarakat terhadap produk-produk bank syariah.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer.<sup>45</sup>

Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan, dari laporan-laporan peneliti terdahulu atau dari buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan pembahasan serta dilengkapi dengan dokumen-

---

<sup>44</sup> Mardalis, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), h. 59

<sup>45</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.3

dokumen terkait dengan pengaruh label syariah pada lembaga keuangan terhadap minat masyarakat.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini menggunakan wawancara bebas terpimpin, yaitu dengan menggali informasi secara garis besar terkait faktor minat masyarakat terhadap produk bank syariah, sedangkan objek diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban. Didalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada Bapak Dede Irawan selaku *Branch Operations Service Manager* (BOSM), Bapak Ilhamoko selaku *Customer Service* (CS) dan nasabah pembiayaan produk Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Belitang, Oku Timur

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 375

<sup>47</sup> Ibid., h. 228



## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serat pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>48</sup> Dalam penelitian ini dokumentasi diambil dari literatur, buku-buku, dan foto-foto.

### **D. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode induktif. Teknik analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>49</sup> Sedangkan metode berpikir induktif yaitu adalah proses pengambilan kesimpulan (pembentukan hipotesis) yang didasarkan pada satu atau dua fakta atau bukti.<sup>50</sup>

Berdasarkan hal tersebut diatas dalam penelitian ini metode yang digunakan berdasarkan berpikir induktif yaitu dengan mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi yang berawal dari fakta yang khusus kemudian diambil kesimpulan yang bersifat umum secara konkrit.

---

<sup>48</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian*, h. 152

<sup>49</sup> Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 248.

<sup>50</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, ( Jakarta: Kencana, 2011), h.17

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Sekilas Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten Oku Timur**

Bank Syariah Mandiri Belitang hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya.<sup>51</sup> Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga. Dengan adanya undang-undang perbankan syariah No. 10 tahun 1998 kehadiran Bank Syariah Mandiri cukup kuat di tengah-tengah masyarakat Belitang, Kabupaten Oku Timur. Bank Syariah Mandiri Belitang ikut ambil bagian dalam pengembangan bisnis yang berdasarkan prinsip syariah dan berusaha mengubah paradigma masyarakat yang masih beranggapan bahwa Bank Konvensional dan Bank Syariah sama.<sup>52</sup>

Bank Syariah Mandiri Belitang berdiri pada tanggal 20 Januari 2012. Setelah enam tahun beroperasi BSM Belitang mampu memberikan produk-produk perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Belitang dan sekitarnya. BSM Belitang menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi dengan memberikan produk-produk pembiayaan dan penghimpun dana berdasarkan prinsip bagi hasil serta memberikan produk jasa perbankan syariah.

---

<sup>51</sup>Dokumentasi Bank Syariah Mandiri Belitang, Jl. Nusa Indah Timur No. 5 Pasar Lama Gumawang Oku Timur, dikutip pada tanggal 21 Juni 2018

<sup>52</sup> Ibid., dikutip pada tanggal 21 Juni 2018

Produk BSM didasarkan pada prinsip dan kaidah syariah yang terdiri dari dari tiga bagian, yaitu produk dana atau penghimpun dana, produk pembiayaan atau penyaluran dana dan produk jasa yang terdiri dari<sup>53</sup>:

a. Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpun dana di BSM Belitang terdiri dari:

1) Tabungan BSM

Tabungan BSM adalah tabungan dalam bentuk mata uang rupiah yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka dikonter BSM atau melalui ATM. Produk ini didasarkan pada akad *mudharabah muthlaqah* dengan setoran awal Rp. 80.000,- (perorangan) dan Rp. 1.000.000,- (non-perorangan).

2) BSM Tabungan Berencana

Produk BSM Tabungan Berencana adalah jenis tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil yang berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Prinsip tabungan ini yaitu *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil kompetiti dan periode tabungan selama 1-10 tahun. Syarat utama dalam produk ini yaitu target dana minimal Rp. 1.200.000,- dan

---

<sup>53</sup>Ibid.,

maksimal Rp. 200 juta dengan usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 65 tahun saat jatuh tempo.

3) BSM Tabunganku

Produk tabungan ini diperuntukkan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama-sama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Prinsip yang diterapkan dalam produk ini yaitu *wadiah yadhamanah*. Untuk syarat dan ketentuan BSM Belitang tidak meminta syarat khusus dalam produk pembiayaan ini.

4) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan ini berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

5) BSM Tabungan Maburr Junior

Produk tabungan BSM Tabungan Maburr Junior adalah jenis tabungan dalam bentuk mata uang rupiah yang diperuntukkan untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh dengan berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

6) BSM Tabungan Investa Cendekia

Produk tabungan ini adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi. Produk ini berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

7) BSM Giro

Produk penghimpun dana ini adalah produk tabungan untuk sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yadhamanah*.

8) BSM Deposito

Jenis produk ini adalah investasi berjangka dengan waktu tertentu biasanya 1, 3, 6, dan 12 bulan dalam mata uang rupiah. Prinsip yang digunakan dalam produk ini yaitu *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

b. Produk Pembiayaan di BSM Belitang

1) BSM Griya

Pembiayaan BSM Griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (*konsumer*), baik baru maupun bekas, dilingkungan *developer* dengan prinsip *murabahah*.

2) Pembiayaan Mikro Umrah

Pembiayaan ini adalah jenis pembiayaan yang diperuntukkan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah dengan jangka waktu 5 tahun.

### 3) Pembiayaan untuk Modal Kerja

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan untuk modal usaha dengan dana dari pihak bank dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

### 4) BSM Gadai Emas

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh uang tunai dengan cepat. Gadai emas ini diperuntukkan untuk perorangan dengan jaminan emas logam mulia dan perhiasan. Sedangkan akaq yang digunakan adalah *qard* disertai jaminan.

### 5) BSM Cicil Emas

Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah untuk mempunyai emas dan menguntungkan. Jenis emas ini adalah Emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram. Prinsip yang digunakan adalah *qardh*.

6) Pembiayaan kepada Pensiun

Pembiayaan ini merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

7) Pembiayaan BSM OTO

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.

8) Pembiayaan Edukasi BSM

Pembiayaan Edukasi BSM adalah pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah atau perguruan tinggi atau lembaga pendidikan lainnya atau uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran atau semester baru berikutnya dengan akad *ijarah*.

9) Pembiayaan Peralatan Kedokteran

Pembiayaan Peralatan Kedokteran adalah pemberian fasilitas pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran atau kesehatan untuk pembelian peralatan kedokteran. Akad yang digunakan adalah akad

*murabahah* dimana dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

c. Produk Jasa di BSM Belitang

1) Jasa Produk

- a) BSM Sentra Bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan
- b) BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.
- c) BSM mobile Banking adalah layanan transaksi perbankan melalui mobile banking (*handphone*) dengan menggunakan koneksi jaringan data yang dapat digunakan oleh nasabah.
- d) BSM Net Banking merupakan Layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat <http://www.syariahmandiri.co.id> yang dapat digunakan oleh nasabah.
- e) BSM Jual Beli Valas merupakan Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang



dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah.

- f) BSM Card adalah kartu yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM, kartu Debit dan sebagai kartu *discount* di *merchant* yang ditunjuk BSM. BSM Card selain dapat digunakan transaksi di BSM ATM, juga dapat digunakan di ATM Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM MEPS, EDC Mandiri serta EDC Prima/BCA.
- g) BSM Electronic payroll merupakan Pembayaran gaji karyawan institusi melalui teknologi terkini Bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel
- h) Transfer Uang Tunai Menjangkau Pelosok Negeri
- i) BSM E-Money adalah kartu prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh BSM bekerjasama dengan Bank Mandiri.

## 2) Jasa Operasional

- a) BSM Transfer Lintas Negara *Western Union* Adalah jasa pengiriman uang atau penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik).

- b) BSM Kliring merupakan penagihan warkat bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.
- c) BSM Inkaso merupakan Penagihan warkat bank lain di mana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada di luar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.
- d) BSM RTGS merupakan Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.

Adapun visi dan misi Bank Syariah Mandiri Belitang adalah sebagai berikut:

1. Visi

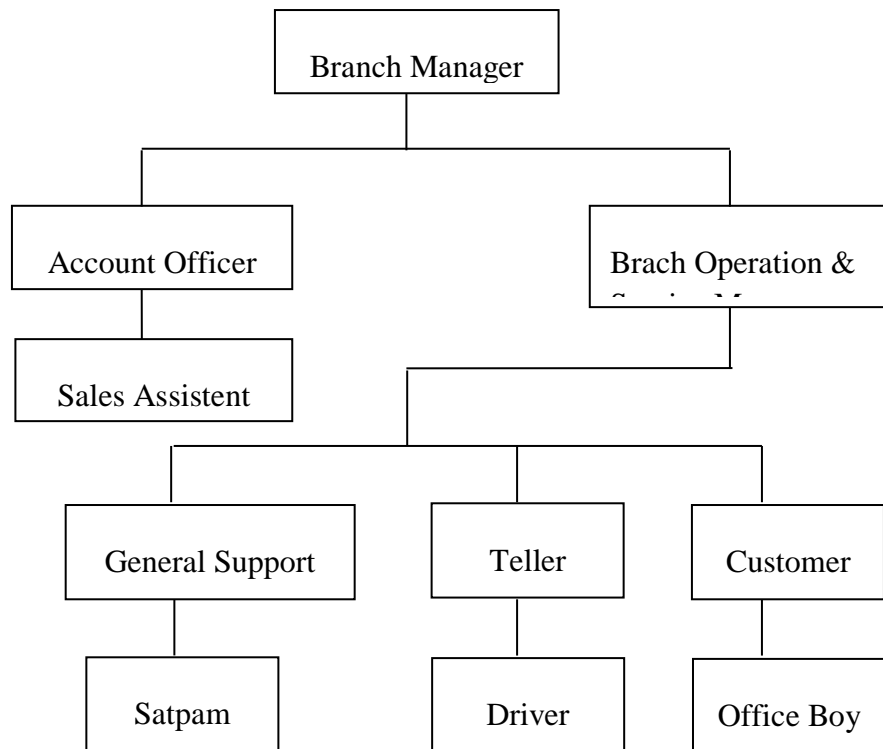
Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial dan corporate dan menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

2. Misi

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Belitang



## **B. Faktor Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan di Bank Syariah Mandiri Belitang**

Persaingan yang tinggi di dunia perbankan saat ini ditandai dengan dikeluarkannya produk-produk bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah, disamping itu nilai dari sebuah produk perbankan akan dirasakan oleh nasabah melalui manfaat produk tersebut. Karakteristik sistem operasional perbankan syariah yang berdasarkan prinsip bagi hasil yang adil memberikan alternatif perbankan yang saling menguntungkan bagi pihak bank dan masyarakat. Suatu sikap yang wajar apabila nasabah memilih atau menentukan bank mana dan produk apa yang akan digunakan ketika bank dan produk yang dipilih sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat tertarik pada produk perbankan syariah yaitu faktor kepribadian, faktor motivasi, sikap dan keyakinan, gaya hidup serta agama yang termasuk kedalam faktor internal, dan faktor pelayanan, margin keuntungan, promosi, dan lokasi yang termasuk kedalam faktor eksternal.

Faktor internal dapat dilihat dari kepribadian karyawan Bank Syariah Mandiri Belitang dalam menangani nasabah maupun calon nasabah. Para karyawan bekerja berdasarkan *Standart Operating Procedur* (SOP), mereka melayani nasabahnya dengan cukup baik. Sedangkan dari sikap dan keyakinan dapat dilihat dari kesungguhan karyawan BSM

Belitung dalam mengenalkan produk-produk perbankan syariah kepada masyarakat bahwa produk perbankan syariah tidak mengandung riba, sehingga karyawan BSM Belitung termotivasi terus melayani masyarakat. Sedangkan faktor eksternal dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh BSM Belitung dalam memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah yang hendak menggunakan produk yang ditawarkan. Bank Syariah Mandiri Belitung menerapkan prinsip 5 S dalam pelayanannya yaitu Salam, Sapa, Senyum, Silaturahmi, dan Syariah. Pelayanan yang diberikan juga cukup baik dan tidak mengulur-ulur waktu. Selain itu, Bank Syariah Mandiri Belitung memberikan margin keuntungan yang tidak merugikan salah satu pihak karena prinsip-prinsip bagi hasil dan bagi rugi telah sesuai dengan ketentuan syariah yang sebenarnya, yaitu prinsip keadilan.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu minat masyarakat. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Belitung dilakukan melalui media cetak maupun media online. Melalui media cetak, BSM Belitung melakukan sosialisasi secara langsung di pasar dengan memberikan informasi mengenai bank BSM Belitung dan produk-produknya serta memberikan atau membagikan brosur yang berisi informasi profil, visi dan misi, serta produk-produk BSM Belitung. Promosi dilakukan dengan terjun langsung ke masyarakat dan bertatap muka langsung dengan seluruh kalangan masyarakat di pasar, karena lokasi BSM Belitung yang

cukup strategis yaitu dipinggir jalan araya dan didekat pasar, banyak masyarakat yang lalu lalang melintasi jalan raya dekat dengan BSM.

Bank Syariah Mandiri Belitang merupakan salah satu bank syariah yang ada di Belitang Kabupaten Oku Timur yang mempunyai berbagai macam produk perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Belitang dan sekitarnya. Menurut Bapak Dede Irawan minat masyarakat terhadap produk perbankan di Bank Syariah Mandiri Belitang cukup baik, terlihat dengan semakin banyak masyarakat yang menggunakan produk yang ditawarkan oleh BSM Belitang.<sup>54</sup> Dari berbagai macam produk yang ditawarkan oleh BSM Belitang adalah produk Tabungan BSM.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dede Irawan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan yang ada di BSM Belitang adalah faktor informasi.<sup>55</sup> Bank Syariah Mandiri Belitang melakukan sosialisasi dalam rangka pengenalan produk perbankan secara bertahap yaitu dalam kurun waktu 3 bulan sekali. Sosialisasi yang sering dilakukan adalah dengan menyebarkan brosur yang berisikan informasi mengenai produk-produk yang ada di BSM Belitang di sekitar pasar Lama Gumawang, karena letak BSM sendiri sangat strategis yaitu terletak di pinggir pasar Lama Gumawang. Selain itu BSM Belitang melakukan sosialisai langsung

---

<sup>54</sup> Wawancara kepada Bapak Dede Irawan selaku *Branch Operations Service Manager* (BOSM) Bank Syariah Mandiri Belitang, pada tanggal 21 Juni 2018

<sup>55</sup> Ibid.,

kepada masyarakat dengan bertatap muka langsung dan memberikan informasi serta memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk tanya jawab mengenai produk perbankan syariah. Dalam sosialisasi ini dijadikan sebagai ajang menarik minat masyarakat dan sebagai edukasi bagi masyarakat dalam pengenalan produk-produk perbankan syariah dengan memberikan pengetahuan perbedaan-perbedaan bank syariah dan konvensional serta produk-produk yang ditawarkannya.

Hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Ilhamoko bahwa faktor informasi adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah. Beliau mengatakan bahwa informasi yang lengkap dan akurat akan menimbulkan dampak yang baik bagi masyarakat maupun bank. Ketika masyarakat sudah merasa yakin dengan informasi yang didapat maka masyarakat akan tertarik untuk menggunakan produk-produk yang telah ditawarkan.<sup>56</sup> Hal utama yang perlu diperhatikan dalam menarik minat masyarakat maupun mempertahankan nasabah adalah konsistensi dari penerapan prinsip-prinsip syariah, salah satunya yaitu dengan memberikan keuntungan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

Salah satu keunggulan produk perbankan syariah yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Belitang adalah produk yang ditawarkan berdasarkan oleh kaidah syariah yang terdiri dari tiga bagian yaitu

---

<sup>56</sup> Wawancara kepada Bapak Ilhamoko selaku *Customer Service* (CS) Bank Syariah Mandiri Belitang, pada tanggal 21 Juni 2018

pembiayaan atau penyaluran dana, produk atau penghimpun dana, dan produk jasa. Dari banyaknya produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Belitang, produk yang paling banyak diminati adalah produk Tabungan BSM. Produk ini merupakan salah satu produk penghimpun dana yang paling besar karena tabungan ini lebih murah dibandingkan deposito nominal dana yang dibutuhkan untuk menyimpan di bank besar dan akan habis ketika nasabah mengambil kembali karena sudah jatuh tempo.<sup>57</sup>

Ibu Purwanti selaku nasabah pembiayaan Tabungan BSM mengatakan bahwa faktor pertama kali yang dilihat untuk memilih produk perbankan syariah adalah karena produk Tabungan BSM sesuai dengan kebutuhannya dan produk ini sesuai dengan prinsip syariah. Beliau menganggap bahwa perbankan syariah sudah pasti berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Prinsip-prinsip yang beliau ketahui dari bank syariah yaitu, adil, amanah, dan tidak adanya riba.<sup>58</sup> Hal ini juga diutarakan oleh Ibu Lena bahwasannya faktor pertama kali yang beliau lihat ketika tertarik dengan dengan produk perbankan syariah yaitu karena berdasarkan prinsip syariah. Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan syariat Islam, sudah pasti setiap produknya sesuai dengan syariat. Hal ini sesuai dengan agama yang dianut yaitu sebagai umat

---

<sup>57</sup>Wawancara kepada Bapak Dede Irawan selaku *Branch Operations Service Manager* (BOSM) Bank Syariah Mandiri Belitang

<sup>58</sup> Wawancara Kepada Ibu Purwanti selaku nasabah PT BPR Syariah Kotabumi, Tanggal 23 Agustus 2018



muslim haruslah bertransaksi sesuai syariat Islam.<sup>59</sup> Dengan prinsip yang terkandung dalam perbankan syariah maka keuntungan yang diberikan tidak akan membebani salah satu pihak, sehingga mereka termotivasi untuk menggunakan produk perbankan syariah yang ada di BSM Belitang.

Hal berbeda yang diungkapkan oleh Ibu Fitria, Ibu Septiana, Ibu Siti Zubaidah, dan Bapak Zainal.<sup>60</sup> Mereka mengatakan bahwa hal utama atau faktor yang paling penting untuk memilih produk perbankan syariah adalah informasi. Informasi yang mereka dapat adalah dari brosur yang didapat dari sosialisasi BSM Belitang dan informasi mulut kemulut dari nasabah yang sudah menggunakan produk-produk BSM Belitang. Mereka menganggap bahwa sosialisasi yang diberikan oleh BSM Belitang sudah cukup baik dalam hal pengenalan produk-produk perbankan syariah, dan juga mereka cukup senang dengan metode yang diberikan dalam sosialisasi yaitu dengan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk bertanya terkait perbankan syariah dan produk-produknya.

Selain itu ada beberapa nasabah yang memilih produk perbankan syariah karena pelayanan yang diberikan oleh BSM Belitang. Bapak Lukman dan Bapak Saiful Hadi mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BSM Belitang cukup baik dalam melayani nasabah yang akan mengambil produk perbankan syariah. Karyawan BSM Belitang memberikan informasi yang detail kepada nasabah yang akan

---

<sup>59</sup>Wawancara Kepada Ibu Lena selaku nasabah PT Bank Syariah Mandiri Belitang, Tanggal 23 Agustus 2018

<sup>60</sup>Wawancara Kepada Ibu Fitria, Ibu Septiana, Ibu Siti Zubaidah, dan Bapak Zainal selaku nasabah PT Bank Syariah Mandiri Belitang, Tanggal 23 Agustus 2018

menggunakan produk BSM Belitang.<sup>61</sup> Selain itu pelayanan yang diberikan tidak terkesan mengulur-ulur waktu sehingga mereka tidak perlu terlalu lama menunggu proses persetujuan dalam menggunakan produk yang hendak dipilih.

Ibu Dahlia dan Bapak Sarpem memilih menggunakan produk perbankan syariah karena berdasarkan faktor lokasi. Lokasi rumah Ibu Dahlia dan Bapak Sarpem dengan kantor BSM Belitang cukup dekat. Dengan lokasi yang strategis ini memudahkan nasabah untuk datang ke lokasi dan mereka tidak perlu membutuhkan waktu lama. Lokasi yang strategis inilah memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat, karena mereka tidak perlu melalui akses jalan yang ribet dan jauh untuk menjangkau kelokasi. Selain itu mereka tertarik menggunakan produk perbankan syariah di BSM Belitang karena pelayanan yang diberikan karyawan BSM Belitang cukup baik yaitu tidak memberatkan nasabah dan mengulur-ulur waktu ketika pencairan.

Dari berbagai faktor tersebut dapat menjadi acuan untuk Bank Syariah Mandiri Belitang dalam meningkatkan kualitas dari produk-produk yang ditawarkan. Masyarakat merupakan peran yang sangat penting dalam meningkatkan dan mengembangkan suatu perbankan yang unggul dan berkembang. Seperti yang di jelaskan oleh Bapak Dede Irawan bahwa masyarakat adalah komponen utama yang perlu diperhatikan dalam pengembangan produk perbankan syariah. Karena produk yang ditawarkan

---

<sup>61</sup>Wawancara Kepada Bapak Lukman dan Bapak Saiful Hadi selaku nasabah PT BPR Syariah Kotabumi, Tanggal 23 Agustus 2018

haruslah produk yang memperhatikan kemaslahatan masyarakat, maka produk yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mampu memberikan manfaat.<sup>62</sup> Dengan begitu masyarakat akan terus menggunakan produk-produk perbankan syariah dan hal ini juga akan berdampak baik untuk kelangsungan dari perbankan syariah tersebut.

### **C. Analisis Data**

Faktor minat masyarakat merupakan faktor penting dalam tolak ukur keberhasilan bagi perkembangan perbankan syariah. Kebutuhan dan animo dari masyarakat adalah hal penting untuk menarik minat masyarakat. Produk-produk yang ada di BSM Belitang menjadi salah satu produk yang hadir berdasarkan kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat Belitang merasa terbantu dengan adanya produk tersebut dan memutuskan untuk menjadi nasabah BSM Belitang. Dengan semakin banyak nasabah dari perbankan syariah maka akan menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk memilih bekerjasama dengan perbankan syariah dan menggunakan produk-produk perbankan syariah.

Berdasarkan wawancara dari nasabah, faktor yang paling dominan dalam menarik minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang adalah faktor informasi. Faktor ini termasuk faktor psikologis, yaitu faktor yang didapat dari luar (eksternal)

---

<sup>62</sup>Wawancara kepada Bapak Dede Irawan selaku *Branch Operations Service Manager* (BOSM) PT Bank Syariah Mandiri Belitang, pada tanggal 21 Juni 2018

kemudian dicerna untuk diambil kesimpulan. Hal pertama kali yang didapat dari informasi adalah pengetahuan. Dengan adanya informasi yang terpercaya, lengkap dan akurat, masyarakat akan menaruh keyakinan bahwa informasi yang didapat memang benar dan riil.

Bank Syariah Mandiri Belitang menerapkan prinsip *customer is number one* dengan kata lain masyarakat atau nasabah merupakan hal yang paling diutamakan dalam menjalankan operasional perbankan syariah. Salah satu daya tarik dari BSM Belitang adalah konsistensi dalam memberikan produk kepada nasabah yaitu dengan memberikan inovasi-inovasi baru dalam mengenalkan produk-produk perbankan syariah. Dalam pengenalan produk-produk perbankan syariah BSM Belitang melakukan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan sosialisai secara langsung dengan bertatap muka kepada masyarakat. Selain memberikan brosur yang berisi produk-produk yang ditawarkan, BSM juga memberikan kesempatan langsung kepada masyarakat yang ingin lebih mengenal perbankan syariah dan produk-produk perbankan syariah.

Selain faktor informasi yang dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah adalah faktor prinsip syariah. Faktor prinsip syariah ini termasuk kedalam faktor proses psikologis yang dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan. Faktor ini termasuk kedalam faktor internal. Dimana pembelajaran yang mereka terima baik dari mereka sendiri atau orang lain akan menimbulkan persepsi dan akan mempengaruhi dari sikap dan perilaku. Dengan sistem bagi hasil yang

diterapkan dalam produk-produk perbankan syariah, memberikan dampak yang baik bagi pihak bank dan nasabah. Nasabah akan mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan yang telah disepakati dan tidak merasa dirugikan serta mereka akan merasa aman dengan transaksi kerjasama yang dilakukan karena produk yang mereka gunakan berdasarkan prinsip syariat Islam. Sedangkan bank akan mendapat keuntungan dengan adanya kerjasama tersebut dan menambah kualitas dari perkembangan perbankan itu sendiri karena semakin banyak nasabah yang yakin terhadap perbankan syariah dan memilih menggunakan produk perbankan syariah maka akan menambah pula nasabah yang akan melakukan kerjasama dengan perbankan syariah.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah adalah faktor pelayanan. Faktor ini merupakan faktor perbedaan dan pengaruh individu yang termasuk kedalam faktor eksternal. Jika pelayanan yang diberikan dirasa cukup baik maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Hal ini juga menjadi perhatian karyawan BSM Belitang dalam melayani nasabahnya. Pelayanan yang diberikan BSM Belitang cukup profesional, cepat dan tidak mengulur-ulur waktu, sehingga nasabah merasa puas dan tertarik untuk terus menggunakan produk-produk yang ditawarkan. Selain itu BSM Belitang menerapkan prinsip 5 S disetiap pelayanannya, yaitu Salam, Sapa, Senyum, Silaturahmi dan Syariah.

Kemudian faktor lain dalam minat masyarakat terhadap produk perbankan yaitu faktor lokasi. Faktor ini termasuk kedalam faktor pengaruh lingkungan dan termasuk faktor eksternal. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor yang diperhatikan oleh masyarakat ketika akan berhubungan dengan perbankan syariah. Dengan adanya BSM Belitang yang cukup strategis yaitu dipinggir jalan raya dan didekat pasar menjadi daya tarik bagi nasabah, karena mereka tidak perlu jauh-jauh dan menghabiskan waktu cukup lama untuk menuju kebank.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk memilih produk perbankan yaitu faktor kepribadian, faktor motivasi, sikap dan keyakinan, gaya hidup serta agama yang termasuk kedalam faktor internal, dan faktor pelayanan, margin keuntungan, promosi, dan lokasi yang termasuk kedalam faktor eksternal.

Dari beberapa faktor tersebut faktor yang paling dominan adalah faktor proses psikologis, yakni faktor informasi yang termasuk kedalam faktor luar (eksternal). Informasi yang diberikan BSM Belitang disalurkan melalui media cetak yaitu brosur dan dengan sosialisai secara langsung kepada masyarakat dengantujuan masyarakat lebih memahami produk-produk perbankan syariah.

Selain itu faktor lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah yaitu Faktor prinsip syariah ini termasuk kedalam faktor proses psikologis yang dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan. Faktor ini termasuk kedalam faktor internal. Kemudian

faktor pelayanan dan faktor lokasi yang termasuk kedalam faktor eksternal.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah**

Bagi lembaga keuangan syariah, khususnya Bank Syariah Mandiri Belitung yang merupakan lembaga keuangan syariah untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa yang profesional dan terus mensosialisasikan dalam rangka pengenalan produk-produk perbankan syariah. Karena pelayanan dan sosialisasi yang baik merupakan salah satu faktor penunjang untuk menarik minat masyarakat dan mampu merubah mindset masyarakat tentang perbankan syariah.

### **2. Bagi Masyarakat (Nasabah)**

Dengan adanya produk-produk perbankan yang berdasarkan prinsip syariah, diharapkan masyarakat lebih selektif dalam memilih perbankan sebagai lembaga intermediasi. Masyarakat dapat menentukan dan memilih bank mana dan produk apa yang sesuai dengan kebutuhannya dengan memperhatikan kemaslahatan bersama.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada, 2004
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011
- Anwar Prabu Mangkunegara. *Prilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012
- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013
- Imam Mustofa. *Fiqih Mua'amalah Kontemporer*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Khotibul Umam. *Perbankan Syariah, Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press, 2016
- Lexy J. Moloeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012
- M. Nur Rianto Al Arif. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012
- Mardalis. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2013
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran: jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2008

- Phillip Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2006, Jilid I
- Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- STAIN. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Rajawali Press, 2016
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Sumadi Suryabrata. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press. 2011
- Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- Trisadini P. Usanti dan Abd Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013
- Yudrik Jahja. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Zainudin Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296,  
Website [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id), email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : 0057/In.28.3/D/PP.00.9/01/2018

Lampiran : -

10 Januari 2017

Perihal : Penunjukan Tim Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Drs. Tarmizi, M.Ag

2. Hermanita, MM

di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa

Nama : Ana Hardiyanti

NPM : 141257810P

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)

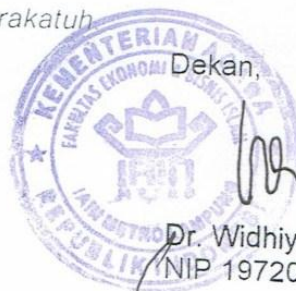
Judul : **Faktor Minat Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah di Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten Oku Timur**

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan  $\pm$  2/6 bagian.
  - b. Isi  $\pm$  3/6 bagian.
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Dekan,

Dr. Widhiya Ninsia, M. Hum  
NIP 197209232000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2976/In.28/D.1/TL.00/12/2018  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Direktur Bank Syari`ah Mandiri  
Belitang  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2975/In.28/D.1/TL.01/12/2018, tanggal 27 Desember 2018 atas nama saudara:

Nama : **ANA HARDIYANTI**  
NPM : 141257810  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Bank Syari`ah Mandiri Belitang, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI BANK SYARIAH MANDIRI BELITANG KABUPATEN OKU TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 27 Desember 2018  
Wakil Dekan I,



*[Handwritten Signature]*  
**Drs. H.M. Saleh MA**  
NIP 19650111 199303 1 0014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 2975/In.28/D.1/TL.01/12/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
 menugaskan kepada saudara:

Nama : ANA HARDIYANTI  
 NPM : 141257810  
 Semester : 9 (Sembilan)  
 Jurusan : S1 Perbankan Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Bank Syari`ah Mandiri Belitang, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI BANK SYARIAH MANDIRI BELITANG KABUPATEN OKU TIMUR".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.


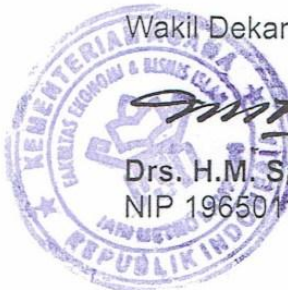
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
 Pada Tanggal : 27 Desember 2018

Mengetahui,  
 Pejabat Setempat

  
  
 ABDUL HAMID RAHMATULLAH

Wakil Dekan I,

  
  
 Drs. H.M. Saleh MA  
 NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA**  
**Nomor : P-02/In.28/S/OT.01/01/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

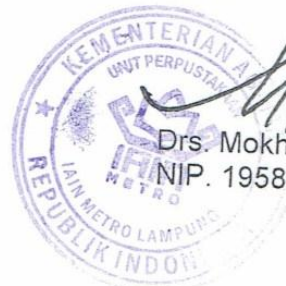
Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 141257810.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Januari 2019  
Kepala Perpustakaan

  
Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu (OKU)  
Timur)**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah

B. Pertanyaan Penelitian

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Minat Masyarakat

1. Pengertian Minat Masyarakat
2. Macam-Macam Minat Masyarakat
3. Karakteristik Minat Masyarakat
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

B. Produk-Produk Bank Syariah

1. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)
2. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)
3. Produk Sewa dan Jasa Bank Syariah

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen atau Masyarakat

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisis Data

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

A. Sekilas Bank Syariah Mandiri Belitang, Oku Timur



B. Faktor Minat Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah di Bank

Syariah Mandiri Belitang

C. Analisis Data

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

**Daftar Pustaka**

**Daftar Riwayat Hidup**

**Lampiran-Lampiran**

Metro, Juni 2018

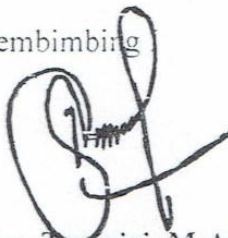
Mahasiswa Ybs,



Ana Hardiyanti  
NPM 141257810

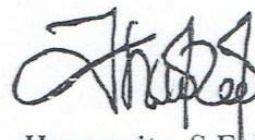
Mengetahui

Pembimbing



Drs. Tarmizi, M.Ag  
NIP. 19601217 199003 1002

Pembimbing II



Hermanita, S.E. MM  
NIP. 19730220 199903 2001

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Belitang, Ogan Komering Ulu (OKU) Timur)

#### A. Wawancara

1. Wawancara kepada *Branch Operation & Service Manager* (BOSM)
  - a. Produk apa yang paling diminati oleh masyarakat di Bank Syariah Mandiri Belitang?
  - b. Apa yang menjadi faktor penyebab masyarakat memilih produk bank syariah dibandingkan dengan produk bank konvensional?
  - c. Faktor apa yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan masyarakat dalam memilih produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang?
  - d. Apa saja keunggulan produk perbankan syariah yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang di bandingkan dengan produk perbankan lain yang ada di Belitang?
2. Wawancara kepada *Customer Service* (CS)
  - a. Produk apa saja yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang dan produk apa yang paling banyak diminati masyarakat?
  - b. Apa faktor yang menyebabkan masyarakat memilih produk perbankan syariah yang ada di Bank Syariah Mandiri?

- c. Hal-hal apa sajakah yang perlu diperhatikan dalam penyaluran produk kepada nasabah agar nasabah tertarik dengan produk perbankan syariah?
3. Wawancara Kepada Nasabah
    - a. Mengapa Anda tertarik menggunakan produk perbankan syariah?
    - b. Apa faktor Anda dalam memilih produk perbankan syariah sehingga Anda minat untuk memilih menggunakan produk bank syariah dibandingkan bank konvensional?
    - c. Adakah kesulitan Anda dalam menggunakan produk perbankan syariah?
    - d. Darimana Anda mengetahui informasi mengenai produk-produk perbankan syariah yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang?
    - e. Apakah produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat?
    - f. Keuntungan apa saja yang Anda dapatkan dengan menggunakan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitang?

## B. Dokumentasi

1. Profil PT Bank Syariah Mandiri Belitang
2. Struktur organisasi PT PT Bank Syariah Mandiri Belitang
3. Visi dan misi PT Bank Syariah Mandiri Belitang
4. Job description PT Bank Syariah Mandiri Belitang
5. Brosur produk PT Bank Syariah Mandiri Belitang

Metro, Juni 2018

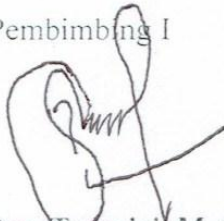
Mahasiswa Ybs,



Ana Hardivanti  
NPM 141257810

Mengetahui

Pembimbing I



Drs. Firmizi, M.Ag  
NIP. 19601217 199003 1002

Pembimbing II



Hermanita, S.E. MM  
NIP. 19730220 199903 2001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 8-7-18		- Acc Outline	
2.	Rabu, 8-7-18		- Acc APD	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,



**Hermanita, S.E, MM**  
NIP. 19730220 199903 2001



**Ana Hardiyanti**  
NPM. 141257810



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jumat 10-8-18	✓	- Perbaikan tabel jumlah musabab kegibran dengan kalimat <u>total</u>	
2	Jumat 10-8-18	✓	ACC BAB I s/d <u>III</u> lanjutkan ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Hermanita, S.E., MM  
NIP. 19730220 199903 2001

Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis, 9-8-18	✓	beasiswa dan penulisan arab.	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

**Hermanita, S.E., MM**  
NIP. 19730220 199903 2001

**Ana Hardiyanti**  
NPM. 141257810



KEMENTRIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

Jln. Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA  
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Ana Hardiyanti NPM : 141257810  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 PBS Tahun Akademik: 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
2			✓	- Jumlah Bankir di seluruh kantor mepu. Syukur. - dan. Pemusatan masalahnya.	

Mengetahui,

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs

**Hermanita, S.E., MM**  
NIP. 19730220 199903 2001

**Ana Hardiyanti**  
NPM. 141257810





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Istiqomah  
NPM : 141265210

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 12 Sept 2018	✓	-Perbaiki Bab IV -sesuaikan dengan teori -Perbaiki penulisan	
2.	Kemis. 13 Sept'18	✓	ACC BAB <u>IV</u> & <u>U</u>  Lanjutan ke Pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II,

Hermanita, S.E./MM  
NIP. 19730220 199003 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10-10-18	✓	Daftar isi diperbaiki sesuai petunjuk	
	05-11-18	✓	Ace Daftar isi	
	08-11-18		<u>LBM</u> : Tampon ke kesengajaan antara Sehingga	
	21-11-18	✓	- Pentingnya mrs. dikaji - Hubungan Variabel - Formulasi signifikansi	
	26-11-18	✓	- Penelitian kuantitatif tunjukkan perbedaan yg. di penelitian mu Ace Bab I.	

Dosen Pembimbing I,

Drs. Farmizi, M.Ag  
NIP. 19601217 199003 1002

Mahasiswa Ybs,

Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19-10-18	L	- Bab II Ditambah Kembali Hg minor terhadap produk.	
	11-12-18		- Produk apa yg mubdil k d luv. & produk Samartha d produk hulady keluak oleh Depag. Rj (Cari buktanya).	
	17-12-18		Sesuai d Angkara isi - Sumber Data d produk - Berdas d Data primer - Tujuan era berfikir mudak kadal skripsi ke. Bab II - III	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Drs. Tarmizi, M.Ag  
NIP. 19601217 199003 1002

Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810






KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		10-12-2018	<p>APD : diperli bngkn ;</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa yg ditm. gbl c / mndp krtanya penelihu.</li><li>2. Kisi mini / Kriteria. 2 produk.</li><li>3. deskripsi d teori.</li></ol> <p>Bipar bkn: sesuai pelnyuh !!!</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- APD di gblsh partya pns bab 10 B.</li><li>- Dikem ter. bab 10 a</li><li>- Analisis. tte pkn teori bkn lagi tlp teori yg bknh vdr d tpe vdr ksmu en.</li></ul> <p>ATI</p>	  

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs.

Drs. Tarmizi, M.Ag  
NIP. 19601217 199003 1002

Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ana Hardiyanti  
NPM : 141257810

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	- W.A : Persiapan skripsi : Kp, visi misi, produk → Rencana bisnis.	
		✓	W.B : Faktor → masalah. spz korelasinya.	
		✓	Perbaiki sesuai petunjuk. Ace diperbaiki untuk dan mungkin.	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs.

Drs. Tarmizi, M.Ag  
NIP. 19601217 199003 1002

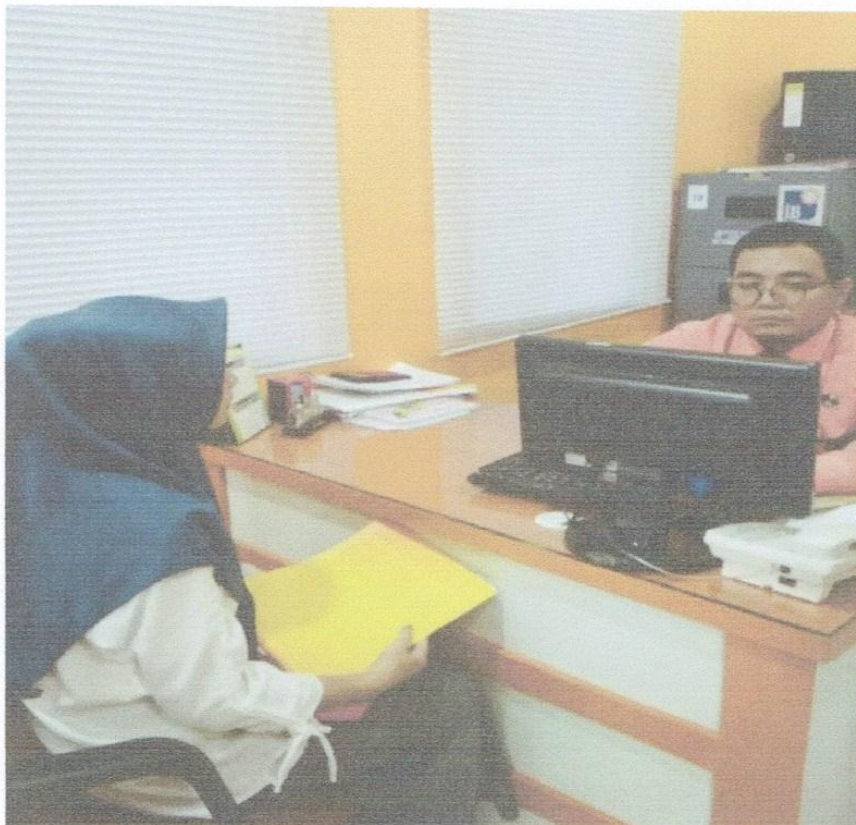
Ana Hardiyanti  
NPM. 141257810

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Foto Lokasi Bank Syariah Mandiri Belitang



Wawancara Dengan Bapak Dede Irawan selaku BOSM



**Wawancara Dengan Bapak Ilhamoko selaku CS**



**Wawancara Dengan Nasabah Bank Syariah Mandiri Belitang**



## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ana Hardiyanti dilahirkan di Bumi Harjo, Kec. Bahuga, Kab. Way Kanan pada tanggal 15 November 1996. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Mis'adi dan Ibu Hartatik. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 02 Bumi Harjo yang lulus pada tahun 2008, kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di Mts Darul Ulum yang lulus pada tahun 2011 dan melanjutkan pendidikan menengah atas di M.A Darul Ulum yang lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang mengambil jurusan S1 Perbankan Syariah pada TA 2014/2015.