ANALISIS PERAN BPRS AMPEK ANGKEK CANDUANG DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT UNTUK MENJADI NASABAH BPRS AMPEK ANGKEK CANDUANG

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Master Ekonomi Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi S2 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

PANAWIRAWAN

NIM :30123013

PROGRAM STUDI PASCASARJANA EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK (SMDD) BUKITTINGGI

TA 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul "Analisis Peran BPRS Ampek Angkek Canduang dalam Meningkatkan Minat Masyarakat untuk Menjadi Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang". Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam, keluarga, sahabat, serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi dalam Ilmu Ekonomi Program Studi S2 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, beserta seluruh jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. Iiz Izmuddin, MA, selaku pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi yang tak terhingga sejak awal hingga akhir penyusunan tesis ini.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, beserta seluruh jajarannya.

4. Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
5. Direktur PT. BPRS Ampek Angkek Canduang, Bapak Alfian SE., ME, beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan izin, data, dan informasi yang sangat membantu dalam penelitian ini.
6. Seluruh nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan informasi berharga.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materi, doa, serta kasih sayang yang tak pernah putus.
8. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi S2 Ekonomi Syariah UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, atas kebersamaan dan dukungan yang telah diberikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuan dan dukungannya dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi syariah, serta bagi masyarakat luas.

Bukittinggi, Juli 2025

PANAWIRAWAN
NIM: 3012301

ABSTRAK

Tesis ini disusun oleh Panawirawan dengan NIM 30123013 tesis ini berjudul "Analisis Peran BPRS Ampek Angkek Canduang dalam Meningkatkan Minat Masyarakat untuk Menjadi Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang" Jurusan S2 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan menggunakan pendekatan Kualitatif di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang Tahun 2025, atas bimbingan Bapak Prof. Dr.Iiz Muddin. MA

Latar Belakang penulis mengangkat judul ini karena penulis melihat permasalahan dari segi kurangnya loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap produk bank syariah, serta kecenderungan mereka untuk menyamakan bank syariah dengan bank konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah, mengingat fluktuasi jumlah nasabah yang terjadi setiap tahunnya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) yang dilakukan di BPRS Ampek Angkek Canduang dari bulan Mei 2024. Data dikumpulkan melalui data primer (kuesioner kepada nasabah) dan data sekunder (dokumen), dengan teknik wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Masyarakat kurang pemahaman dengan produk bank syariah apalagi zaman sekarang anak muda atau masyarakat selalu ingin yang instan tidak ada keinginan untuk mengetahui produk bank syari'ah,dan masyarakat tidak dapat membedakan produk bank syariah dengan bank bank konvensional dan masyarakat salah persepsi bisa di katakan keliru, karena kurangnya sosialisasi dan informasi terkait dengan produk bank syari'ah, dan beratnya barang jaminan masyarakat selalu beranggapan sama dengan bank konvensional dan juga beberapa keterbatasan layanan dan produk dari bank syari'ah, karena bank syari'ah masih mengalami kesulitan untuk mengikuti produk bank konvensional yang sudah maju dan berkembang dengan produk dan layanan nya. Karena di masyarakat bank syari'ah blom familiar dan masyarakat sudah nyaman dengan bank konvensional karena sudah lama mereka ketahui, dan faktor SDM di kalangan masyarakat adanya keterbatasan di kalangan masyarakat yang memahami secara mendalam prinsip syariah, dan kurangnya promosi yang di berikan bank syari'ah kepada masyarakat.

Kata kunci :Analisis, Peran, Minat dan BPRS

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
ABSTRAK ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Kegunaan Penelitian 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
2.1 Analisis 12
2.1.1 Pengertian Analisis 12
2.2 Peran 14
2.2.1 Pengertian Peran 14
2.2.2 Konsep Peran 16
2.2.3 Perangkat Peran 20
2.3 Minat 22
2.3.1 Pengertian Minat 22
2.3.2 Teori tentang Minat 24
2.3.3 Jenis Minat 25
2.3.4 Fungsi Minat 28
2.3.5 Unsur Minat 29
2.3.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat 34
2.4 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) 34
2.4.1 Pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) 34
2.4.2 Tujuan dan Peran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) .. 41
2.4.3 Fungsi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) 42
2.5 Produk Bank Syariah 44

2.6 Kajian Terdahulu 53
BAB III METODE PENELITIAN 59
3.1 Jenis Penelitian 59
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 59
3.3 Jenis dan Sumber Data 59
3.3.1 Jenis Data 59
3.3.2 Sumber Data 60
3.4 Teknik Pengumpulan Data 60
3.4.1 Wawancara 60
3.4.2 Dokumentasi 61
3.5 Teknis Analisis Data 62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 64
4.1 Gambaran Umum BPRS Ampek Angkek Canduang 64
4.1.1 Sejarah Berdirinya BPRS Ampek Angkek Canduang 64
4.1.2 Visi dan Misi BPRS Ampek Angkek Canduang 66
4.1.2.1 Visi Bank Perkreditan Rakyat Syariah Ampek Angkek Canduang 66
4.1.2.2 Misi Bank Perkreditan Rakyat Syariah Ampek Angkek Canduang 66
4.1.3 Struktur Organisasi BPRS Ampek Angkek Canduang 67
4.1.4 Produk-produk BPRS Ampek Angkek Canduang 72
4.2 Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di BPRS Ampek Angkek Canduang dalam Menarik Minat Nasabah 76
4.3 Kendala Pihak BPRS dalam Memasarkan Pembiayaan di BPRS Ampek Angkek Canduang 89
BAB V PENUTUP 93
5.1 Kesimpulan 93
5.2 Saran 94
DAFTAR PUSTAKA 96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara islam berpengaruh ke Indonesia. Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-Undang No.10 tahun 1998, dimana bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran bank syariah dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berkembang. Dukungan pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya Dual Banking System, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit syariah.

Indonesia adalah suatu negara yang penduduknya umat Islam yakni hampir 88% dari jumlah keselurahan jiwa penduduk di Indonesia memeluk agama Islam. Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya. Pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2005 jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yakni 3 bank umum syariah

dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.[1]

Berdasarkan data Bank Indonesia, prospek perbankan syariah pada tahun 2005 diperkirakan cukup baik. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Jika pada posisi November 2004, volume usaha perbankan syariah telah mencapai 14,0 triliun rupiah dengan tingkat pertumbuhan yang terjadi pada tahun 2004 sebesar 88,6%, volume usaha perbankan syariah di akhir tahun 2005 diperkirakan akan mencapai 24 triliun rupiah. Dengan volume tersebut, diperkirakan industri perbankan syariah akan mencapai pangsa sebesar 1,8% dari industri perbankan nasional dibandingkan sebesar 1,1% pada akhir tahun 2004.

Namun demikian, pengembangan produk bank syariah belum bisa mencapai sebagaimana perkembangan produk bank konvensional. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek- aspek legal dan peraturan perundang-undangan, tetapi juga harus beroentasi kepada pasar dan masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan Dengan ditetapkannya program akselerasi perbankan pada tahun 2007-2008 yakni sebesar 5%, pangsa pasar perbankan syariah yang telah dicapai pada akhir tahun 2004

[1] Adiwarman, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016), h. 25. 2 Adiwarman, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016), h. 25.

belum memenuhi target pangsa pasar.[2] Hal ini menunjukkan bahwa masih sedikitnya masyarakat Muslim di Indonesia yang menjadi nasabah bank syariah.

Keberadaan bank konvensional dan bank syariah secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Terlepas dari itu juga peranan penting di Bank Syariah memiliki peran yang unik dalam tugasnya yang sebagai pengelola dana nasabah. Masyarakat menyimpan dana dalam bentuk tabungan ataupun deposito akan diperlakukan sebagai investor di Bank Syariah, selanjutnya bank Syariah sebagai pengelola dana akan berupaya untuk dapat memberikan keuntungan yang menarik dan aman bagi para investornya.

Untuk itu Bank Syariah akan berupaya semaksimal mungkin menyalurkan kembali dana yang diperlukannya dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang memerlukan. Bank syariah akan mencari nasabah yang layak dan aman dibiayai serta menguntungkan secara bisnis. Pendapatan bank sebagai hasil dari pembiayaan akan dibagikan kepada penabung sesuai nisbah atau proporsi bagi hasil yang telah disepakati. Inilah sistem operasional perbankan syariah yang biasa disebut bagi hasil.[3]

---

[2] Nur Jannah, 'Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Walisongo)' (IAIN Walisongo, 2014), h. 2

[3] Husnul Khatimah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyaluran Dana Perbankan Suariah Di Indonesia Sebelum Dan Sesudah Kebijakan Akselerasi Perbankan Syariah Tahun 2007/2008, Jurnal Optimal. vol. 3 no. 1 (Maret 2009), h. 5.

Perbankan Syariah sebagai bagian dari sistem ekonomi Syariah dalam menjalankan bisnis dan usahanya juga tidak terlepas dari saringan syariah. Sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 275, yang berbunyi :

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ

Artinya : *“ Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*

Oleh karena itu, perbankan syariah tidak akan mungkin membiayai usaha–usaha yang di dalamnya terkandung hal–hal yang bertentangan dengan prinsip–prinsip syariah, atau proyek yang menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat luas yang berkaitan dengan perbuatan asusila, perjudian, peredaran narkotika, senjata ilegal, serta proyek-proyek yang bisa merugikan syiar Islam Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, maka arah pengembangan perbankan syariah nasional mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya, seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan (ASKI), serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN).

Di sisi lain perkembangan sektor perbankan syariah terlalu cepat tidak disertai infrastruktur yang mendukung, seperti kebijakan yang sempurna, arah kegiatan usaha, dan kesedian sumber daya yang profesional akan menimbulkan masalah. Ketatnya persaingan dari sektor perbankan menuntut perbankan mengadaptasi penggunaan teknologi modern untuk melakukan diferensasi dan meningkatkan mutu pelayanan. Bank syariah akan dapat berkembang dengan baik apabila mengacu pada demand masyarakat akan produk dan jasa bank syariah. Dengan modal Undang-undang dan nilai–nilai moral, perbankan syariah harus mampu membuktikan bahwa keberadaannya dapat melayani kebutuhan masyarakat baik dari segi surplus pending unit maupun dificit spending unit. Walaupun pengembangan bank syariah secara intensif masih relatif baru Pertumbuhan perbankan syariah di sumatera barat sudah mulai kelihatan, didorong oleh berbagai kerja sama yang dilakukan, salah satunya menawarkan akses pembiayaan syariah untuk pengembangan usaha pelaku UMKM.[4]

Pengembangan jaringan perbankan syariah memerlukan upaya–upaya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, mekanisme, sistem dan seluk beluk perbankan syariah karena perkembangan jaringan perbankan syariah akan tergantung pada besarnya demand masyarakat terhadap sistem perbankan.

Oleh karena itu, agar kegiatan sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah diperlukan informasi

[4] Abdul Hadi Sirat, "Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makassar," vol. 16 no. 26 (Desember 2010) h. 154.

mengenai karakteristik dan perilaku nasabah/calon nasabah terhadap perbankan syariah. sehingga dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara bank konvensional ataupun bank syariah tersebut. Perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.[5]

Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas dan sebagian besar masyarakat tidak tahu sistem dan produk–produk perbankan syariah. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor utama yang menghambat peluang tumbuhnya perbankan syariah di Indonesia. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan sistem syariah itu menyebabkan menurunnya minat untuk mengadopsi bank syariah sebagai konsekuensinya adalah sosialisasi kepada masyarakat luas menjadi kebutuhan mendesak untuk menaikkan animo masyarakat kepada bank syariah.[6]

[5] Perspektif Baru Bisnis & Ekonomi, "Februari 2018 Aset Perbankan Syariah di Sulsel Rp 7,11 Triliun," WE Online. https://www.wartaekonomi.co.id/read178718/februari-2018-asetperbankansyariah-di-sulsel-rp711-triliun.html (28 April 2020).

[6] Muhammad, Manajemen Bank Syariah (Yogyakarta: AMP YKPN, 2002), h. 204.

Tabel 1.1

Perkembangan Nasabah di BPRS Ampek Angkek Canduang

Periode Tahun 2019 s/d 2023

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Dana yang sudah disalurkan
1	2019	704	Rp. 7.767.003.000
2	2020	695	Rp. 7.457.601.000
3	2021	671	Rp. 7.224.425.000
4	2022	678	Rp. 10.548.900.000
5	2023	672	Rp. 10.390.875.000

Sumber : BPRS Ampek Angkek Canduang (September 2024)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan direktur BPRS Ampek Angkek Canduang bahwasanya perkembangan nasabah di BPRS Ampek Angkek Canduang naik turun, dimana setiap tahunnya nasabah BPRS selalu mengalami kenaikan dan juga penurunan, untuk itu disini peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengapa setiap tahunnya masyarakat/nasabah Ampek Angkek mengalami penurunan dan juga kenaikan. Apakah nasabah/masyarakat Ampek Angkek canduang kurang percaya terhadap produk bank perkreditan rakyat syariah Ampek Angkek Canduang.

Terlebih lagi, diketahui bahwa masih cukup banyak masyarakat yang belum mengetahui apakah bunga atau riba bertentangan dengan agama atau tidak. Oleh karena itu, gerakan memahamkan agama kepada masyarakat tentang informasi

sistem bank syariah harus dipandang sebagai bagian syiar agama, yang pada akhirnya akan membuat masyarakat memiliki pandangan yang lebih lengkap terkait syariat Islam di dalam merekomendasikan pengelolaan dan pengembangan harta. Selanjutnya, hal ini juga akan berpengaruh pada sikap seseorang terhadap pilihan bunga Terlebih lagi perkembangan perbankan syariah di Ampek angkek canduang tidak mengalami peningkatan apapun, karena dilihat dari lembaga–lembaga perbankan syariah yang tidak bermunculan tidak seperti yang terjadi di kota-kota lain yang mulai bermunculan perbankan-perbankan yang berasaskan syariah. Sehingga dapat mempengaruhi persepsi bahkan minat masyarakat muslim ampek agkek canduang untuk memilih menjadi nasabah di Perbankan Syariah yang ada.

Perkembangan perbankan syariah di Ampek angkek canduang hal ini bisa dikatakan tidak cukup baik, sehingga dapat mempengaruhi masyarakat ampek angkek canduang untuk tidak sepenuhnya percaya pada perbankan yang menjalankan sistem keuangan dengan memakai label Syariah terutama dalam pembiayaan yang bisa jadi dianggap sama dengan lembaga keuangan bank konvensional sehingga masyarakat dapat mempersepsikan bahwa tidak ada perbedaan antara lembaga keuangan syariah ataupun konvensional yang sama-sama tidak terlepas dari riba.

Asumsi masyarakat Ampek angkek canduang kurang mendapat tanggapan baik, yang bisa saja karena struktur pemahaman mengenai keberadaan dan persepsi masyarakat yang sudah terbangun sekian lama terhadap bank

konvensional tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada perbankan yang berasaskan Syariat Islam.

Pengetahuan masyarakat muslim di ampek angkek canduang terhadap bank syariah bukan hal baru lagi yang ada ditengah-tengah masyarakat. Masyarakat telah mengenal bank syariah baik dari segi nama, hukum maupun dari segi pengertian. Maka dari itu perkembangan bank syariah di tengah-tengah masyarakat bisa dikatakan berkembang. Namun pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah tidak menjadi faktor masyarakat memilih jasa perbankan pada bank syariah sehingga pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah tidak sebanding lurus dengan pilihan masyarakat terhadap memilih jasa perbankan di bank syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah menganalisis persepsi masyarakat muslim terhadap bank syariah dengan menggunakan beberapa faktor sehingga penulis mengangkatnya dalam penelitian yang berjudul **"Analisis Peran Bprs Ampek Angkek Canduang Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Bprs Ampek Angkek Canduang".**

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kenapa masyarakat kurang loyal dalam menggunakan produk bank syariah?
2. Kenapa masyarakat kurang percaya terhadap produk bank syariah?

3. Kenapa masyarakat masih menyamanakan bank konvensional dengan bank syariah?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah untuk mencari jawaban atas permasalahan berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh penulis sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui kenapa masyarakat kurang loyal dalam menggunakan produk bank syariah.
2. Untuk mengetahui mengapa masyarakat kurang percaya terhadap produk bank syariah?
3. Untuk mengetahui mengapa masyarakat masih menyamakan bank konvensional dengan bank syariah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan agar bermanfaat dan berguna bukan hanya bagi penulis secara pribadi, tetapi juga berguna sebagai salah satu sumbangan pemikiran bagi orang lain yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama dibangku kuliah yang berhubungan dengan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi BPRS Ampek Angkek Canduang

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumber informasi untuk pengembangan BPRS Ampek Angkek Canduang kedepan dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memantapkan strategi yang telah digunakan oleh BPRS Ampek Angkek Canduang selama ini.

b. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan pengoptimalisasi masyarakat terhadap bank syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis

2.1.1 Pengertian Analisis

Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya. Pengertian Analisis dapat juga diartikan sebagai usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut. Ada juga yang menganggap arti analisis sebagai kemampuan dalam memecahkan atau menguraikan suatu informasi atau materi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dimengerti dan mudah dijelaskan.[7]

Analisis jika dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan lain sebagainya) untuk mengetahui sebenarnya (sebab-musabahnya, duduk perkaranya dan sebagainya). Namun menurut para ahli mendefinisikan makna analisis berbeda - beda tapi tetap dengan satu tujuan yang sama. Berikut ini beberapa definisi analisis menurut para ahli : Menurut Dwi Prastowo Darminto & Rifka Julianti Analisis ini merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu

[7] Mirzam Arqy Ahmadi, 'Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank', *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7.1 (2023), 15–25 <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>.

sendiri, serta hubungan antara bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dalam pemahaman arti keseluruhan.[8] Dalam jurnal Agustina menurut Wirardi Analisis ialah sebuah serangkaian perbuatan meneliti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan serta dikelompokkan berdasarkan keterkaitan serta penafsiran makna dari setiap kriteria. Sedangkan menurut para ahli seperti berikut yakni analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.[9]

Berdasarkan pengertian tersebut, diketahui bahwa analisis merupakan sebuah alat yang digunakan untuk dilakukannya sebuah pengujian, selain itu ada pula pengertian bahwa Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.

Dari yang disampaikan diatas, diketahui bahwa analisis adalah usaha untuk menguraikan yang bertujuan untuk mengetahui makna dari yang diuraikan. Pengertian analisis terakhir yakni Melakukan analisis adalah pekerjaan sulit, memerlukan kerja keras. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk

[8] Roland Carolos, 'UNIKOM_Roland Carolos_BAB 2', 2015, 12–27.

[9] Yadi Yadi, 'Analisa Usability Pada Website Traveloka', *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9.03 (2018), 172–80 <https://doi.org/10.36050/betrik.v9i03.43>.

mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya.[10]

Dengan dikatakan diatas bahwa analisi merupakan sebuah hal yang sulit dan analisis perlu dicocockan dengan penelitian yang dilakukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis merupakan penguraian suatu pokok secara sistematis dalam menentukan bagian, hubungan antar bagian serta hubungannya secara menyeluruh untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang tepat.

2.2 Peran

2.2.1 Pengertian Peran

Peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang mempunyai suatu status. Status atau kedudukan didefinisikan sebagai suatu peringkat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok, atau posisi suatu kelompok dalam hubungannya dengan kelompok lainnya. Setiap orang mungkin mempunyai sejumlah status dan diharapkan mengisi peran sesuai dengan status tersebut. Dalam arti tertentu, status dan peran adalah dua aspek dari gejala yang sama. Status adalah seperangkat hak dan kewajiban, sedangkan peran adalah pemeranan dari seperangkat kewajiban dan hak-hak tersebut.[11]

Peranan atau peran (*role*) merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan

[10] Nurlelasari Ginting and Imelda Barus, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam', *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2022), 554–68 <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.430>.

[11] Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2007), hlm 94

kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan.[12]Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan- perbuatan orang lain. Peranan diatur oleh norma-norma yang berlaku. Misalnya, norma kesopanan menghendaki agar seorang laki-laki bila berjalan bersama seorang wanita, harus di sebelah kiri.[13] Terdapat lima aspek penting peran menurut Scott et al yaitu:

a. Peran memiliki sifat Impersonal, artinya harapan ditentukan oleh posisi peran itu sendiri.
b. Peran mempunyai kaitan dengan perilaku kerja (*task behavior*), *artinya suatu perilaku yang diinginkan dalam pekerjaan tertentu*.
c. Peran itu adalah *role clarity and role ambiguity, artinya sulit untuk dikendalikan.*
d. Peran itu mampu menghasilkan beberapa perubahan perilaku utama bila dipelajari dengan cepat.
e. Peran dan sebuah pekerjaan itu bukan sesuatu yang dapat disamakan, artinya seseorang yang memiliki pekerjaan tertentu bisa jadi memainkan perannya lebih dari satu bukan hanya pekerjaan itu[14]

Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan kemasyarakatan. Posisi seseorang dalam masyarakat (yaitu

[12] Ahmadi, Abu, Sosiologi Pendidikan: Membahas Gejala Pendidikan dalam Konteks Struktur Sosial Masyarakat, (Jakarta: Rajawali Pers, 1982), hlm 256

[13] Gartiria Hutami, *Pengaruh Konflik Peran dan Ambiguitas Peran Terhadap Komitmen Independensi Auditor Internal Pemerintah Daerah*, Studi Empiris, Universita Diponegoro, hlm 14

[14] Raho Bernasrd, Teori Sosiologi Modern, (Jakarta:Prestasi Pustaka, 2007), hlm 67

social-position) merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjuk pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Jadi, seseorang menduduki satu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan. Peranan mungkinmencakup tiga hal, yaitu:

a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
b. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.[15]

2.2.2 Konsep Peran

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peran dan kondisi sosial yaitu dua hal yang tidak bisa terlepas. Lantaeda (2017) menjelaskan bahwa teori peran yaitu sebagai berikut;[16]

a. Persepsi Peran

---

[15] M. Alfi Syahri, *Peran dan Wewenang Majelis Tuha Peut dalam Membuat Kebijakan Partai Aceh (Studi Kasus Dewan Pimpinan Partai Aceh),* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3, No. 1, 2018, hlm 8

[16] Soekanto, *Sosiologi Sebagai Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hlm 242

Persepsi peran adalah pandangan tentang perilaku seseorang yang statusnya dilakukan dalam situasi tertentu. Persepsi ini didasarkan pada interpretasi tentang apa yang kita yakini tentang bagaimana kita harus berperilaku.

b. Ekpetasi peran

Ekspetasi peran adalah sesuatu yang sudah diyakini seseorang bagaimana seseorang itu harus bertindak dan pada situasi tertentu. Sebagian besar perilaku seseorang ditentukan oleh peran yang merupakan konteks dimana orang tersebut harus bertindak.

c. Konflik Peran

Pada saat seseorang berjumpa dengan ekspetasi peran yang berbeda, maka akan menciptakan konflik. Adapun konflik ini akan ada pada saat seseorang akan meyakini bahwa syarat satu peran lebih berat untuk dipenuhi daripada peran yang lain.[17]

Beberapa dimensi peran sebagai berikut:

a. Peran sebagai suatu kebijakan, penganut paham ini berpendapat bahwa peran merupakan suatu kebijaksanaan yang tepat dan baik untuk dilaksanakan.

b. Peran sebagai strategi, penganut paham ini mendalikan bahwa peran

[17] M. Alfi Syahri, *Peran dan Wewenang Majelis Tuha Peut dalam Membuat Kebijakan Partai Aceh (Studi Kasus Dewan Pimpinan Partai Aceh),* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3, No. 1, 2018, hlm 8

merupakan strategi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat (*publik supports*).

c. Peran sebagai alat komunikasi, peran digunakan sebagai instrumen atau alat untuk mendapat masukan berupa informasi dalam proses pengambilan keputusan.

d. Peran sebagai alat penyelesaian sengketa, peran digunakan sebagai suatu cara untuk mengurangi atau meredam konflik melalui usaha pencapaian konsesus dari pendapat-pendapat yang ada.

e. Peran sebagai terapi, menurut persepsi ini peran dilakukan sebagai upaya masalah-masalah psikologi masyarakat seperti halnya perasaan ketidakberdayaan, tidak percaya diri dan perasaan bahwa diri mereka bukan komponen penting dalam masyarakat saja contohnya ia yang seorang dokter juga merupakan seorang ayah peranan tidak hanya menjadi dokter namun juga menjadi ayah.

Biddle dan thomas, menggolongkan teori peran pada 4 jenis, yaitu:

a. Seseorang yang memperoleh bagian dari interaksi sosial
b. Perilaku yang timbul akibat interaksi sosial
c. Kedudukan seseorang dalam berperilaku
d. Hubungan antara orang dan perilaku.[18]

Hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian

[18] Raho Bernasrd, Teori Sosiologi Modern, (Jakarta:Prestasi Pustaka, 2007), hlm 67

perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu. Kepribadian seseorang juga mempengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan.

Peran terdiri dari tiga komponen, yaitu:

a. Konsepsi peran, yaitu kepercayaan seseorang tentang apa yang dilakukan dengan suatu situasi tertentu.
b. Harapan peran, yaitu harapan orang lain terhadap seseorang yang menduduki posisi tertentu mengenai bagaimana ia seharusnya bertindak.
c. Pelaksanaan peran, yaitu perilaku sesungguhnya dari seseorang yang berada pada suatu posisi tertentu.

Kalau ketiga komponen tersebut berlangsung serasi, maka interaksi sosial akan terjalin secara berkesinambungan.[19] Peran dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Peran aktif, adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya didalam kelompok sebagai aktifitas kelompok seperti, pengurus, pejabat, dan lain sebagainya.
b. Peran partisipatif, adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok kepada kelompoknya dengan memberikan sumbangsih yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri.
c. Peran pasif, adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan diri untuk memberikan kesempatan

[19] Sutarto, Dasar-dasar Organisasi, (Yogyakarta: UGM Press, 2009), hlm 138-139

kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok sehingga dapat berjalan dengan baik.[20]

2.2.3 Perangkat Peran

Secara istilah peran merupakan perilaku seorang yang melakukan tindakan guna diperlukan orang lain artinya setiap tingkah laku yang memiliki arti penting buat sebagian orang lain. Menurut KBBI peran adalah bagian dari yang dimainkan pada suatu aktivitas pada adegan film, sandiwara menggunakan berupaya bermain baik secara aktif yang dibebankan terhadap dirinya. Selain itu peranan merupakan tingkah seseorang pemain yang mempunyai sifat yang bisa membuat dan menggerakkan sesuatu hal yang baik ke pada sebuah peristiwa.[21]

Peran dapat diartikan tingkah laku yang diinginkan oleh masyarakat dari seseorang yang menempati status tertentu, hal ini berkaitan erat dengan hubungan berdasarkan peran yang dimiliki seseorang yang menempati status sosial. peran merupakan tindakan perilaku yang diatur dan diinginkan oleh seseorang terhadap kedudukan tertentu. Dari uraian diatas dapat disimpulkan peran merupakan kegiatan yang dilaksanakan sesorang untuk mengharapkan suatu perkembangan yang diinginkan bagi masyarakat berdasarkan kedudukan yang dimiliki orang.[22]

---

[20] Soekanto, *Sosiologi Sebagai Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hlm 242

[21] Sajogyo, P., Peranan Wania Dalam Pembangunan Masyarakat Desa, (Jakarta: Rajawali, 1983), hlm 96

[22] Ahmadi, Abu, Sosiologi Pendidikan: Membahas Gejala Pendidikan dalam Konteks Struktur Sosial Masyarakat, (Jakarta: Rajawali Pers, 1982), hlm 265

Istilah perangkat peran (role set) digunakan untuk menunjukkan bahwa satu status tidak hanya mempunyai satu peran tunggal, akan tetapi sejumlah peran yang saling berhubungan dan cocok. Seorang istri, misalnya, adalah juga seorang anak perempuan, seorang anggota keluarga, seorang tetangga, seorang warga negara, seorang *partner* seks, mungkin seorang ibu, seorang nyonya rumah, seorang tukang masak serta pemelihara rumah dan seorang pekerja dan mungkin juga seorang yang suka pergi ke Majlis Ta'lim, anggota Dharma Wanita, serikat buruh, majikan, atau tokoh politik. Jadi perangkat perannya meliputi suatu konstelasi berbagai peran yang saling berkaitan yang beberapa di antaranya mungkin memerlukan berbagai bentuk penyesuaian yang drastis.

Bila yang diartikan dengan peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam suatu status tertentu, maka perilaku peran adalah perilaku yang sesungguhnya dari orang yang melakukan peran tersebut. Perilaku peran mungkin berbeda dari perilaku yang diharapkan karena beberapa alasan. Seseorang mungkin tidak memandang suatu peran dengan cara yang sama sebagaimana orang lain memandangnya, sifat kepribadian seseorang mempengaruhi bagaimana orang itu merasakan peran tersebut, dan tidak semua orang yang mengisi suatu peran merasa sama terikatnya kepada peran tersebut karena hal ini dapat bertentangan dengan peran lainnya.[23]

[23] Gartiria Hutami, *Pengaruh Konflik Peran dan Ambiguitas Peran Terhadap Komitmen Independensi Auditor Internal Pemerintah Daerah*, Studi Empiris, Universita Diponegoro, hlm 14

Semua faktor ini terpadu sedemikian rupa sehingga tidak ada dua individu yang memerankan satu peran tertentu dengan cara yang benar-benar sama. Tidak semua prajurit gagah berani, tidak semua kyai baik dan suci, tidak semua profesor berprestasi ilmiah. Cukup banyak perbedaan dalam berperilaku peran yang menimbulkan variasi kehidupan manusia. Meskipun demikian, terdapat cukup keseragaman dan prediktabilitas dalam perilaku peran untuk melaksanakan kehidupan sosial yang tertib.

2.3 Minat

2.3.1 Pengertian Minat

Secara etimologi, dalam kamus umum bahasa Indonesia minat diartikan sebagai perhatian kesukaan (kecenderungan hati) pada suatu keinginan. Sedangkan, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu giarah, keinginan yang lebih dari suatu hal.[24]

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minat yang ditimbulkan. Crow *and* Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang

[24] Deli Safitri and Andy Riski Pratama, 'Analisis Strategi Personal Selling Pada Produk Funding Di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh', *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 1.4 (2022), 244–59 <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/view/998>.

mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.[25]

Minat adalah suatu potensi yang terdapat pada diri yang dapat menimbulkan kegairahan untuk berbuat dan bertindak. Seorang yang memiliki minat terhadap suatu hal tertentu cendrung untuk memberikan perhatian yang lebih kepada suatu hal tersebut. Dalam surah Al-Baqarah ayat 164 Allah Swt berfirman :

اِنَّ فِيْ خَلْقِ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَاخْتِلَافِ الَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِيْ تَجْرِيْ فِى الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَآ اَنْزَلَ اللّٰهُ مِنَ السَّمَآءِ مِنْ مَّآءٍ فَاَحْيَا بِهِ الْاَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيْهَا مِنْ كُلِّ دَآبَّةٍ وَّتَصْرِيْفِ الرِّيٰحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَآءِ وَالْاَرْضِ لَاٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّعْقِلُوْنَ

Artinya*:" Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, silih bergantinya malam dan siang, bahtera yang berlayar di laut membawa apa yang berguna bagi manusia, dan apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengan air itu Dia hidupkan bumi sesudah mati (kering)-nya dan Dia sebarkan di bumi itu segala jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi; sungguh (terdapat) tanda- tanda (keesaan dan kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan."*

Ayat diatas Allah Swt memerintahkan kepada manusia agar menggunakan akalnya untuk mempelajari alam semesta dan dirinya sendiri, disamping untuk kemanfaatan hidupnya juga untuk mengagungkan Allah Swt yang telah menciptakan dirinya, serta membangkitkan perhatian dan minat mereka untuk mempelajari hal-hal atau unsur baru dari alam sekitar dan dari struktur organ-organ tubuh dan kondisi kejiwaan manusia sendiri. Jadi secara sederhana, minat

[25] Junaidi Junaidi, 'Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)', *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 14.2 (1970) <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v14i2.44>.

(*interest*) berarti kecendrungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.[26]

Beberapa devinisi yang telah dikemukakan tentang minat oleh para ahli yakni:

1. Menurut W. S. Winkel, "minat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk merasa tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu".
2. Menurut H. C. Witherington, "minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut-paut dengan dirinya."
3. Sedangkan menurut Andi Mappiare dalam bukunya *Psikologi Remaja*, "minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarah individu kepada suatu pilihan tertentu.[27]

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwasannya minat yaitu suatu ketertarikan atau keinginan yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan tertentu.

2.3.2 Teori tentang Minat

[26] Zul Azimi, 'Motivasi Dalam Islam', *Jurnal Tahqiqa : Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 18.1 (2024), 61–69 <https://doi.org/10.61393/tahqiqa.v18i1.209>.

[27] Siti Ramahdani Siregar, *Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Bank Syari'ah Indonesia*, 2022 <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21468/1/Skripsi_1905036078_Siti ramahdani Siregar_Lengkap.pdf>.

Teori tentang minat menganut pada teori perilaku terencana (*Theory of Planed Behavior)* oleh Ajzen. Teori ini memiliki keyakinan-keyakinan akan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu. Pada norma-norma subyektif dan pada kontrol perilaku yang hayati. Sikap terhadap sesuatu yang dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau yang tidak diinginkan. Keyakinan mengenai perilaku yang bersifat normatif dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subjektif dalam diri individu.[28]

Kontrol perilaku ditentukan oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan individu mengenai seberapa sulit atau mudahna untuk melakukan perilaku yang bersangkutan. Kontrol perilaku ini sangat penting, karena rasa percaya diri seseorang sedang berada dalam kondisi yang lemah. Menurut perilaku terencana, diantara berbagai keyakinan yang akhirnya akan menentukan intesi dan perilaku tertentu adalah keyakinan mengenai tersedia tidaknya kesempatan dan sumber yang diperlukan. Keyakinan ini dapat berasal dari pengalaman dengan perilaku yang bersangkutan dimasa lalu, dapat juga dipengaruhi oleh informasi tidak langsung mengenai perilaku itu sendiri. Misalnya, dengan meliput pengalaman teman atau orang lain yang pernah melakukannya.

2.3.3 Jenis Minat

[28] A Masruroh, 'Pengaruh Minat Belajar Dan Motivasi Belajar Siswa Terhadap Keaktifan Belajar Siswa Kelas XI IPA Pada Mata Pelajaran PAI Di SMAN I Purwoasri Tahun Ajaran 2016/2017', 2017, 7–27 <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/124>.

Minat memiliki unsur afeksi,kesadaran sampai pada pilihan nilai, pengerahan perasaan, dan kecenderungan hati. Maka dari sumber tersebut, dapat dirangkum pemilihan kelompok minat, berdasarkan orang dan pilihan kerjanya, minat dapat dibagi menjadi enam jenis, yakni:[29]

a. Realistis

Orang realistis umumnya mapan, kasar, praktis, berfisik kuat, dan sering sangat atletis, memiliki kondisi otot yang baik dan terampil. Orang yang realistis kurang dalam penggunaan medium komunikasi verbal dan kurang memiliki keterampilan komunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu mereka kurang menyenangi hubungan sosial. Mereka memiliki sifat langsung, stabil, normal, kukuh, menyukai masalah konkret dibanding abstrak, menduga diri sendiri sebagai agresif, jarang melakukan kegiatan kreatif dalam bidang seni dan ilmu pengetahuan.orang realistis lebih suka membuat sesuatu dengan bantuan alat orang realistis biasanya menyukai pekerjaan montir, insinyur dan berkaitan dengan bantuan alat.

b. Investigatif

Orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka pada umumnya berorientasi pada tugas, instropektif, dan asosial. Memiliki dorongan kuat untuk memahami alam, menyukai tugas yang tidak pasti,

[29] A R H Utami, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce', *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01 (2020),79–93 <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>.

suka bekerja sendirian, kurang pemahaman dalam kepemimpinan akademik dan intelektualnya, menyatakan diri sebagai analisis, selalu ingin tahu, bebas, dan bersyarat, serta tidak menyukai tugas yang berulang.

c. Artistik

Orang-orang artistik menyukai hal-hal yang tidak terstruktur, bebas, memiliki kesempatan berkreasi, sangat membutuhkan suasana yang dapat mengekpresikan sesuatu secara individu. Mereka sangat kreatif dalam bidang musik dan seni.

d. Sosial

Tipe ini dapat bergaul, bertanggung jawab, berkemanusiaan, suka bekerja dalam kelompok, memiliki kemampuan verbal, terampil bergaul, serta suka memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan perasaan. Tipe ini juga suka menginformasikan, melatih serta mengajar.

e. Enterprising

Tipe ini cenderung menguasai atau memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal utuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi, agresif, percaya diri dan umumnya sangat aktif.

f. Konvensional

Orang konvensional sangat menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, menyenangi kegiatan yang berhubungan dengan angka, serta sangat efektif menyelesaikan tugas yang terstruktur. Tipe ini menghindari situasi yang tidak menentu, menyatakan diri orang

yang setia, patuh, praktis, tenang efisien, mereka mengidentifikasikan diri dengan kekuasaan dan materi.[30]

2.3.4 Fungsi Minat

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.[31] Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi dapat dikatakan serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi- kondisi tertentu, sehingga seseorang itu mau dan ingin melakukan sesuatu, dan bila ia tidak suka, maka akan berusaha untuk meniadakan atau mengelakkan perasaan tidak suka itu.

Begitu juga dengan minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan- keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri, sehingga dapat diketahui bahwa minat adalah sumber motivasi pokok.[32] Dengan demikian fungsi minat tidak berbeda dengan fungsi motivasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Sardiman A.M. bahwa ada tiga motivasi atau minat yaitu:

a. Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi
b. Menentukan arah perbuatan, yakni kearah tujuan yang hendak dicapai

[30] Ramahdani Siregar.

[31] Fariz Arkhan, Diyan Yusri, and Anjur Perkasa Alam, 'Persepsi Tokoh Masyarakat Kota Tanjung Pura Tentang Isu Riba Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat', *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2022), 170–88 <https://doi.org/10.56874/eksya.v3i1.742>.

[32] Safitri and Pratama.

c. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan- perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan tersebut

Menurut Nuckios dan Banducci dikutip oleh Elizabeth B. Hunlock menulis tentang fungsi minat sebagai berikut:[33]

1. Minat mempengaruhi intensitas cita-cita
2. Minat sebagai tenaga pendorong yang kuat
3. Prestasi suatu yang dipengaruhi oleh jenis dan intensitas minat seseorang

Minat yang terbentuk sejak masa kanak-kanak sering terbawa seumur hidup karena minat membawa kepuasan.

2.3.5 Unsur Minat

Berdasarkan dari pengertian minat sebagaimana yang sudah diuraikan di atas, maka dapat diketahui bahwa minat memiliki beberapa unsur, yaitu meliputi:

a. Perasaan

Perasaan merupakan gejala psikis yang bersifat subjektif yang umumnya berhubungan dengan gejala-gejala mengenal, dan dialami dalam kualitas senang atau tidak senang dalam berbagai taraf.[17] Kondisi perasaan dari setiap individu dapat menimbulkan suatu keadaan dalam diri orang lain sebagai suatu reaksi terhadap suatu yang dialaminya. Reaksi dari

[33] Dedi Yulianto and Tontowi Jauhari, 'Strategi Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah', *Jurnal Ilmu Dakwah & Pembangunan*, 14.1 (2019), 71–84.

masing-masing individu terhadap keadaan tidak sama satu dengan yang lain. Karena itu, dalam perasaan adanya beberapa sifat yang tertentu,yaitu:

Perasaan berhubungan dengan peristiwa persepsi, merupakan reaksi kejiwaan terhadap stimulus yang mengenainya. Meskipun keadaan yang dalami sama, tetapi perasaan yang ditimbulkan oleh stimulus yang diberikan dapat berlainan.[34]

1. Perasaan sifat subjektif, hal tersebut karena dapat menimbulkan bermacam-macam keadaan sesuai dengan individu yang mengalami
2. Perasaan yang dialami oleh masing-masing individu memiliki tingkatan yang berbeda-beda
3. Perasaan selain tergantung pada stimulus yang datang dari luar, juga tergantung kepada:
    a) Keadaan jasmani individu yang bersangkutan
    b) Keadaan dasar individu. Hal ini erat kaitannya dengan struktur pripadi individu, misalnya apakah ia seorang yang mudah marah atau orang yang sabar, hal tersebut akan menentukan perasaan individu
    c) Keadaan individu pada suatu waktu atau keadaan temporer seseorang

Perasaan sebagai faktor psikis yang non intelektual, khusus berpengaruh terhadap semangat orang tua dalam menyekolahkan ke

[34] Asri Yanti Bali, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1.1 (2022), 1–14 <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>.

madrasah, perasaan tersebut akan melakukan penilaian. Penilaian positif akan terungkap dalam perasaan yang positif, dan orang tua yang mempunyai perasaan positif terhadap madrasah, tentu segala usaha akan dilakukan supaya anaknya agar bisa masuk dan belajar di madrasah.

b. Perhatian

Menurut Agus Suyanto, perhatian adalah konsentrasi atau aktivitas jiwa kita, terhadap pengamatan, pengertian, dan sebagainya dengan menyampingkan yang lain dari pada itu.[20] Sedangkan menurut Wasty Soemanto, perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu kepada suatu objek dan pendayagunaan kesadaran untuk mengerti suatu aktivitas.[21]

Perhatian, sebagai salah satu aktivitas psikis, dapat dimengerti sebagai keaktifan jiwa yang dipertinggi. Jiwa itupun semata-mata tertuju pada objek (benda atau hal) ataupun sekumpulan objek-objek. Dengan kata lain, perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi seluruh ativitas individu yang ditunjukkan kepada sekumpulan objek.[35]

Perhatian sangat dipengaruhi oleh perasaan dan suasana hati, serta ditentukan oleh kemauan. Sesuatu yang dianggap luhur, mulia, dan indah akan sangat mengikat perhatian. Demikian pula, sesuatu hal yang dapat menimbulkan rasa nyeri dan ketakutan, akan mencekam perhatian.

[35] Asnawati Matondang, 'Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar', *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2.2 (2018), 24–32.

Sebaliknya, segala sesuatuyang membosankan, sepele, dan terus- menerus berlangsung tidak akan mengikat perhatian. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menarik perhatian yakni:

1. Singkirkan hambatan-hambatan emosional dalam usaha mengonsentrasikan diri dan pencurahan minat, misalnya rasa ragu-ragu, takut, cemas, dan sebagainya. Habatan-hambatan emosional itu bisa membuat individu sering bermimpi dan enggan bekerja.
2. Singkirkan dan hindari sebanyak mungkin kejadian-kejadian yang mengakibatkan terpecahnya perhatian dan minat
3. Kerjakan satu tugas saja, konsenrasikan perhatan dan minat pada satu pekerjaan saja
4. Pergunakan pengalaman-pengalaman masa lampau untuk memecahkan masalah baru Perbesar kemampuan adaptasi agar bisa lebih peka terhadap perubahan-perubahan situasi dengan segenap permasalahan-permasalahannya sehingga mampu memecahkan setiap permasalahan dengan tenang, hati-hati, jitu, dan dengan cara yang sehat[36]

c. Motiv

Kata motiv, diartikan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas- aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Menurut W.A. Gerungan, motiv merupakan dorongan

[36] Sumarno Sumarno and Ana Khuswatun Hasanah, 'Minat Nasabah Terhadap Asuransi Jiwa Berbasis Syari'Ah Di PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia Cabang Cirebon', *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 1.2 (2020), 53 <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.162>.

keinginan hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Apabila suatu kebutuhan dirasakan mendesak untuk dipenuhi, maka daya penggerak dan motif menjadi aktif. Motif yang telah menjadi aktif inilah yang disebut motivasi Kondisi atif dalam diri individu yang terjadi sewaktu motif berhubungan dengan harapan untuk mencapai tujuan motif. [37] Upaya pemenuhan perilaku termotivasi sehubungan dengan prinsip regulator yang mendorong tingkah laku individu untuk mencapai tujuan-tujuannya. Hal tersebut dapat dilihat dari siklus motivasi sebagai berikut:

Diagram tersebut menjelaskan bahwasannya motivasi hanya akan muncul jika seseorang benar-benar membutuhkan sesuatu. Kebutuhan tersebut akan disertai dengan ketegangan yang dapat menjadikan seseorang mengalami ketidakseimbangan. Ketegangan yang dirasakan akan mendorongnya memunculkan tingkah laku yang terarah pada pencapaian tujuan Jika tujuan tercapai, maka ketegangan akan menurun dan akan memunculkan kebutuhan terbaru. Hal tersebut berarti bahwa dorongan pada manusia pada dasarnya tidak hilang tapi terkurangi.[38]

Motivasi yang baik terhadap masa depan putra-putri nereka terhadap agama akan menjadikan minat orang tua dalam menyekolahkan putra-putri mereka ke madrasah lebih tingggi.

[37] Azimi.

[38] Lis Yulianti Syafrida Siregar, 'Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku', *Forum Paedagogik*, 11.2 (2020), 81–97 <https://doi.org/10.24952/paedagogik.v12i2.3156>.

2.3.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Sudah dijelaskan yang lalu bahwa minat erat hubungannya dengan motivasi. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan begitu juga minat, sehingga dapat diketahui bahwa minat adalah alat motivasi yang pokok. Minat dapat dipengaruhi oleh dua faktor, sebagaimana yang diungkapkan oleh Muhibbin Syah bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik.

Faktor intrinsik adalah hal dan keadaan yang berasal dari dalam diri individu sendiri yang dapat mendorongnya melakukan tindakan yang meliputi: perasaan senang, daya pilihnya, selektivitasnya sendiri, minat perhatiannya dan mengelola seluruh rangsangan-rangsangan atau pengaruh-pengaruh yang barasal dari luar dirinya. Faktor ekstrinsik adalah hal dan keadaan yang datang dari luar individu yang meliputi: keluarga, lingkungan masyarakat, dan lingkungan sekolah.[39]

2.4 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

2.4.1 Pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kembali kepada masyarakat. Bank pada saat ini seakan akan menjadi kebutuhan pokok suatu negara, juga

[39] Ambar Wahyu Kristianingrum, 'OPTIMALISASI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT (Studi Kasus UMKM Griya Batik Tulis Rahayu Desa Sumbergedong Kecamatan Trenggalek)', *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 2020, 43 <http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf>.

menjadi penolong yang baik bagi masyarakat. Keberadaan lembaga perbankan juga merupakan suatu manfaat bagi banyak pihak. Tidak dapat di pungkiri jika bank dalam praktik jasanya yang membantu masyarakat baik perseorangan ataupun perusahaan besar dalam beberapa hal.[40]

Ada dua jenis bank di Indonesia, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional ialah lembaga yang beraktifitas dalam melakukan perputaran uang yang kesepakatan nya sesuai kesepakatan nasional dan internasional, dan bank ini mengikuti hukum formal suatu negara. Bank konvensional juga berperan sebagai perantara *(financial intermediaries*) antara tiga pihak yaitu yang memegang saham, pengelola bank dan pelanggan atau nasabah. Sedangkan bank syariah adalah suatu sistim perbankan yang pelaksanaan nya berdasarkan dengan syariat agama Islam. Perbedaan dari kedua bank ini ialah, bank konvensional dapat melakukan pengelolaan dana di dalam seluruh lini bisnis menguntungkan di bawah naungan undang undang. Sedangkan, bank syariah akan mengelola dana nasabah pada lini bisnis yang di izinkan oleh aturan islam. [41]

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga yang memiliki peran yang penting dalam berjalanannya suatu pembangunan, apalagi di dunia usaha. Perbankan syariah awal munculnya di mesir yaitu pada tahun 1963 di kota mit Ghamr. Prinsip-prinsip yang terkait dengan produk dan jasa dari perbankan syariah yaitu

[40] Ariyun Anisah, 'Persepsi Tokoh Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan', *Ekonomi Syariah*, 1.2 (2017), 54–72.

[41] Evy Septiana, 'Peran Perbankan Syariah Dengan Prinsip Prinsip Syariah Konvergensi', *Berasan: Journal of Islamic Civil Law*, 1.1 (2022), 91 <http://dx.doi.org/10.29240/berasan.v1i1.4735>.

jauh dari praktik produk riba dan produk haram. Empat elemen tersebut menjelaskan pengertian, dasar hukum dan pembagian dari bank syariah. Dalam memahami praktik ini, didalam bank syariah tidak menerapkan metode riba dan bunga. Serta beberapa aturan dan perjanjian mengikuti hukum islam baik antara bank maupun kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariat islam. Prinsip tersebut di atur dalam (pasal 11 UU No.3 tahun 2004 tentang BI).

Perbankan syariah memiliki beberapa produk dan jasa antaranya *mudharabah, musyarakah, murabaah, ijarah, ishtisna* dan produk lainnya yang juga lebih menarik dan tidak di miliki oleh bank bank konvensional, produk dan jasa tersebut tidak membentuk sistim bunga seperti yang terjadi di bank bank konvensional. Ada beberapa pendapat masyarakat tentang bank syariah yaitu bank syariah terkenal dengan sistem bagi hasil dan tidak memakai sistim bagi hasil. Tetapi nyatanya pendapat sikap dan persepsi masyarakat tentang bank syariah ini sangat banyak ragamnya.

Beragamnya sikap dan pendapat masyarakat tentang bank syariah ini diakibatkan karena kurang nya pemahaman serta pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang perbankan syariah ini. Dan karena perbedaan pendapat hal ini berpotensi dan menjadi pengaruh terhadap pengetahuan yang dimiliki masyarakat

tentang baik digunakan nya bank syariah, hal tersebut berakibat kurang nya minat masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah.[42]

Dampak terbesar dari kesalahpahaman masyrakat terhadap pemilihan bank ialah terjerumusnya masyarakat muslim pada praktik riba. Riba adalah mengkonsumsi hak orang lain dan tanpa di landasi jerih payah dan menentukan bunga atau melebihkan jumlah uang yang di pinjamkan, jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan hal tersebut akan mendapatkan resiko, mendapatkan harta yang bukan usaha dari kerja atau jasa kita sendiri, dan orang kaya yang mengorbankan kaum miskin, dan mengabaikan aspek peri kemanusiaan demi mendapatkan kekayaan. [43]

Masyarakat Indonesia merupakan mayoritas beragama Islam, sehingga bank yang sesuai syariat islam mulai bermunculan, namun pengetahuan dan pemahaman masyarakat akan bank syariah ini masih kurang karena kurang nya promosi dari bank syariah dan masyarakat pun lebih memilih bertransaksi di bank konvensional dan karena hal tersebut para masyarakat telah terjerumus dalam praktik riba sedangkan riba sudah jelas haram dan dilarang dalam syariat agama islam.

[42] Fitriani Fitriani and Jon Kenedi, 'Strategi Bank Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen', *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3.3 (2024), 191–203 <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i3.1992>.

[43] Miftakhur Rokhman Habibi and Ruriana Diah, 'Peran Perbankan Syari'ah Dalam Perkembangan Perekonomian Di Indonesia', *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12.1 (2022), 1–25 <https://doi.org/10.15642/maliyah.2022.12.1.1-25>.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu jenis bank yang melaksakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Berdasarkan UU Nomor 21 tahun 2008 menyebutkan bahwasanya dalam kegiatannya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak memberikan sebuah jasa dalam lalu lintas pembayaran.[44]

Keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu bentuk dari lembaga keuangan syariah dan dimaksudkan untuk memberikan sebuah pelayanan dengan cepat, mudah dan sederhana kepada masyarakat khususnya para pengusaha mikro, kecil, dan menengah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu bentuk perbankan syariah yang memiliki peran sebagai lembaga intermediasi dimana dalam setiap kegiatannya harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah.[45]

Menurut Azriani Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bagian dari lembaga keuangan syariah yang memiliki kegiatan usaha pada pendanaan dan pembiayaan kepada sektor riil untuk mengangkat perekonomian masyarakat.[46] Pembiayaan disini merupakan pendanaan yang diberikan oleh satu pihak ke pihak yang lain untuk mendukung sebuah investasi yang telah direncanakan.

---

[44] M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Dan Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 198.

[45] Jamil Abbas, Annisa Paramita Arfiansyah, and Muhibbuddin Ahmad, *Direktori Pembiyaan Syariah Untuk UMKM* (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah

[46] Maulina et al., "Analisis Peran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Pada PT.BPRS Baiturrahman)," 110

BPRS juga merupakan lembaga keuangan yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan layanan perbankan bagi masyarakat ekonomi kurang mampu, khususnya usaha kecil di Indonesia. BPRS memiliki peran yang sangat penting bagi usaha kecil yaitu untuk meningkatkan pembiayaan UMKM karena pada saat ini pelaku usaha kecil berperan penting dalam perekonomian Indonesia yang masih sangat memerlukan suntikan modal dari pihak luar. Pentingnya peran usaha kecil ditunjukkan dari kontribusinya terhadap produksi nasional, jumlah unit usaha dan wirausahawan serta penyerapan tenaga kerja. Namun, perkembangan usaha kecil di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal permodalan dari lembaga keuangan formal seperti bank.

Pemahaman masyarakat terhadap bank syariah kurang dan di sertai tingkat persaingan keadaan pasar yang kompetetif yang menjadi hambatan bagi bank syariah ini. Masyarakat adalah bentuk suatu kehidupan yang bersama untuk waktu yang lama dan menghasilkan adat istiadat. Masyarakat adalah kelompok manusia yang hidup dengan bekerjasama dalam cukup waktu yang lama, dan mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka suatu kesatuan yang sosial dengan batas yang mereka rumuskan dengan jelas. Dalam hal interaksi sosial, suatu individu membentuk pola prilaku yang tertentu terhadap objek yang di

hadapinya. Dan merupakan faktor yang akan mempengaruhi pembentukan karakter dan sikap dalam berbagai pengelaman pribadi dan kebudayaan.[47]

Dalam pembangunan ekonomi berwawasan syariah, eksistensi Bank syariah memiliki arti penting terutama dalam memberikan solusi bagi masyarakat yang mempunyai usaha kecil dan menengah seta berperan dalam keuangan masyarakat agar masyarakat mau bertransaksi di perbankan syariah ini. karna hal tersebut menunjukkan bahwa bank syariah berperan penting bagi masyarakat, dan bank syariah ini adalah suatu lembaga intermidasi yang mampu memecahkan permasalahan permasalahan yang fundamental yang di alami oleh pengusaha pengusaha kecil dan menengah khusus nya di modal. Bank syariah tidak hanya membantu di bidang permodalan tetapi juga berfungsi menangani kegiatan dibidang sosial. [48]

BPRS dalam melakukan sebuah pembiayaan lebih mengutamakan untuk memberikan pembiayaan kepada usaha mikro, kecil dan menengah, selain memberikan pembiayaan kepada para palaku umkm BPRS juga memberikan pembiayaan kepada masyarakat daerah perdesaan atau kabupaten dimana di daerah tersebut juga masih masyarakat yang masih sangat membutuhkan pembiayaan

[47] Miftahul Jannah, 'PEMAHAMAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.xx (2023), 5.

[48] Intan Nurrachmi and Setiawan Setiawan, 'Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Religiusitas Dan Kepercayaan', *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 6.2 (2020), 176–87 <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v6i2.2357>.

2.4.2 Tujuan dan Peran BPRS

Berikut ini merupakan tujuan dan peran dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah:[49]

a. Menyediakan bantuan modal kepada para pelaku usaha dengan proosedur yang mudah dan sederhana;
b. Melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dengan menyediakan tempat yang dekat, aman dan mudah bagi masyarakat yang ingin menabung;
c. Menunjang sebuah modernisasi ekonomi di perdesaan;
d. Membantu menigkatkan kesejahteraan umat islam, terutama masyarakat yang mengalami ekonomi golongan lemah;
e. Menyediakan sebuah lapangan pekerjaan, terutama di tinggat kecamatan sehingga dapat mengurangi terjadinya arus urbanisasi;
f. Untuk mempercepat perputaran aktivitas ekonomi karena sektor *real* akan mendapatkan pendanaan dari BPRS;
g. Memberikan semangat *ukhuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan perdapatan perkapita;
h. Meningkatkan pendapatan perkapita di daerah terutama perdesaan;;
i. Membantu memberikan sebuah layanan perbankan kepada masyarakat di perdesaan.

[49] Isara Abda Noka, "Efektivitas Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Gayo Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarkat Aceh Tengah," *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* vol.1, no. 2 (2019): 3.

Untuk mencapai tujuan dari BPRS tersebut, maka perlu disusun sebuah strategi operasional untuk mencapainya, sebagai berikut:

a. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil;
b. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan dan tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.
c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak bersifat terus menunggu masyarakat untu melakukan perminataan fasilitas pembiayaan, melainkan BPRS harus bersifat aktif dengan cara melakukan sosialisasi atau penelitian kepada usaha-usaha berskala kecil yang sedang membutuhkan tambahan modal yang lebih banyak sehingga memiliki prospek usaha yang lebih baik.

2.4.3 Fungsi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

BPRS sebagai lembaga keuangan memiliki fungsi seperti lembaga keuangan lainya. Berikut meruapakan fungsi yang dimiliki oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) :

a. Menghimpun dana dari Masyarakat

Fungsi BPRS yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang mengalami kelebihan dana. BPRS menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *wadi'ah* dan dalam bentuk investasi dengan akad yang digunakan adalah *al-mudharabah.*

1) *Al-wadi'ah* merupakan akad antara pihak pertama (nasabah) dan pihak kedua (bank syariah), dimana pihak pertama akan menitipkan dananya kepada bank syariah dan bank syariah pihak yang menerima titipan yang mana dana tersebut akan di manfaatkan kembali oleh pihak bank.
2) *Al-mudharabah* adalah akad antara pihak pertama yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya kepada pihak lain yang bertindak sebagai pihak pengelola dana. Dana tersebut dikelola guna untuk memperoleh sebuah keuntungan melalui bagi hasil.[50]

b. Fungsi Bank Syariah sebagai Penyalur Dana

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) melakukan penyaluran dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam macam pembiayaan beradasarkan akad yang digunakan, seperti pembiayaan berdasrakan akad jual beli yaitu *murabahah, salam, istishna*. Kemudian pembiayaan berdasarkan akad sewa menyewa ada *ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik (IMBT*), pembiayaan berdasarkan akad prinsip bagi hasil ada *mudharabah* dan *musyarakah*, serta pembiayaan berdasarkan akad pinjam meminjam ada *qard* dan *qardhul hasan.* Dalam hal ini bank syariah

[50] Natiqotul Khusna and Versiandika Yudha Pratama, 'Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.2 (2021), 310–22 <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.22>.

akan memproleh return atau bagi hasil sesuai dengan akad yang digunakan.[51]

2.5 Produk Bank Syariah

Pada sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkant45 bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan, dengan perjanjian keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Produk umum perbankan syariah merupakan penabungan berkenan cara penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah seperti yang telah diuraikan.

Dalam sistem perbankan syariah secara umum produk-produk bank syariah dikelompokkan menjadi 3 yaitu penghimpun dana, penyaluran dana, dan jasa lainnya. Penyaluran dana merupakan salah satu produk yang telah di operasikan atau di aplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat.

1. Pengertian Penyaluran dana/pembiayaan

   Istilah pembiayaan/financing pada intinya *I Belive, I Trust*, ‘saya percaya’ atau ‘saya menaruh kepercayaan’. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan, berarti lembaga pembiayaan selaku shahibul maal menruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar dan adil dan harus disertai dengan

[51] M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Dan Praktis*

ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.[52]

Sebagaimana firman Allah Subahannallahu ta'ala yang terdapat pada surat An-Nisa, yang berbunyi:[53]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"* (QS. An Nisa : 29)

Pembiayaan merupakan penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiyah bit tamlik.
c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna'.
d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk qardh
e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk bertransaksi multijasa.[54]

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah dir direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.[12]

[52] Rivai, Veithzal, and Andria Permata Veitzhal. "Islamic Financial Management, Jakarta:PT." Raja Grafindo Persada (2008).h.3

[53] QS. An-Nisa.. 29

[54] Nur Rianto AL, Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Jakarta: Alfabeta,2012)h.42

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga keuangan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak lain yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk megembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertendu dengan imbalan, tanpa imbalan, atau bagi hasil dana tersebut setelah jangka waktu tertentu tanpa imbalan atau bagi hasil. Dengan demikian , dalam praktiknya pembiayaan adalah :

1) Penyerahan nilai ekonomi sekarang atas kepercayaan dengan harapan mendapatkan kembali suatu nilai ekonomi yang sama dikemudian hari.
2) Suatu tindakan atas dasar perjanjian yang dalam perjanjian tersebut terdapat jasa dan balas jasa yang keduanya dipisahkan oleh unsur waktu.
3) Pembiayaan adalah suatu hak, dengan hak dimana seseorang dapat menggunakannyadengan tujuan tertentu, dalam batas waktu tercinta dan atas pertimbangan tertentu pula.[13]

2. Unsur Pembiayaan

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal diatas , unsur-unsur dalam pembiayaan tersebut adalah :[55]

Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*shahibul maal*) dan penerima pembiayaan (*mudharib*). Hubungan pemberi pembiayaandan penerima

[55] Veithzal Rivai, Islamic Financial Management, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008).h.4-5

pembiayaan merupakan kerja sama yang saling menguntungkan. Yang diatrikan pula sebagai kehidupan tolong menolong sebagaimana firman Allah Subhanallahuta'ala dalam surat al-maidah yang berbunyi:[56]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُحِلُّواْ شَعَٰٓئِرَ ٱللَّهِ وَلَا ٱلشَّهۡرَ ٱلۡحَرَامَ وَلَا ٱلۡهَدۡيَ وَلَا ٱلۡقَلَٰٓئِدَ وَلَآ ءَآمِّينَ ٱلۡبَيۡتَ ٱلۡحَرَامَ يَبۡتَغُونَ فَضۡلٗا مِّن رَّبِّهِمۡ وَرِضۡوَٰنٗاۚ وَإِذَا حَلَلۡتُمۡ فَٱصۡطَادُواْۚ وَلَا يَجۡرِمَنَّكُمۡ شَنَـَٔانُ قَوۡمٍ أَن صَدُّوكُمۡ عَنِ ٱلۡمَسۡجِدِ ٱلۡحَرَامِ أَن تَعۡتَدُواْۘ وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*

a. Adanya kepercayaan shahibul maal kepada mudharib yang didasarkan atas prestasi dan potensi mudharib.
b. Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *shahibul maal* dengan pihak yang lainnya yang berjanji membayar *mudahrib* kepada *shahibul maal*. Janji membayartersebut terdapatbeberapa janji lisan, tertulis (akad pembiayaan) atau berupa instrument (*credit instrumen*).
c. Adanya penyerahan barang, jasa, atau uang dari shahibul maal kepada mudharib.

[56] QS Al-Maidah..

d. Adanya unsur waktu (*time element*). Unsur waktu merupakan esensial pembiayaan. Pembiayaan terjadi karena unsur waktu , baik dilihat dari shahibul maal maupun dilihat dari mudharib.

e. Adanya unsur resiko (*degree of risk*) baik dipihak shahibul maal maupun di pihak mudharib. Resiko dipihak shahibul maal adalah resiko gagal bayar baik karena kegagalan usaha (pinjaman komersial) atau ketidak mampuan membayar (pinjam konsumen) atau karena ketidaksediaan membayar. Resiko di pihak Mudharib adalah kecurangan dari pihak pembiayaan, antara lain berupa shahibul maal yang dari bermaksud untuk menggelapkan perusahaan yang diberi pembiayaan atau tanah yang dipinjamkan.[57]

3. Tujuan Pembiayaan

Dalam membahasa tujuan pembiayaan, mencakup lingkup yang luas. Pada dasarnya terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan yaitu :

a. *Profitability*, yaitu tujuan memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah.

b. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitabiiitas* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

4. Prinsip-prinsip pembiayaan

[57] Veithzal Rivai, Islamic Financial Management, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008).h.4-5

Dalam bisnis syariah lazimnya ada tiga skema dalam melakukan akad pada bank syariah yaitu:

a. Prinsip Bagi Hasil.

Ada beberapa produk yang terdapat pada prinsip bagi hasil yaitu antara lain :

1) Mudharabah

Mudharabah yaitu kerja sama antara dua pihak dimana pihak pertama shahibul maal menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, namun apabila terjadi kerugian maka kerugian tersebut ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Namun, seandainya kerugian tersebut diakibatkan karena adanya kecurangan maupun kelalaian dari pengelola, maka pengelola harus bertangung jawab mengenai kerugian tersebut.[58] Ketentuan umum dalam pembiayaan mudahrabah adalah :

a. Jumlah modal diserahkan kepada nasabah selaku pengelola modal harus diserahkan tunai, dan dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan nilainya dalam satuan uang. Apabila modal diserahkan secara bertahap harus jelas, tahapannya dan disepakati bersama.
b. Hasil dari pengelolaan modal pembiayaan mudharabah dapat diperthitungkan dengan cara perhitungan dari pendapatan proyek (*revenue*

[58] Yenty Astari Dewi and Iiz Izmuddin, 'ANANILSA PENERAPAN EKONOMI SYARIAH PADA UNIT USAHA BUMDes DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DESA', *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 2.2 (2018), 125 <https://doi.org/10.30983/es.v2i2.725>.

sharing), dan bisa juga dari perhitungan keuntungan proyeknya (*profit sharing*)

c. Hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada setiap bulan atau awktu yang disepakati. Bank selaku pemilik modal menanggung seluruh kerugian kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah, seperti penyelewengan, kecurangan dan penyaahgunaan dana.

d. Bank berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan/ usaha nasabah. Jika nasabah cidera janji dengan sengja, semisal ia tidak mau membayar kewajiban atau menunda pembayaran kewaiban, maka ia dapat dikenakan sanksi administrasi.[59]

2) Musyarakah

Merupakan akad kerjasama antara dua pihak maupun lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepaktan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan

3) Muza'raah

Merupakan akad kerja sama atau pencampuran pengelolahan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap dengan sistem bagi hasil atas dasar hasil panen. Ada dua jenis mengenai muza'raah yaitu (a) *muza'raah* ,

[59] Pratama,Gama. "Konsep Dasar Pembiayaan Bank Syariah. Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia" (20210.H. 82

yaitukerja sama pengelohan lahan dimana benih berasal daripemilik lahan (b) *mukharabah*, kerja sama pengolahan lahan dimana benih tersebut berasal dari penggarap.

b. Prinsip jual beli

Transaksi jual beli dalam bentuk pembayarannya dapat dibedakan dalam beberapa bagian diantaranya adalah :

1) Pembiayaan Murabahah

Secara bahasa *murabahah* terambil dari kata *ribhun* yang artinya keuntungan, artinya pihak bank menyebutkan keuntungan yang akan diambil. Murabahah merupakan masdar dari kata *rabaha-yarabihu- murabahatan*. Secara terminologi jual beli *murabahah* adalah kepemilikan objek jual beli dengan jual beli seraya memberikan pengganti sejumlah dengan harga awal dan tambahan keuntungan atau laba.[60]Dalam pengertian lain *murabahah* merupakan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* akan ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).[61]

2) Pembiayaan Salam

[60] Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, 1st ed. (Depok: Rajawali Pers, 2016) 65

[61] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 113.

Jual beli dengan menggunakan akad salam merupakan transaksi jual beli dimana barang yang akan dijual atau yang ditransaksikan belum terwujud sedangkan pembayarannya merupakan tunai.

3) Pembiayaan *Istishna'*

Secara bahasa *Istishna'* diambil dari kata *Istasna* yang yaitu orang mempunyai arti permintaan kepada seseorang untuk menghasilkan barang. Sedangkan menurut istilah adalah perjanjian kontrak dengan pengeluaran untuk menghasilkan barang dengan penerangan tertentu pada harga yang ditentukan dan diperbuat dari bahan bahan sendiri atau usaha sendiri

c. Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembyaran sewa (ujrah) tanpa adanya diikuti dengan kepemilikan barang itu sendiri. Dalam ijarah ada beberapa rukun diantaranya :

1) Pelaku akad yakni pemberi sewa (pemilik barang)
2) Penyewa yaitu orang yang akan menyewa
3) Objek sewa yaitu manfaat barang (sewa manfaat jasa atau upah)
4) *Shigah* yaitu ijab dan qobul

Sedangkan syarat akad ijarah adalah :

1) Berakal;
2) *Mumayiz*, dapat membedakan antara benar dan salah

3) Kepemilikan penuh, artinya barang yang disewakan harus miliknya secara mutlak
4) Jelas dalam spesifikasi barang yang akan disewakan
5) Barang yang disewakan harus dalam kondisi baik

2.6 Kajian Terdahulu

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian- penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian karya Rahayu Indriasari, Muliati, dan Arief Budi Santoso, dengan judul: "Persepsi Nasabah tentang Tabungan Wadiah". Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi nasabah tentang tabungan wadiah di BNI Syariah Cabang Palu. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dana nasabah wadiah dapat dimanfaatkan oleh bank. Tidak ada bagi hasil yang diberikan dalam tabungan wadiah karena kedudukan akadnya sebagai titipan. Nasabah cenderung lebih tertarik menggunakan tabungan wadiah karena fasilitas yang diterima sama dengan nasabah penabung pada umumnya. Selain

itu, tabungan wadiah dirasa lebih menenteramkan karena nasabah tidak perlu khawatir dananya berkurang. [62]

2. Penelitian karya Achmad Badri Andry Sahrizal dan Imam Buchori, dengan judul: "Persepsi Masyarakat Kelurahan Bulusidokare Terhadap Bank Syariah". Penelitian ini adalah hasil penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan bagaimanakah persepsi masyarakat kelurahan Bulusidokare terhadap bank syariah serta faktor apa saja yang mempengaruhinya. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi masyarakat kelurahan Bulusidokare terhadap bank syariah di antaranya adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, sosialisasi dan promosi yang dirasa kurang, anggapan masyarakat bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional hingga budaya kerja (*payroll*) yang mengharuskan karyawannya menggunakan bank konvensional untuk penerimaan gaji. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kelurahan Bulusidokare terhadap bank syariah antara lain sosialisasi, persepsi masyarakat itu sendiri, serta sistem pengendalian manajemen.[63]
3. Penelitian karya Emilia Septianti, Budi Santoso, Mulyadi, dan Muhdin, dengan judul: "Analisis Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Produk Investasi Syariah dan Keputusan Untuk Berinvestasi". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat umum Kota Mataram dalam hal produk dan

[62] Rahayu Indriasari, Muliati, dan Arief Budi Santoso, "Persepsi Nasabah tentang Tabungan Wadiah", Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen, Vol. 3, No. 1, 2018

[63] Achmad Badri Andry Sahrizal dan Imam Buchori, "Persepsi Masyarakat Kelurahan Bulusidokare Terhadap Bank Syariah", *eL-Qist*, Vol. 07, No. 01, April 2017

lembaga keuangan yang menyediakan produk investasi syariah serta keputusan masyarakat dalam berinvestasi produk syariah. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sample survey. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat umum Kota Mataram terhadap produk investasi syariah adalah baik. Namun masyarakat masih memiliki keragu-raguan terhadap prinsip syariah yang digunakan oleh lembaga keuangan syariah, baik lembaga keuangan bank maupun bukan bank.[64]

4. Muhammad Roni Rizki (2021) dengan judul ‖*Persepsi masyarakat kelurahan Batunadua terhadap bank syariah*‖ yang dilakukan di masyarakat kelurahan Batunadua, dalam penelitian tersebut hasil yang diperoleh adalah bahwa masih banyak masyarakat belum memahami tentang Bank syariah, hal ini dikarenakan kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah dan kebijakan kepala daerah/kepala instansi pemerintah Batunadua yang ikut serta mendorong masyarakat ke Bank Konvensional seperti pencairan gaji PNS BPJS dan lainnya melalui Bank Konvensional. Namun sebagian ada juga masyarakat yang sudah mengetahui tentang perbedaan Bank Syariah dengan Bank konvensioanl bahwa

[64]Emilia Septianti, Budi Santoso, Mulyadi, dan Muhdin, “Analisis Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Produk Investasi Syariah dan Keputusan Untuk Berinvestasi”, Jurnal Distribusi, Vol. 6, No. 1, Maret 2018.

Bank syariah menerapkan sistem bagi hasil sedangkan Bank konvensional itu menerapkan sistem bunga.[65]

5. Ahmad Romdlan (2021) dengan judul ―*Persepsi masyarakat Desa Kapedi sumenep tentang perbankan syariah*‖ hasil dari penelitian ini adalah bahwa persepsi pemahaman dari masyarakat tentang Bank Syariah di Desa Kapedi yaitu masyarakat hanya sekedar tau dengan adanya bank syariah tetapi tidak begitu memahami tentang bank syariah. Ada yang sama sekali tidak tahu tentang bank syariah sebagian besar masyarakat tidak mengetahui produk dan jasa apa saja yang ada di bank syariah. kurangnya pemahaman dari masyarakat dikarenakan kurangnya informasi yang didapatkan dari pihak syariah maupun media-media dan juga jaringan, perbankan syariah tergolong masih belum meluas dan merata di Desa Kapedi yang membuat masyarakat lebih dominan menggunakan bank Konvensional.[66]
6. Lenni Sriani Simanjuntak (2020) dengan judul ―*Persepsi Guru Agama Islam terhadap Bank Syariah (Studi Kasus terhadap Guru Agama Islam di SD Kecamatan Padangsidim puan Utara*)‖ pada penelitian ini menerapkan bahwa hasil penelitian ini Secara umum guru agama Islam kurang mengetahui tentang informasi seputar Bank Syariah. Guru agama Islam berpendapat bahwa Bank Syariah dan Bank Konvensional memiliki kesamaan pada sistem pelayanan

[65] Muhammad Roni Rizki, dalam skripsi, ―*persepsi masyarakat kelurahan Batunadua terhadap bank syariah",* (padangsidimpuan : IAIN padangsidimpuan,2021

[66] Ahmad Romdlan and Mashuri Toha*, "Persepsi Masyarakat Desa Kapedi Sumenep Tentang Perbankan Syariah,*‖ Investasi : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 1, no. 2 (2021): 65–71.

yang diterapkan. Kemudian, istilah-istilah yang digunakan pada Bank Syariah membuat mereka bingung dan kurang memahaminya. [67]

7. Herlina (2018) dengan judul ―*persepsi masyarakat pesantren terhadap bank syariah"* yang dilakukan di pesantren pesantren modern datuk sulaiman bagian putri kota palopo. penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang hasilnya menunjukan bahwa pesantren dalam berbagai persepsi menyatakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait bank syariah dan di ketahui bahwa tingkat pengetahuan santriwati pesantren modern datuk sulaiman kota palopo terhadap bank syariah masih kurang sehingga masih dibutuhkan sosialisasi terkait bank syariah masih kurang sehingga masih dibutuhkan sosialisasi terkait bank syariah itu sendiri. santriwati sangat merespon keberadaan bank syariah yang dapat menjauhkan masyarakat untuk terhindar dari riba. [68]
8. Saputra (2021) dengan judul strategi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada ampera pura tanjung lima kaum kabupaten tanah datar, Jenis penelitian field research dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa dalam mempertahankan loyalitas, strategi pemasarab yang digunakan

---

[67] Lenni Sriani Simanjuntak dalam skripsi, "*Persepsi Guru Agama Islam Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Terhadap Guru Agama Islam Di SD KecamatanPadangsidim Puan Utara)*" (padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2020)

[68] Herlina, dalam skripsi, ―*persepsi masyarakat pesantren terhadap bank syariah*‖,(Palopo: IAIN Palopo,2018)

oleh ampera dengan memperhatikan strategi pemasaran yaitu produk, harga tempat, dan promosi.

9. Susanti dan Prahesti (2023) dengan judul Analisis strategi marketing PR dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer melalui wawancara dan data sekunder melalui jurnal, bukti, dokumen dan in ternet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lapangan golf pondok indah menggunkana 6 kegiatan marketing PR, selain itu untuk mendukung kegiatan marketing PR mereka menerapkan strategi pul, push dan pass untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.
10. Permatasari (2019) dengan Judul : Minat menggunakan internet banking dan mobile banking pada mahasiswa S1 perbankan syari'ah IAIN Metro. Penelitian ini menggunakan Penelitian kualitatif dengan pengumpulan data dan wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian Mahasiswa S1 perbankan syari'ah IAIN Metro terbagi menjadi dua minat personal dan minat situasional, minat tersebut dipengaruhi tiga faktor : Faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan di tempat yang dipilih sebagai objek dan lokasi penelitian. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang mengharuskan seoranng peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui tentang kondisi, situasi dari objek dan lokasi penelitian.

Sehubungan dengan hal diatas, tujuan penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan atau menggambarkan peran BPRS Ampek Angkek dalam memotivasi masyarakat terhadap produk bank syariah. Hasil yang diperoleh akan dianalisis dan dikembangkan sesuai dengan tujuan penelitian dan indikator-indikatornya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2024 sampai selesai pada saat jam kerja. Penelitian ini bertempat pada BPRS Ampek Angkek Canduang yang beralamat di Ampek Angkek Canduang Kab. Agam Sumatera Barat.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari nasabah yang dijadikan sampel di BPRS Ampek Angkek Canduang, dengan cara penyebaraan dan pengisian angket tentang persepsi nasabah terhadap bank syariah.
2. Data sekunder adalah data yang berupa dokumen-dokumen yaitu buku-buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data bagi penulis dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang yang dapat memberikan keterangan atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan wawancara adalah solusi pengumpulan data dalam sebuah penelitian. Wawancara atau *interview* diartikan sebagai cara yang dapat dipergunakan untuk mendapatkan suatu informasi dari responden secara langsung dengan bertatap muka. Wawancara sering digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang yang biasa responden. Wawancara merupakan sebuah pertanyaan yang dilakukan secara verbal kepada orang-orang yang dianggap dapat memberikan penjelasan atau informasi yang dipandang perlu.

Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan peneliti menggunakan jenis wawancara semi-struktur yaitu dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang rinci dan mendalam sesuai dengan kerangka pertanyaan yang telah disusun agar tidak menyimpang dari masalah penelitian dan memberikan keleluasan kepada narasumber dalam menerangkan jawaban dari pertanyaan yang telah diajukan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam pelaksanaan wawancara peneliti perlu untuk mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang telah dikemukaan oleh informan.

3.4.2 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi yaitu berupa data tertulis yang mudah diakses. Dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu yang berbentuk tulisan misalnya (catatan harian, biografi, peraturan) dan dokumen yang berbentuk gambar. Dokumen yang digunakan peneliti pada penelitian disini berupa foto pada saat melakukan wawancara di BPRS Ampek Angkek Canduang maupun saat wawancara dengan nasabah BPRS yang melakukan pembiayaan *murabahah*, produk-produk pembiayaan, struktur organisasi dan data-data mengenai pembiayaan BPRS Ampek Angkek.

3.5 Teknis Analisa Data

Analisi data merupakan proses penyusunan data agar dapat diartikan. Analisis data bertujuan untuk menemukan item yang mengandung kategori data yang lebih kecil. Dalam hal analisis data kualitatif, Bodgan mengemukakan bawa analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumen lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan hasilnya relevan, dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, dimana dalam proses analisis dibagi menjadi tiga alur kegiatan yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

   Reduksi data didefinisikan sebagai proses pemilihan, focus pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan. Dalam mereduksi data berarti merangkum data-data yang telah dikumpulkan dan fokus pada hal yang penting sesuai dengan tujuan penelitian. Sehingga data yang telah direduksi dapat memberikan sebuah gambaran yang jelas dan membantu peneliti untuk melanjutkan proses penelitian selanjutnya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

   Penyajian data adalah kumpulan informasi yang terorganisir yang memberikan kesempatan untuk adanya penarikan kesimpulan dan

pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dll. Dengan adanya penyajian data, peneliti akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi, sehingga dapat merencanakan proses penelitian selanjutnya.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Simpulan merupakan intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat akhir berdasarkan uraian sebelumnya atau keputusan yang diperoleh. Simpulan harus relevan dengan penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interprestasi dan pembahasan.

Oleh karena itu, analisis data yang peneliti lakukan berdasarkan 3 alur diatas, setelah peneliti memperoleh data dari lapangan peneliti harus melakukan reduksi data yang bertujuan untuk memilih data yang relevan dan membuang data yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian sehingga data yang telah direduksi dapat memberikan sebuah gambaran yang jelas dan membantu peneliti untuk melanjutkkan proses penelitian selanjutnya. Kemudian peneliti melakukan penyajian data yaitu menggabungkan data secara sistematis dan dapat dipahami, sehingga memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari proses pengambilan data. Dalam hal ini peneliti harus memberikan makna sesuai dengan interprestasi yang telah dibuat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum BPRS Ampek Angkek Canduang

BPRS Ampek Angkek Canduang merupakan salah satu bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip syariah disini dengan artian sesuai dengan ketentuan al-quran dan hadist, dimana BPRS Ampek Angkek Canduang sendiri menyediakan produk pembiayaan dengan menggunakan akad mudharabah dan produk tabungan al-wadiah, tabungan qurban dan deposito murabahah.

4.1.1 Sejarah Berdirinya BPRS Ampek Angkek Canduang

Kehadiran BPR Syariah Ampek Angkek Candung sejak tahun 1999 sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997 telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis.[69]

Diawali dengan tujuan untuk mengurangi ruang gerak para rentenir yang ada di daerah Kecamatan Ampek Angkek dan Candung, maka para

[69] Dokumen PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung 2012

perantau masyarakat Ampek Angkek Candung Jakarta dan Bandung bertekad untuk mendirikan satu BPR sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat setempat. Berkat kerja keras dari para pendiri sejak tahun 1996, akhirnya Bank Indonesia mengeluarkan Surat Izin Usaha dengan No. SK 32/57/KE/Dir tanggal 14 Mei 1999 sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip Syariah dengan dana PT BPR Syariah Ampek Angkek Candung sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris H. Sofyan, SH No. 1 tanggal 2 Februari 1998.

Menyusul pengakuan legal tersebut, PT BPR Syariah Ampek Angkek Candung secara resmi mulai beroperasi sejak tanggal 12 Juli 1999, BPR Syariah ini hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan dunia bisnis dengan nilai-nilai sosial dan rohani dalam menjalankan operasionalnya. Posisi Desember 2008, BPR Syariah Ampek Angkek Candung berhasil mencatat total Asset sebesar Rp. 19 milyar serta memiliki 1 kantor kas dan 1 kantor cabang di Payakumbuh serta didukung oleh 31 karyawan termasuk Komisaris, Dewan Pengawas Syariah dan Direksi. BPR Syariah Ampek Angkek Candung terus berikrar untuk semakin mengukuhkan diri dalam dunia perbankan serta mewujudkan visinya sebagai BPR yang Amanah dan Profesional.[70]

[70] Dokumen PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung.2009

4.1.2 Visi dan Misi BPRS Ampek Angkek Canduang

Dengan didasari cinta terhadap kampung halaman yang kuat dari para pendiri untuk berjihad di bidang ekonomi Islam disertai ridho dari Allah SWT. Syukur Alhamdulillah pada tanggal 12 Juli 1999 dilakukan grand opening yang diresmikan langsung oleh Gubernur Sumatera Barat. Pendirian & operasional PT. BPR Syari'ah Ampek Angkek Candung tidak hanya berbasis bisnis saja, tetapi membawa visi dan misi yang mulia,[71]yaitu :

4.1.2.1 Visi Bank Perkreditan Rakyat Syariah Ampek Angkek Candung

Menjadi BPR Syariah yang Amanah dan Profesional guna meraih keberkahan dan kesuksesan bersama yang bermanfaat bagi masyarakat.

4.1.2.2 Misi Bank Perkreditan Rakyat Syariah Ampek Angkek Candung

Memberikan pelayanan yang islami dan profesional dengan berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadits serta menjadikan PT. BPRS Ampek Angkek Candung sebagai BPR Syari'ah terbaik di Indonesia.

Dalam menjalankan amanah ummat yaitu mengelola dana titipan ummat PT. BPRS Ampek Angkek Candung senantiasa mengacu pada prinsip kerja yang dimiliki yaitu :

a. Keadilan

Bertindak adil terhadap nasabah, baik dalam pemberian imbalan atas simpanan berupa bagi hasil maupun penentuan margin keuntungan dan

[71] Dokumen PT BPRS Ampek Angkek Candung, 2009

nisbah bagi hasil untuk pembiayaan dengan memperhatikan keuntungan kedua belah pihak.

b. Kemitraan

Bank memandang nasabah penyimpan maupun pengguna dana berada dalam posisi yang sejajar, yaitu sebagai mitra usaha yang amanah dan saling menguntungkan

c. Transparan

Nasabah dapat mengetahui laporan keuangan Bank yang ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya secara nyata dan transparan, sehingga secara langsung dapat mengetahui dan menilai kondisi keuangan dan kualitas manajemen Bank.

d. Universal

Pelayanan jasa Perbankan Syari'ah yang ditawarkan diperuntukan bagi seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang status kehidupan, suku maupun golongan.

4.1.3 Struktur Organisasi BPRS Ampek Angkek Canduang

Pengorganisasian atau perencanaan dan pengembangan organisasi adalah meliputi pembagian kerja yang logis, penetapan tanggung jawab dan wewenang yang jelas, pengukuran pelaksanaan dan prestasi yg dicapai.

Adapun tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari setiap jabatan yang ada pada PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung [8]adalah sebagai berikut :

a. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

RUPS ini bertugas menetapkan pembagiaan dividen yang diperoleh dalam satu priode, meminta pertanggungjawaban Dewan Komisaris dan Direksi atas pelaksanaan tugas yang telah diamanatkan kepada direksi dalam satu priode, serta mengangkat dan memberhentikan Komisaris dan Direksi.

b. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah ini bertugas sebagai pengawas segala kegiatan dan produk yang akan diperkenalkan kepada masyarakat apakah produk tersebut sistemnya sesuai syariah atau tidak.

c. Komisaris

Komisaris bertugas melakukan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan rencana dan anggaran yang telah dibuat dan disetujui dalam RUPS, serta memberi persetujuan serta penolakan atas permohonan diluar dari batas dan wewenang Direksi.

d. Direktur Utama

Merupakan pimpinan yang mengatur pekerjaan dari karyawan dan berwenang memberhentikan dan menetapkan karyawan.

e. Direktur

Pemimpin dari kantor kas yang tugasnya sebagai penentu dari kegiatan karyawan.

f. Bagian Umum

Bertanggung jawab atas peraturan-peraturan dan pelaksanaan pekerjaan demi kelancaran operaional bank.

g. Accounting (pembukuan)

Mengarahkan, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasi (pembukuan), serta memberikan laporan berkala atas pekerjaannya kepada direksi.

h. Kasir / Teller

Melakukan kegiatan penerimaan dan mengeluarkan uang tunai dari atau kepada nasabah maupun pihak lain, mengatur, menyusun dan menyimpan uang, melaporkan persediaan dan kondisi fisik kas kepada manager operasional serta melakukan input transaksi kas atau pencatatan lainnya.

i. Account Officer

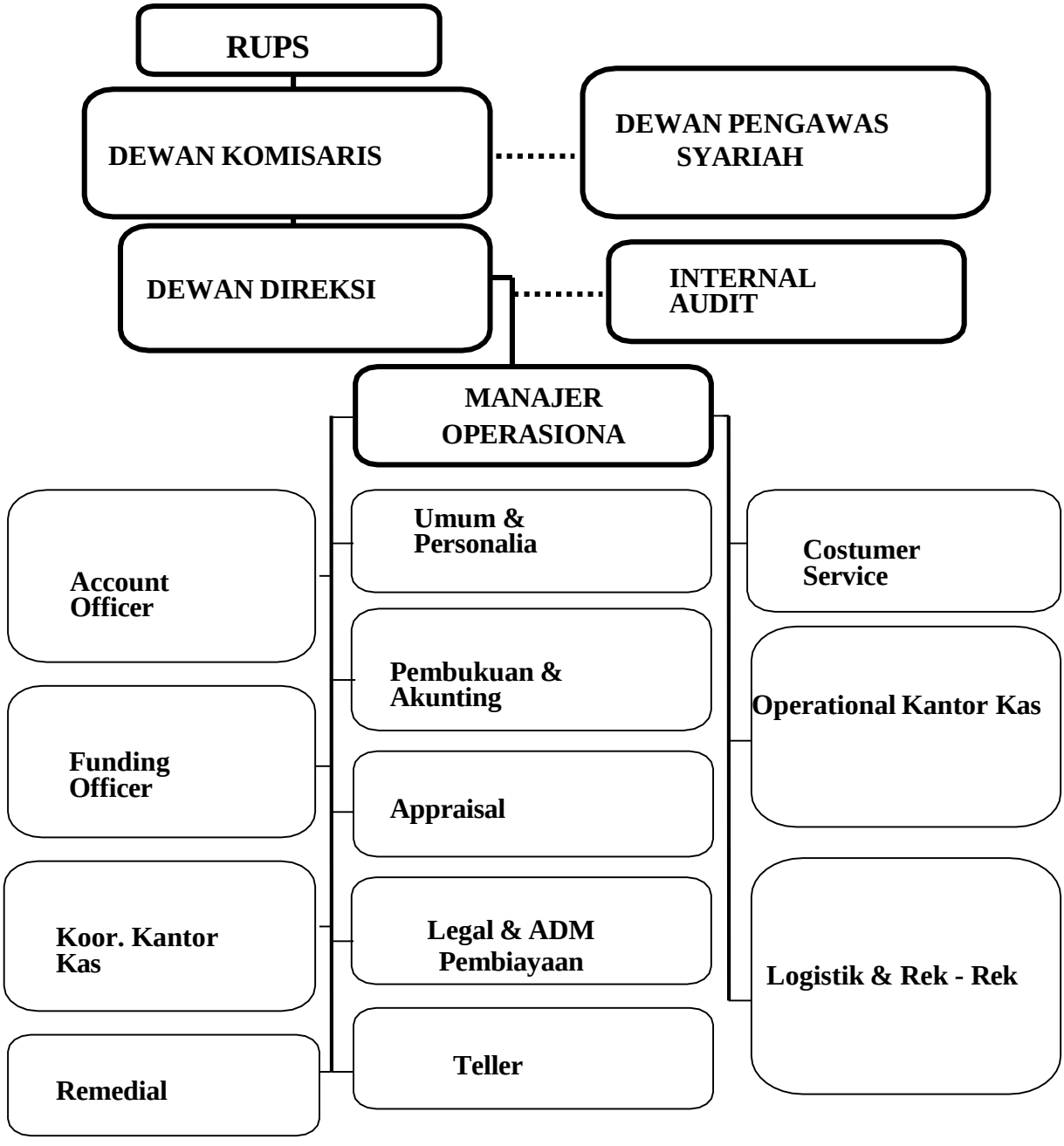
Melaksanakan pemasaran (penyaluran dan penghimpunan dana), menjaga kondisi pembiayaan tetap pada kondisi lancar dan menyelesaikan pembiayaan bermasalah.

j. Administrasi Pembiayaan dan Legal

Melakukan peninjauan jaminan kelapangan bersama atau tanpa Account Officer , dalam rangka pengecekan data-data jaminan pembiayaan nasabah terhadap kondisi yang sebenarnya.

STRUKTUR ORGANISASI PT.BPR SYARIAH AMPEK ANGKEK

CANDUNG BUKITTINGGI



4.1.4 Produk-Produk BPRS Ampek Angkek Canduang

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung adalah sebagai berikut :[12]

a. Penghimpunan Dana

1. Tabungan Syariah

   Merupakan simpanan yang setoran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat selama jam kerja dibuka di Kantor BPR Syariah Ampek Angkek Candung.

2. Tabungan Pelajar

   Merupakan produk tabungan pendidikan yang dikhususkan untuk para pelajar yang setorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan pengambilannya dapat dilakukan dua kali dalam setahun (tengah semester dan akhir semester) atau sesuai dengan kesepakatan bank dengan nasabah

3. Tabungan Qurban

   Merupakan tabungan yang dipergunakan untuk hari raya *idul adha*, yang setorannya dapat dilakukan menjelang hari *idul adha* atau sesuai dengan kesepakatan bank dengan nasabah.

4. Tabungan Lebaran

   Merupakan tabungan yang dipergunakan untuk hari raya *idul fitri*, yang setorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan pengambilannya hanya dapat dilakukan menjelang hari raya *idul fitri*

atau sesuai dengan kesepakatan bank dan nasabah.

5. Tabungan Haji dan Umroh

   Merupakan tabungan yang dipergunakan untuk ibadah haji atau umroh yang setorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan pengambilannya dilakukan saat menjelang ibadah haji dan umroh.Pada saat pendaftaran haji kami limpahkan pada bank yang ditunjuk oleh pemerintah

6. Deposito

   Merupakan simpanan yang bertujuan untuk berinvestasi dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo sesuai dengan jangka waktu yang disepakati antara bank dan nasabah.

b. Penyaluran Dana

   Menurut jenis penggunaannya PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung menyediakan 2 pembiayaan sebagai berikut :[72]

1. Pembiayaan Produktif
   a) Yaitu pembiayaan yang diberikan bank untuk memenuhi kebutuhan dana usaha bagi pembelian atau pengadaan barang dalam priode masa usaha, seperti pembelian barang dagang, alat-alat pertanian dan mesin-mesin industri Pembiayaan Konsumtif
   b) Yaitu pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk kepentingan konsumsi pribadi, seperti pembelian kendaraan,

[72] Sholihin, A. I. 2013. Buku Pintar Ekonomi Syariah. Gramedia Pustaka Utama.

renovasi rumah dan lain-lain.

BPR Syariah Ampek Angkek Candung memberikan penyaluran dana pada usaha-usaha produktif, dimana semua pembiayaan yang diberikan tidak terlepas dari prinsip-prinsip syariah yang memberlakukan sistem bagi hasil. Adapun jenis penyaluran (pembiayaan) yang ada pada PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung adalah sebagai berikut :

1. Murabahah (Jual Beli)

Murabahah merupakan akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah margin (keuntungan) yang disepakati. Harga jual bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati.

Pada BPR Syariah Ampek Angkek Candung pembiayaan murabahah dibagi menjadi dua bentuk, yaitu pembiayaan langsung dan pembiayaan tidak langsung.

a) Pembiayaan langsung

Pembiayaan yang dilakukan dimana bank langsung menyerahkan barang yang diinginkan oleh nasabah atau debitur setelah persyaratan dan pengajuan permohonan dipenuhi dan dilengkapi oleh nasabah dan pada saat itu dilakukan akad perjanjian kerjasamanya.

b) Pembiayaan tidak langsung

Pembiayaan yang dilakukan dimana Bank terlebih dahulu memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang yang diinginkan oleh nasabah tersebut.

2. Mudharabah (Bagi Hasil)

Mudharabah merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang memiliki usaha yang jelas dan usaha yang dijalani tidak bertentangan dengan hal-hal yang diharamkan oleh agama Islam, adapun pembagian keuntungan menggunakan sistem bagi hasil sesuai ke sepakatan yang disepakati.

a) Qard (Pinjaman Kebajikan)

BPR Syariah Ampek Angkek Candung menyediakan fasilitas kredit kebajikan yang dananya bersumber dari simpanan amanah. Pembiayaan ini diperuntukan bagi penerima zakat (*mustahiq*) agar taraf hidup mereka bisa lebih baik dan harapan besar nasabah yang menerima pembiayaan ini untuk masa ke depannya bisa berubah status menjadi wajib zakat (*muzaqi*). Pembiayaan Qard ini merupakan pembiayaan yang bersifat sosial tanpa keuntungan.

b) Ijarah

BPR Syariah menyediakan fasilitas sewa menyewa, dimana BPRS membeli aset yang dibutuhkan oleh nasabah kemudian menyewakannya kepada nasabah.Dengan cara ini

bank dapat mengambil manfaat dengan tetap menguasai kepemilikan aset dan pada waktu yang sama menerima pendapatan dari sewa. Penyewa juga dapat mengambil manfaat dari skim ini dengan terpenuhi kebutuhan investasinya yang mendesak dan mencapai tujuan dalam waktu yang wajar tanpa harus mengeluarkan biaya modal yang besar.[73]

Dari uraian diatas dapat diketahui BPR Syariah Ampek Angkek Candung memiliki berbagai produk dan jasa-jasa yang dapat dinikmati oleh nasabah demi mewujudkan visinya yaitu Menjadi BPR Syariah yang Amanah dan Profesional guna meraih keberkahan dan kesuksesan bersama yang bermanfaat bagi masyarakat.

4.2 Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di PT. BPRS Ampek Angkek Candung Dalam Menarik Minat Nasabah

Dalam sebuah bank memasarkan produk yang akan ditawarkan merupakan hal yang paling penting yang harus dilakukan, Dimana di PT BPRS Ampek Angkek Candung memiliki 4 Strategi dalam memasarkan produk pembiayaannya mencakup beberapa unsur-unsur yaitu sebagai berikut:[74]

1. Strategi pemasaran melalui produk (Product).

[73] Antonio, M. S. 2009. Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah. Jakarta: Azkia Publisher.

[74] Sibaranin, C. G. S Dkk. 2019. Dasar-Dasar Kewirausahaan. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Agar produk pembiayaan yang ada di BPRS Ampek Angkek Candung dapat diterima oleh nasabah dan masyarakat luas maka diperlukannya strategi produk yang baru dan berbeda dengan yang lain dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan. Pentingnya strategi dan pembaharuan perlu dilakukan agar nasabah tertarik melakukan pembiayaan pada BPRS Ampek Angkek Candung, untuk menyanyakan bagaimana bentuk strategi yang dilakukan maka peneliti menanyakan bagaimana strategi pemasaran melalui produk yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Candung:

"Cara kami memasarkan produk sebagai pihak bank adalah lebih fokus menawarkan produk pembiayaan karena pembiayaan disini merupakan salah satu produk unggulan disini dan kalau mau ngajukan pembiayaan juga persyaratannya mudah" (Alfian SE.,ME, [75]Wawancara. 25 April 2025)."Untuk BPRS Ampek Angkek Canduang pembiayaan murabahah merupakan produk unggulan yang paling banyak diminati dibandingkan produk lainnya" (Alfian SE.,ME, Wawancara 25 April 2025).

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Evi Yasmita nasabah pembiayaan PT. BPRS Ampek Angkek Candung nasabah pembelian sepeda motor dan menyatakan: "Yang bikin kakak mau ngajukan pembiayaan disini karena orang banknya datang nawarin kesini, ngasih

[75] Alfian SE., ME, Direktur BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

brosur, katanya bisa milik motor, honda kakak pilih yang untuk beli honda" (Evi Yasmita, Wawancara 26 April 2025).[76]

2. Strategi pemasaran melalui produk (Product)

   Pembiayaan yang dilakukan oleh PT. BPRS Ampek Angkek Candung agar nasabah dan masyarakat berminat melakukan pembiayaan disana adalah dengan cara lebih mengutamakan produk pembiayaan untuk ditawarkan kepada nasabah dibandingkan produk lainnya yang ada di BPRS dengan persyaratan yang mudah dan gampang sehingga mempermudah nasabah saat mengajukan pembiayaan.

   Lalu hubungan strategi pemasaran melalui produk dan minat nasabah berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Pimpinan Cabang, Marketing Lending dan nasabah disini adalah dengan adanya kemudahan dalam hal persyaratan pengajuan produk pembiayaan dan berbagai pilihan tujuan pembiayaan yang ditawarkan maka akan mendorong dan menarik minat nasabah dan masyarakat terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan oleh pihak BPRS Ampek Angkek Candung.

3. Strategi pemasaran melalui harga (Price).

   Setelah produk diciptakan selanjutnya yang harus dilakukan oleh sebuah bank adalah menentukan harga dari produk tersebut, dalam menentukan harga juga diperlukan adanya strategi, untuk mengetahui

[76] Evi Yasmita,Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 26 April 2025

bagaimana bentuk strategi harga yang dilakukan pihak bank maka peneliti juga menanyakan bagaimana strategi pemasaran melalui harga yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Candung. "Kalau untuk strategi harga marginnya sudah sama dengan margin di bank lain paling beda, kalau bank lain marginnya dalam jangka waktu tertentu, bank kita marginnya dalam jangka waktu tertentu, bank kita marginnya dalam jangka waktu tertentu" (Alfian SE.,ME, Wawancara 25 April 2025)."Kalau strategi harganya dalam produk pembiayaan ini sebetulnya untuk saat ini marginnya dalam bentuk bank syariah yang ada disekitar BPRS itu hampir sama, tidak begitu jauh perbedaannya, paling beda itu mungkin dari segi bunga" (Alfian SE.,ME, Wawancara 25 April 2025).[77]

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan diketahui strategiharga yang dilakukan untuk menarik minat nasabah dan masyarakat yang dilakukan oleh pihak BPRS Ampek Angkek Candung yaitu dengan menentukan harga sesuai dengan harga pasaran dan sudah cukup bersaing dengan bank syariah yang lain. Hanya saja terkadang nasabah masih membanding-bandingkan dengan KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang ada dibank konvensional dimana bunga yang ditawarkan KUR lebih kecil dibandingkan dengan bagi hasil/margin yang ditawarkan oleh BPRS, akan tetapi di BPRS Ampek Angkek Candung ada layanan keringanan

[77] Alfian SE., ME, Direktur BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

angsuran (takhfif) terhadap produk pembiayaan yang dapat meringankan nasabah dapat menjadi daya tarik tersendiri dari strategi harga yang dilakukan. Dimana hubungan strategi harga dengan upaya untuk menarik minat nasabah adalah dengan memberikan rangsangan berupa potongan harga terhadap barang agunan dari pembiayaan yang dilakukan.

4. Strategi pemasaran melalui promosi (Promotion).

Dalam sebuah bank promosi merupakan suatu kegiatan yang terpenting dalam memasarkan produk yang dimiliki, tanpa adanya promosi maka produk yang kita miliki akan kurang dikenal oleh nasabah dan masyarakat. Untuk itu peneliti melakukan wawancara mengenai bagaimana strategi pemasaran melalui promosi yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Candung:

"Kalau untuk strategi promosi kita langsung terjun kelapangan lalu mendatangi pelaku-pelaku usaha, menyebarkan brosur, dan kami selaku pihak bank juga mempromosikan menggunakan sosial media" (Rina S.H 25 April 2025).[78]"Kalau untuk marketing lending bagian pemasaran pembiayaan, jadi kalau strategi promosinya itu langsung ketempat nasabah-nasabah dimana yang kira-kira prospek usahanya bagus, lalu kita tawarin program kita apa saja aja mana yang cocok kita buat nasabahnya, bagaimana cara kita dapatinnya lalu kita tawarin, lalu kita pasarkan pakai media sosial

[78] Rina S.H, Direktur BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

seperti A, status WA dan Instagram pribadi dari masing-masing karyawan" (Rina S.H, Wawancara 25 April 2025).[79]

Strategi promosi merupakan starategi yang digunakan oleh setiap bank untuk memasarkan atau menjajakan produknya kepada nasabah dan masyarakat, dimana dari hasil wawancara peneliti ada beberapa cara yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Candung dalam memasarkan produk pembiayaan melalui strategi promosi (Promotion) yaitu dengan cara sebagai berikut:

a) Penyebaran brosur dan mencantumkan nomor yang dapat dihubungi jika ada nasabah yang berminat untuk melakukan pembiayaan di PT. BPRS Ampek Angkek Candung dan dapat menggunungi pihak bank via telfon.
b) Dengan cara mendatangi secara langsung pelaku-pelaku usahanya dengan menjelaskan atau menerangkan bagaimana terkait prosedur pembiayaan dan keunggulan produk pembiayaan di PT. BPRS Ampek Angkek Candung guna untuk membantu baik berupa dana maupun fasilitas yang dibutuhkan oleh pelaku usaha.
c) Terkait juga pihak bank memasarkan produk pembiayaan dengan promosi menggunakan media sosial pribadi masing-masing karyawan

[79] Rina S.H, Customer Service BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

BPRS Ampek Angkek Candung seperti: Facebook, status WhatsApp dan Instagram pribadi pihak banknya.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Julius, Ibu Warsinem dan Ibu Evi Yasmita nasabah pembiayaan PT. BPRS Ampek Angkek Candung dan menyatakan:

"Bpk tertarik karena perlu uang untuk tambahan lahan ex untuk beli motor, kakak datang nawarin pengajuan pembiayaan sama ngasih brosur" (Julius, Wawancara 26 April 2025).[80]

"Saya bikin kakak tertarik karena orang banknya datang sendiri nawarin pembiayaan kesini, kakak memang minat modal usaha cuma perlu uang, waktu itu ibuk kakak panggil untuk kebun sawit" (Warsinem, Wawancara 26 April 2025).[81]

"Yang bikin kakak mau ngajukan pembiayaan disini karena orang banknya datang nawarin kesini, ngasih brosur, katanya bisa milik mobil, honda kakak pilih yang untuk beli honda" (Evi Yasmita, 26 April 2025).[82]

Berdasarkan hal tersebut nasabah berminat dan tertarik melakukan pembiayaan dikarenakan pihak bank langsung mempromosikan pembiayaan kepada nasabah dan juga penyebaran brosur. Dimana antara strategi yang lain strategi promosi yang paling dominan digunakan pihak bank dalam

[80] Julius, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 26 April 2025
[81] Warsinem, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 26 April 2025
[82]Evi Yasmita, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 26 April 2025

upaya menarik minat nasabah. Dan hubungan strategi promosi dengan upaya menarik minat nasabah adalah dengan dilakukannya promosi nasabah dan masyarakat akan mengenal produk yang kita tawarkan maka dengan itu kita dapat menarik atau mendorong nasabah dan masyarakat untuk tertarik dengan produk yang kita tawarkan.

5. Strategi pemasaran melalui tempat (Place).

   Tempat atau lokasi yang strategi adalah suatu tempat dimana nasabah dapat bergabung bila melakukan transaksi maupun kaitan lainnya untuk itu tempat haruslah nyaman baik untuk pihak bank maupun nasabahnya. Maka dari itu peneliti menanyakan bagaimana strategi pemasaran melalui tempat yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Candung:

   "Tempat kita sudah cukup strategis ya, dipinggir kota dekat dengan lumpur merah dan pusat-pusat perbelanjaan di Pasaman Barat jadi mudah untuk diakses masyarakat" (Alfian SE.,ME, Wwancara 25 April 2025). "Kalau untuk strategi tempat atau lokasi kantornya sudah sangat strategis, sudah dikenal ya di kota, sudah bagus juga" (Alfian SE.,ME, 25 April 2025).[83]

   Salah satu faktor terpenting dalam menawarkan produk pembiayaan kepada nasabah adalah melalui strategi lokasi, dimana lokasi semakin penting karena nasabah dapat mudah mengakses jasa yang ditawarkan pihak bank. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti lokasi dari

[83] (Alfian SE.,ME, Direktur BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 20251).

PT. BPRS Ampek Angkek Candung sudah sangat strategis karena letak lokasinya sudah berada dipusat kota sehingga sangat mudah diakses oleh nasabah dan masyarakat luas. Letak BPRS sendiri berada di Jl. Raya Bukittinggi-Payakumbuh Km.4 Simpang Parit Putus, Kec. Ampek Angkek.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Silmiwa nasabah pembiayaan PT BPRS Ampek Angkek Candung nasabah penjual barang harian dan menyatakan: "Yang bikin ibuk tertarik mau ngajukan pembiayaan disini karena ibuk kan butuh uang untuk modal usaha, karena kebetulan banknya mau bantu jadi ibuk ngajukan pembiayaan disini dan banknya juga dekat dari rumah" (Silmiwa, Wawancara 26 April 2025).[84]

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Okta Dian Sari nasabah pembiayaan PT BPRS Ampek Angkek Candung nasabah penjual barang harian dan menyatakan: "Yang bikin kakak tertarik mengajukan pembiayaan disini karena kebetulan bank sendiri dipinggir jalan terus kesini ngasih banyak tawaran juga nawarin pinjaman dana untuk membeli rumah modal usaha pas untuk ngerumah" (Okta Dian Sari, Wawancara 26 April 2025).[85]

[84] Silmiwa, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 20251).

[85] Okta dian Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 20251).

Berdasarkan hal tersebut yang membuat nasabah tertarik dan berminat melakukan pembiayaan dikarenakan pihak bank datang menawarkannya langsung dan juga lokasi banknya nya dekat dengan rumah nasabah. Faktor lokasi menjadi pertimbangan nasabah untuk melakukan pembiayaan dibarkat tersebut. Sehingga berdasarkan hal tersebut hubungan strategi lokasi dengan upaya menarik minat nasabah dan masyarakat adalah dengan cara mendekatkan nasabah atau masyarakat dengan objek yang ditawarkan dengan begitu pihak bank lebih mudah untuk menarik minat nasabah dan masyarakatnya.

6. Strategi pemasaran melalui orang (People).

Orang atau karyawan adalah pihak yang menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat untuk itu dalam sebuah bank karyawan yang baik dan kompeten sangat diperlukan agar penjualan dan tujuan bank dapat tercapai. Untuk itu peneliti melakukan wawancara kepada pihak bank bagaimana strategi pemasaran melalui orang yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Candung:

"Kalau strategi orangnya agar semakin maksimal pengalaman dalam hal pemasaran karyawan itu paling pelatihannya hanya online menggunakan zoom meeting, biasanya itu sekitar 3-4 kali dalam setahun" (Alfian SE.,ME 25 April 2025). "Kalau strategi orangnya itu seperti pelatihan-pelatihan bagi ada didalam juga sebagai itu untuk agar staf lebih paham lagi dan

dilakukan virtual dan biasanya diakhir pelatihan diadakan kuis" (Rina S.H 25 April 2025)[86]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut strategi pemasaran melalui orang (People) yang dilakukan pihak BPRS dalam upaya menarik minat nasabahnya adalah biasanya tiap tahun di BPRS melaksanakan pelatihan untuk karyawan-karyawannya yang dilaksanakan sebanyak tiga sampai empat kali dalam setahun untuk menambah kualitas dan pengetahuan karyawannya agar lebih maksimal dalam memberikan pelayanan dan memasarkan produk pembiayaan dibarkat tersebut.

7. Strategi pemasaran melalui proses (*Process*)

Proses merupakan alur bagaimana kegiatan itu berlangsung, didalam suatu proses agar berjalan sempurna maka diperlukannya adanya strategi proses, untuk mengetahui bagaimana strategi proses dibank BPRS Ampek Angkek Canduang peneliti melakukan wawancara dengan menanyakan bagaimana strategi pemasaran melalui proses yang dilakukan oleh pihak PT. BPRS Ampek Angkek Canduang: "Salah satu strategi pemasaran melalui proses yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang mudah dan cepat, persyaratannya juga mudah untuk dilengkapi, dimana prosesnya yaitu, kalau untuk nasabah baru datang atau tidak dari BI Checking-nya, hasil BI Checking-nya sudah aman barudilakukan survey usaha dan survey jaminan, setelah itu diberi laporan,itu sudah tidak ada lagi, kalau

[86] Rina S.H, Customer Service BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

sudah masuk nanti,baru diserahkan data,untuk melengkapi persyaratannya, dan proses pun saya biasanya butuh waktu 3 hari" (Rina S.H, Wawancara 25 April 2025).[87]

Untuk strategi pemasaran melalui proses yaitu dengan cara alurnya, cepat, tepat dan tidak berbelit-belit,karena seringnya dalam pembiayaan, kalau untuk prosesnya sendiri yaitu setelah promosi kita ada nasabah yang datang,di Bank BPRS Ampek Angkek Canduang,disuruh kita membawa slip,kemudian bank itu mengambil hasil survey nya,kemudian bank itu memproses lagi,kalau sudah disetujui baru kita tandatangan perjanjian dan dikasih uangnya,prosesnya untuk jangka panjang yaitu 3 hari,kalau untuk pembiayaan kecil itu sehari saja,karena sudah dibantu untuk mempercepat" (Alfian SE.,ME 25 April 2025)[88]

Berdasarkan wawancara diatas dalam memasarkan produk pembiayaan melalui strategi proses PT. BPRS Ampek Angkek Canduang adalah dengan memberikan kemudahan dalam hal persyaratan dimana syarat yang diperlukan dalam mengajukan pembiayaan adalah sebagai berikut:

a) Foto Copy KTP Suami Istri (bagi yang sudah berkeluarga).
b) Foto Copy Kartu Keluarga.
c) Pas Photo 3x4 2 Lembar (Suami dan Istri).
d) Foto Copy Jaminan (BPKB, STNK, Atau Berupa SHM).

[87] Rina S.H, Customer Service BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025
[88] Alfian SE.,ME Direktur BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

Sedangkan alur dalam mengajukan pembiayaan adalah:

1) Pertama keuangan nasabah dites terlebih dahulu di BI Checking-nya untuk memeriksa bagaimana keadaan keuangan nasabahnya, apakah masih bagus atau sudah ada cacat keuangan.
2) Jika BI Checking-nya sudah aman selanjutnya pihak bank akan meminta persyaratan-persyaratan yang harus dilengkapi nasabah.
3) Dan kemudian bank akan mensurvey usaha nasabah dan jaminan yang akan diberikan.
4) Selanjutnya jika usaha dan prospek usahanya nasabahnya bagus pihak bank akan membuat laporan dan dilaporkan kepihak kantor pusat.
5) Jika disetujui, setelah itu nasabah akan dipanggil kebank untuk proses pencairan dan biasanya memakan waktu paling lama 3 hari.

Berdasarkan hal tersebut hubungan antara strategi pemasaran melalui proses dengan upaya menarik minat nasabah adalah dengan memberikan kemudahan melalui proses dan persyaratan, dengan syarat yang mudah dan cepat dapat menumbuhkan minat dari nasabah dan masyarakat tersebut.

8. Strategi pemasaran melalui bukti fisik (Physical Evidence).

Selanjutnya strategi pemasaran melalui bukti fisik yang dilakukan oleh pihak BPRS Ampek Angkek Canduang dalam menarik minat nasabah melalui wawancara yang peneliti lakukan adalah: "Strategi bukti fisik banknya kalau tampilan fisik banknya sudah bagus menurut bapak ya,

fasilitasnya cukup nyaman untuk nasabah yang berkunjung seperti adanya pendingin ruangan (AC), musholla, WC, parkirnya juga luas, dan ruang tunggu yang nyaman" (Rina S.H, Wawancara 25 April 2025). "Untuk strategi bukti fisik tampilan umum BPRS sudah bagus ya, sudah menyediakan seperti parkiran yang luas, tersedia musholla, tempat duduk yang nyaman, dan fasilitas-fasilitas lainnya telah cukup membuat menarik nasabah yang datang" (Rina S.H, Wawancara 25 April 2025).[89]

4.3 Kendala Pihak BPRS Dalam Memasarkan Pembiayaan di PT. BPRS Ampek Angkek Candung

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Pimpinan Cabang dan Marketing Lending PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Ampek Angkek Canduang, mengenai kendala yang dihadapi saat memasarkan pembiayaan kepada nasabah, berikut jawaban dari Pimpinan Cabang dan Marketing Lending.

"Kendala yang dihadapi saat memberikan pembiayaan kepada nasabah pada saat ini dengan generasi muda, kita kadang susah untuk pemasaran pembiayaannya kurang maksimal, jadi agak susah memasarkannya,karena nasabah zaman sekarang itu sudah banyak mempermasalahkan margin yang lebih besar,dari pada KUR pada bank konvensional" (Alfian SE.,ME,

[89] Rina S.H, Customer Service BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

Wawancara 25 April 2025).[90] "Kendala yang dihadapi dalam pemasaran pembiayaan pada kami kalau sekarang ya terkendala pandangan orang terhadap bank syariah, "Kendala pemasaran itu sangat terbatas, karena kami juga tidak punya banyak karyawan,juga karena kami tidak punya banyak promosi dan pemasaran secara luas" (Rina S.H, Wawancara 25 April 2025).[91]

"Kendala yang dihadapi dari nasabah itu juga karena banyak nasabah yang belum mengerti tentang akad-akad dan beratnya barang jaminan yang dibebankan.Dan kendala yang dihadapi dari pihak BPRS dalam memasarkan pembiayaan kepada nasabah ada dua kendala pertama kendala internal disebabkan oleh pihak bank itu sendiri yaitu dikarenakan leasing online sehingga kegiatan pemasaran untuk menarik minat nasabah kurang maksimal dan sarang berjalan lancar. Kedua kendala eksternal disebabkan oleh nasabah biasanya saat melakukan pemasaran nasabah tidak jarang nasabah masih membanding-bandingkan dengan bunga KUR yang lebih kecil ditawarkan oleh bank konvensional sehingga terkadang sulit untuk melakukan pemasaran.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Silmi, Ibuk Julius, Ibuk Warsinern, Ibuk Okta Dian Sari dan Ibuk Evi Yasmita nasabah pembiayaan PT. BPRS Ampek Angkek Candung dan mereka menyatakan:

"Kalau kendalanya masih canggung karena baru pertama kali ngajuin di

[90] Alfian SE.,ME Direktur BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025
[91] Rina S.H, Customer Service BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

bank syariah" (Silmi, Wawancara 26 April 2025).[92] "Kalau kendalanya itu barang jaminannya ada masalah, kurang pas barang jaminannya, sama orang yang dijamin,kalau orangnya sudah tua, kurang paham akad-akad" (Ibuk Julius, Wawancara 26 April 2025).[93] "Kalau kendalanya itu pas orang itu jelasin akad-akadnya kurang ngerti,kalau orangnya tidak mengerti penjelasan akad-akadnya" (Warsinern, Wawancara 26 April 2025).[94] "Kalau kendalanya kekecilan karena barang jaminannya,kata orang itu kurang besar" (Dian Sari, Wawancara 26 April 2025). "Kalau kendalanya itu di pakai-pakai,kalau orangnya kurang hafal teknisnya, susah gak ngerti bahasa yang digunakan BPRS, atau akadnya" (Evi Yasmita, Wawancara 26 April 2025).[95]

Berdasarkan wawancana tersebut dapat disimpulkan kendala yang dihadapi nasabah saat mengajukan pembiayaan adalah masih ada nasabah yang canggung karena baru pertama kali menggunakan bank syariah, masih ada nasabah yang belum mengerti tentang perbankan akad-akadnya, dan barang jaminannya. Sedangkan dari pihak BPRS Ampek Angkek Candung kendala yang dihadapi dalam memasarkan pembiayaan adalah:

1) Kendala Internal

Kendala internal yang dihadapi pihak BPRS Ampek Angkek Candung dalam memasarkan produk pembiayaan adalah Kegiatan leasing online untuk

[92] Silmi, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025
[93] Julius Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025
[94] Warnisen Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025
[95] Evi Ysmita, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

memasarkan produk pembiayaan juga kurang maksimal, dikarena informasi yang diterima masyarakat saat melakukan pinjaman online kurang maksimal untuk itu kegiatan pemasaran disini kurang tersalurkan. selain itu tidak semua nasabah atau masyarakat yang melakukan pembiayaan pandai dalam menggunakan teknologi sehingga mempersulit nasabah.

2) Kendala eksternal

Sedangkan kendala eksternal yang dihadapi pihak BPRS Ampek Angkek Candung dalam memasarkan produk pembiayaan adalah terkadang disaat memasarkan produk pembiayaan banyak dari nasabah yang membanding-bandingkan harga (bagi hasil dan margin) yang ditawarkan pihak bank dengan KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang tingakat marginnya jauh lebih rendah. Dikarenakan letak dan lokasi BPRS Ampek Angkek Candung berdekatan dengan bank nagari dan BRI konvensional.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang penulis teliti di lapangan Peran BPRS ampek angkek canduang dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS ampek angkek canduang masih kurang maksimal atau masih lemah karena strategi yang di lakukan oleh BPRS mengalami banyak kendala

Kendala internal yang dihadapi pihak BPRS Ampek Angkek Candung dalam memasarkan produk pembiayaan adalah Kegiatan leasing online untuk memasarkan produk pembiayaan juga kurang maksimal, dikarena informasi yang diterima masyarakat saat melakukan pinjaman online kurang maksimal untuk itu kegiatan pemasaran disini kurang tersalurkan. selain itu tidak semua nasabah atau masyarakat yang melakukan pembiayaan pandai dalam menggunakan teknologi sehingga mempersulit nasabah.

Sedangkan kendala eksternal yang dihadapi pihak BPRS Ampek Angkek Candung dalam memasarkan produk pembiayaan adalah terkadang disaat memasarkan produk pembiayaan banyak dari nasabah yang membanding-bandingkan harga (bagi hasil dan margin) yang ditawarkan pihak bank dengan KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang tingakat marginnya jauh lebih rendah.

Adapun kesimpulan dari penelitian yang penulis buat adalah sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan di PT. BPRS Ampek Angkek Candung menarik minat nasabahnya melalui beberapa strategi yaitu sebagai berikut:

strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat, strategi orang, strategi proses dan strategi bukti fisik. Dan diantara ketujuh strategi tersebut, strategi promosilah yang lebih dominan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dimana strategi-strategi tersebut sudah berjalan secara optimal agar produk pembiayaan dapat berkembang dan disalurkan kepelaku-pelaku usaha yang membutuhkan tambahan dana untuk usahanya.

2. Kendala yang dihadapi nasabah yaitu Karena masyarakat kurang pemahaman dengan produk bank syariah apalagi zaman sekarang anak muda atau masyarakat selalu ingin yang instan tidak ada keinginan untuk mengetahui produk bank syariah, dan masyarakat tidak dapat membedakan produk bank syariah dengan bank konvesional.
3. Karena masyarakat salah persepsi bisa dikatakan keliru, karena kurangnya sosialisasi dan informasi terkait dengan produk bank syariah, dan beratnya barang jaminan masyarakat selalu beranggapan sama dengan bank konvensional dan juga beberapa keterbatasan layanan dan produk bank syariah, karena bank syariah masih mengalami kesulitan untuk mengikuti produk bank konvensional yang sudah maju dan berkembang dengan produk dan layanannnya.
4. Karena di masyarakat bank syariah belum familiar dan masyarakat sudah nyaman dengan bank konvensional karena sudah lama mereka ketahui, dan faktor SDM di kalangan masyarakat yang memahami secara mendalam prinsip syariah, dan kurangnya promosi yang diberikan bank syariah kepada masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, maka peneliti ingin memberi sedikit saran pada BPRS Ampek Angkek Candung yaitu sebagai berikut:

1) Kepada pihak BPRS berdasarkan strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh BPRS ternyata masih belum dapat menghadapi bersaing dan meningkatkan jumlah nasabah, bahkan total jumlah pembiayaan dan jumlah nasabah sudah mengalami penurunan kembali, untuk itu hendaknya BPRS Ampek Angkek Candung lebih optimal lagi menghadapi persaingan baik dalam meningkatkan produk, harga, promosi, proses, pelayanan serta inovasi dan ide-ide yang lebih unik dan menarik lagi.
2) Semikinya jumlah karyawan-karyawan yang ada di BPRS Ampek Angkek Candung dilakukan penambahan anggota dikarenakan banyak karyawan yang merangkap dua pekerjaan sekaligus seperti: teller dan CS dirangkap menjadi satu, pimpinan cabang juga merangkap sebagai Legal dan Adm pembiayaan, *security* dan OB (*Office Boy*) juga dirangkap menjadi satu, bagian *marketing lending* dan *marketing funding* juga hanya ada satu karyawan sehingga kurang optimal untuk memasarkan produk-produk yang ada di BPRS dan juga akibat minimnya jumlah karyawan kualitas pelayanan di BPRS juga kurang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

A Masruroh, 'Pengaruh Minat Belajar Dan Motivasi Belajar Siswa Terhadap Keaktifan Belajar Siswa Kelas XI IPA Pada Mata Pelajaran PAI Di SMAN I Purwoasri Tahun Ajaran 2016/2017', 2017, 7–27 <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/124>

Ahmadi, Mirzam Arqy, 'Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank', *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7.1 (2023), 15–25 <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>

Anisah, Ariyun, 'Persepsi Tokoh Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan', *Ekonomi Syariah*, 1.2 (2017), 54–72

Azimi, Zul, 'Motivasi Dalam Islam', *Jurnal Tahqiqa : Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 18.1 (2024), 61–69 <https://doi.org/10.61393/tahqiqa.v18i1.209>

Abdul Hadi Sirat, "*Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makassar,"* vol. 16 no. 26 (Desember 2010) h. 154.

Abdul Mujib, Jusub Mudzakir. *Nuansa-Nuansa Psikologi Islam* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002),hlm. 243

Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2007), hlm 94

Adiwarman, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016), h. 25. 2

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 113.

Ahmadi, Abu, Sosiologi Pendidikan: Membahas Gejala Pendidikan dalam Konteks Struktur Sosial Masyarakat, (Jakarta: Rajawali Pers, 1982), hlm 256

Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 90.

Bali, Asri Yanti, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1.1 (2022), 1–14 <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>

Dewi, Yenty Astari, and Iiz Izmuddin, 'ANANILSA PENERAPAN EKONOMI SYARIAH PADA UNIT USAHA BUMDes DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DESA', *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 2.2 (2018), 125 <https://doi.org/10.30983/es.v2i2.725>

Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 756.

Dokumen PT.BPR Syariah Ampek Angkek Candung 2012

Eliska Pratiwi, I Nyoman Sujana dan Iyus Akhmad Haris, "*Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Penerapan Program Kerja BUMDES Dwi Amertha Sari di Desa Jinengdalem*", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha,* Vol. 11 No.1/ 2019, 286

Evi Ysmita, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

Fariz Arkhan, Diyan Yusri, and Anjur Perkasa Alam, 'Persepsi Tokoh Masyarakat Kota Tanjung Pura Tentang Isu Riba Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat', *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2022), 170–88 <https://doi.org/10.56874/eksya.v3i1.742>

Fitriani Fitriani, and Jon Kenedi, 'Strategi Bank Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen', *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3.3 (2024), 191–203 <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i3.1992>

Ginting, Nurlelasari, and Imelda Barus, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam', *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2022), 554–68 <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.430>

Habibi, Miftakhur Rokhman, and Ruriana Diah, 'Peran Perbankan Syari'ah Dalam

Perkembangan Perekonomian Di Indonesia', *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12.1 (2022), 1–25 <https://doi.org/10.15642/maliyah.2022.12.1.1-25>

Jannah, Miftahul, 'PEMAHAMAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.xx (2023), 5

Julius Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

Husnul Khatimah, *"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyaluran Dana Perbankan Syariah Di Indonesia Sebelum Dan Sesudah Kebijakan Akselerasi Perbankan Syariah Tahun 2007/2008,* Jurnal Optimal. vol. 3 no. 1 (Maret 2009), h. 5

Hotniar Siringoringo, *Pemograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal. 4

Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer,* 1st ed. (Depok: Rajawali Pers, 2016) 65

Isara Abda Noka, "Efektivitas Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Gayo Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarkat Aceh Tengah," *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* vol.1, no. 2 (2019): 3.

Jamil Abbas, Annisa Paramita Arfiansyah, and Muhibbuddin Ahmad, *Direktori Pembiyaan Syariah Untuk UMKM* (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah

Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1996, h.58

J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit,* (Jakarta: PT Grasindo, 2015), hal 32

Junaidi, Junaidi, 'Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank

Syariah (Studi Kota Palopo)', *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 14.2 (1970) <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v14i2.44>

Khusna, Natiqotul, and Versiandika Yudha Pratama, 'Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.2 (2021), 310–22 <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.22>

Kristianingrum, Ambar Wahyu, 'OPTIMALISASI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT (Studi Kasus UMKM Griya Bati k Tulis Rahayu Desa Sumbergedong Kecamatan Trenggalek)', *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 2020, 43 <http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf>

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), hal. 80

Karnadjaja, C. C., Tulipa, D., & Lukito, R. S. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Belanja Online melalui Kepercayaan dan Sikap pada Konsumen Zalora di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA), Vol 6* (No. 2), 120-121.

Maulina et al., *"Analisis Peran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Pada PT.BPRS Baiturrahman),"* 110

Machfud Sidik, *Optimalisasi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah,* Artikel, 2001, hal 8

Ma'ruf, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Persepsi Risiko ,Dan Kenyamanan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Belanja Online (Studi Pada Toko Online Lazada.com). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 536-541.

M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Dan Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 198.

Muhammad, Manajemen Bank Syariah (Yogyakarta: AMP YKPN, 2002), h. 204

M. Alfi Syahri, *Peran dan Wewenang Majelis Tuha Peut dalam Membuat Kebijakan Partai Aceh (Studi Kasus Dewan Pimpinan Partai Aceh),* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3, No. 1, 2018, hlm 8

M.Dawam Rahardjo. *Pesantren dan Pembaharuanuan* (Jakarta: LP3 ES, 1974), hlm. 62

Moh. Uzer Usman. *Menjadi Guru Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2006), hlm. 29.

Ngalim Purwanto. *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: PT Remaja Rosda Karya, 2000), hlm. 72.

Pratama,Gama. "Konsep Dasar Pembiayaan Bank Syariah. Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia" (20210.H. 82)

Matondang, Asnawati, 'Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar', *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2.2 (2018), 24–32

Nurrachmi, Intan, and Setiawan Setiawan, 'Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Religiusitas Dan Kepercayaan', *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 6.2 (2020), 176–87 <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v6i2.2357>

Nur Jannah, 'Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Walisongo)' (IAIN Walisongo, 2014), h. 2

Nur Rianto AL, Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah,* (Jakarta: Alfabeta,2012)h.42

Perspektif Baru Bisnis & Ekonomi, *"Februari 2018 Aset Perbankan Syariah di Sulsel Rp7,11Triliun,"*WEOnline. https://www.wartaekonomi.co.id/read178718/februari-2018-asetperbankansyariah-di-sulsel-rp711-triliun.html (28 April 2020).

Rahmat Dahlan, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang", *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol.4 No. 1/Juni 2017, 10.

Rivai, Veithzal, and Andria Permata Veitzhal. "Islamic Financial Management, Jakarta:PT." Raja Grafindo Persada (2008).h.3

Rohmaul Listyana dan Yudi Hartono, "*Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)", Jurnal Agastya,* Vol. 5, No 1/Januari 2015, 121.

Sardiman AM. *Intraksi & Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2001), hlm. 71-72

Sarlito W. Sarwono, *Psikologi Lintas Budaya,* Jakarta: Rajawali Pers, 2014, h.24.

Silmi, Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

Syafaruddin Anzizhan, *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan,* (Jakarta: PT Grasindo), hal 51

Soekanto, *Sosiologi Sebagai Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hlm 242

Subandi, *Ekonomi Pembangunan,* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 111

Ramahdani Siregar, Siti, *Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Bank Syari'ah Indonesia*, 2022 <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21468/1/Skripsi_1905036078_Siti ramahdani Siregar_Lengkap.pdf>

Roland Carolos, 'UNIKOM_Roland Carolos_BAB 2', 2015, 12–27

Safitri, Deli, and Andy Riski Pratama, 'Analisis Strategi Personal Selling Pada Produk Funding Di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh', *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 1.4 (2022), 244–59 <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/view/998>

Septiana, Evy, 'Peran Perbankan Syariah Dengan Prinsip Prinsip Syariah Konvergensi', *Berasan: Journal of Islamic Civil Law*, 1.1 (2022), 91 <http://dx.doi.org/10.29240/berasan.v1i1.4735>

Siregar, Lis Yulianti Syafrida, 'Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku', *Forum Paedagogik*, 11.2 (2020), 81–97

<https://doi.org/10.24952/paedagogik.v12i2.3156>

Sumarno, Sumarno, and Ana Khuswatun Hasanah, 'Minat Nasabah Terhadap Asuransi Jiwa Berbasis Syari'Ah Di PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia Cabang Cirebon', *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 1.2 (2020), 53 <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.162>

Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi padaa Strategi Pemasaran,* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h.97.

Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008).h.4-5

Wasti Soemanto. *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), hlm. 205.

Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *JURNAL KAJIAN BISNIS, VOL. 23*(No.2), 1- 4.

Warnisen Nasabah BPRS Ampek Angkek Canduang, Wawancara 25 April 2025

Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi (ed.1 cet.1),* Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h 59.

Winardi, *Pengantar Manajemen Penjualan,* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996), hal. 363

Utami, A R H, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce', *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01 (2020), 79–93 <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>

Yadi, Yadi, 'Analisa Usability Pada Website Traveloka', *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9.03 (2018), 172–80 <https://doi.org/10.36050/betrik.v9i03.43>

Yulianto, Dedi, and Tontowi Jauhari, 'Strategi Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah', *Jurnal Ilmu Dakwah & Pembangunan*, 14.1 (2019), 71–84