ANALISIS FAKTOR GEOGRAFIS DAN DAMPAKNYA PADA JUMLAH NASABAH PRODUK PENDANAAN DI BMT AGAM MADANI NAGARI KOTO RANTANG KECAMATAN PALUPUH KABUPATEN AGAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

YOSI SAPUTRI

3320050

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

TA. 2023/2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	:	Yosi Saputri
Nim	:	3320050
Tempat/Tanggal Lahir	:	Batang Pasampan, 23 Oktober 2002
Fakultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	Analisis Faktor Geografis Dan Dampaknya Pada Jumlah Nasabah Produk Pendanaan Di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (Skripsi/Tugas Akhir) dengan judul diatas adalah benar karya saya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan karya saya, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar penulis dicopot sampai batas waktu yang telah ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 13 Juni 2024

Penulis



Yosi Saputri

Nim. 3320050

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama YosiSaputri Nim 3320050 dengan judul **"Analisis Faktor Geografis dan Dampaknya pada Jumlah nasabah Produk Pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang kecamatan Palupuh Kabupaten Agam"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui ke sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 07 Juni 2024

Pembimbing

Yuwarman Mansur,SE.,MM

Nip. 196203111993031002

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-nya tanpa batas kepada penulis, sholawat dan salam penulis ucapkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang luhur dan agung, serta meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang diridhai oleh allah SWT. yaitu Al-Quran dan Hadist. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Analisis Faktor Geografis dan Dampaknya pada Jumlah Nasabah Produk Pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam"

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Keberhasilan penyusunan ini penulis ucapkan terima kasih yang tulus tak terhingga kepada yang sangat istimewa yaitu Ayahanda Efriyon dan Ibunda Romi Yati yang telah memberikan cinta kasih, membesarkan, mendidik, membina penulis, memberikan motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat Menyusun skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa melindungi beliau.

Penulis skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa Syukur dan terima kasih kepada Bapak/Ibu yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Ibu **Prof. Dr. Ridha ahida, M.Hum,** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

2. Bapak dan Ibu Rektor yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, S.E, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Bapak Baginda Pesaulian M.E selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Bapak **Yuwarman Mansur, MM** selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah berkenaan meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukn beliau untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikam ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
7. Kepada Bapak dan ibuk staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Kepada Pimpinan beserta karyawan BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang yang telah membantu dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam pengumpulan data terkait dengan penelitian ini.

9. Kepada segenap anggota keluarga, kepada adik penulis Sakina Sabilillah yang senantiasa memberikan penulis dukungan dan motivasi.
10. Kepada teman seperjuangan di Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2020 dan sahabat yang selalu memberikan dukungan bagi penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya.
11. Kepada Huang Renjun, Park Sunghoon dan Sim Jaeyun selaku Bias Penulis yang telah membuat penulis semangat dalam mengerjakan Skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis berdoa dan berharap kepada Allah SWT semoga amal dan kebaikan kita semua diridhai oleh Allah SWT dan bernilai dihadapan-Nya.

Dalam penelitian skripsi ini penulis menyadari bahwa di dalamnya masih belum terlepas dari kekurangan dan kesalahan, baik dari segi penulisan maupun penyampaian. Untuk itu penulis sangat menghargai kritik dan saran dari segenap pembaca untuk sempurnanya skripsi ini. Atas kritik dan saran yang di sampaikan penulis ucapkan terima kasih.

Bukittnggi, 17 April 2024

Penulis

Yosi Saputri
NIM.3320050

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Analisis Faktor Geografis dan Dampaknya pada Jumlah Nasabah Produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam"** yang ditulis oleh **Yosi Saputri**, Nim **3320050**. Skripsi mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Penulisan ini dilatar belakangi oleh jumlah nasabah produk pendanaan dan nilai tabungannya mengalami fluktuasi, serta lokasi BMT Yang kurang strategis. BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi di kecamatan Palupuh khususnya Nagari Koto Rantang. Nagari Koto Rantang memiliki empat (4) jorong yang terdiri dari Jorong Batang Palupuh, Jorong Sitingkai, Jorong Muaro, dan Jorong Mudiak Palupuh. BMT berlokasi di Jorong Batang Palupuh dan ini merupakan awalan dari Nagari Koto Rantang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis faktor geografis dan dampaknya pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang.

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat field research (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitin ini dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pihak BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang dan juga Masyarakat. Sedangkan untuk teknis analisis data penulis menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa faktor geogrfis (lokasi) memiliki dampak terhadap jumlah nasabah Produk pendanaan, ditemukan bahwa nasabah di jorong Batang palupuah adalah yang paling banyak dari nasabah jorong lain, dan nasabah yang paling sedikit adalah nasabah jorong mudiak palupuah yang jaraknya paling jauh dengan BMT. Dengan menggunakan Metode *center of gravity approach*, ditemukan lokasi BMT yang paling strategis adalah berada di Jorong muaro.

Kata Kunci : ***faktor geografis, lokasi, nasabah produk pendanaan.***

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERSETUJAUN PEMBIMBING

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Batasan Masalah 6
D. Rumusan Masalah 6
E. Tujuan dan kegunaan penelitian 6
F. Penjelasan Judul 8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Geografis 10
   1. Pengertian geografis 10
   2. Aspek Geografis 13
   3. Ruang Lingkup Geografis 15
   4. Geografis dalam Pemasaran Produk Perbankan 18
B. Nasabah 19
   1. Pengertian Nasabah 19
   2. Minat Menjadi Nasabah 20
   3. Lokasi dalam Peningkatan Jumlah Nasabah 26
   4. Mempertahankan Loyalitas Nasabah 29
C. Produk Pendanaan 34
   1. Pengertian Produk Penghimpunan Dana 34
   2. Produk pendanaan 37
D. Kajian Terdahulu 45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 61
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 61
C. Jenis dan Sumber Data 61
D. Metode Pngumpulan Data 63
E. Metode Analisis Data 64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum 67
   1. Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang 67

2. Wilayah Kerja BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang 67
3. Visi dan Misi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang..... 68
4. Tujuan dan Prinsip Operasional BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang 68
5. Struktur Organisasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang 69
6. Produk-Produk BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang..... 73

B. Hasil Pembahasan 81
C. Analisis Penulis..... 89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 96
B. Saran 96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 perkembangan jumlah nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022 4
Tabel 1.2 perkembangan nilai tabungan nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022 4
Tabel 4.1 perkembangan jumlah nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022..... 81
Tabel 4.2 perkembangan nilai tabungan nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022..... 82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 struktur organisasi BMT Agam Madani Nagari Koto rantang kecamatan palupuh kabupaten Agam 71
Gambar 4.2 Peta wilayah Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh 84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan lembaga keuangan syariah sedang marak didunia, khususnya di negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim. Kemudian, dalam era modern saat ini dunia usaha juga memiliki peranan yang penting untuk pembangunan ekonomi suatu negara baik usaha milik pemerintah maupun usaha yang dilakukan oleh pihak swasta. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan memerlukan unsur pendukung dunia perbankan.

Pada saat sekarang, dunia perbankan mengalami persaingan yang sangat ketat, dan hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Disamping itu perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Oleh karena itu dari beberapa bank yang mampu bertahan melewati masa krisis moneter maupun bank-bank yang baru beroperasi mulai berlomba-lomba untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya melalui berbagai macam produk perbankan seperti produk pendanaan, produk pembiayaan atau produk jasa lainnya.

Diindonesia sendiri lembaga keuangan syariahnya mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun belakangan ini, salah satunya Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT yang beroperasi di tingkat

lokal mendapatkan perhatian karena peran penting mereka dalam melayani komunitas di berbagai wilayah.

BMT adalah lembaga keuangan mikro yang operasionalnya berdasarkan prinsip bagi hasil dengan tujuan menumbuh kembangkan usaha mikro dan mengangkat harkat dan martabat kamu fakir dan miskin.[1] BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang beroperasi menggunakan gabungan konsep "Baitul tamwil dan Baitul maal" dengan target operasionalnya fokus kepada sektor Usaha Kecil Menengah (UKM).

Konsep Baitul tamwil (rumah pengembangan harta) adalah melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Tujuan yang ingin dicapai para penggagasnya tidak lain untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat terutama pengusaha-pengusaha, semisal pengusaha muslim yang membutuhkan bantuan modal untuk pengembangan bisnisnya dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan kepada para nasabah berdasarkan prinsip syariah, seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, qardh dan lain-lain. BMT selain berfungsi sebagai lembaga keuangan juga dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi, sebagai lembaga keuangan, ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan pada masyarakat. [2]

---

[1] Muslim Tanjung and Arina Novizas, "Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Perekonomian Islam," *Jurnal Magister Ilmu Hukum* 3, no. 1 (2021): 29, https://doi.org/10.36722/jmih.v3i1.749.

[2] Ficha Melina, "Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt)," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 270–71, https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878.

Sebagai lembaga keuangan mikro, dana merupakan masalah yang paling utama. Salah satu sumber dana terbesar yang digunakan oleh lembaga keuangan mikro yaitu diperoleh dari penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) yang berupa tabungan, deposito dan giro. Dengan demikian untuk membentuk persepsi masyarakat pada produk penghimpunan dana BMT juga menggunakan keunggulan yang lebih ditawarkan dalam suatu produk serta menjaga hubungan baik dengan nasabahnya.

BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah suatu lembaga keuangan mikro yang terletak di Batang palupuh, Nagari koto Rantang, kecamatan palupuh, kab. Agam. Nagari Koto Rantang memiliki luas wilayah sebesar 42,87 Km2 atau sekitar 18,08 % dari luas Kecamatan Palupuh. Nagari Koto Rantang secara astronomis terletak diantara 00010'00" LS – 00017'00" LS dan 100017'30" BT – 100024'30" BT.[3]

Nagari koto Rantang, Kab. Agam memiliki Kawasan perbukitan / pegunungan yang didominasi oleh Kawasan lindung dengan basis ekonomi pertanian (perkebunan lahan kering dan hortikultura) dengan ketinggian wilayah untuk kecamatan palupuh 325 – 1650 M. [4] Nagari koto rantang merupakan wilayah dengan mayoritas masyarakat berpenghasilan sebagai para usaha dagang, pertanian, tukang jahit dan peternak. BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang sudah berdiri kurang lebih lima belas (15) tahun dan sudah memiliki nasabah sekitar 900 lebih.[5]

---

[3] Arie Satria Nasrul and Ratna Wilis, "Penginformasian Potensi Desa Wisata Berbasis Weblog Di Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuah Kabupaten Agam," *JURNAL BUANA* 2, no. 2 (2018): 455, https://doi.org/10.24036/student.v2i2.95.

[4] www.agamkab.go.id

[5] Nelvia Dewi, wawancara, Batang palupuah, 18 oktober 2023

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022

No	Tahun	Jumlah nasabah	Persentase kenaikan jumlah nasabah
1.	2018	928	-
2.	2019	928	-
3.	2020	947	2,05 %
4.	2021	950	0,32 %
5.	2022	963	1,37 %

Sumber : Data dari BMT Agam Madani Nagari koto Rantang

Dilihat dari tabel 1.1 perkembangan jumlah nasabah pada tahun 2019 tidak mengalami peningkatan (tetap). Untuk tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 2,05 %, namun pada tahun 2021 kenaikan jumlah nasabah mengalami penurunan secara persentase yakni hanya sebesar 0,32 % dibanding tahun sebelumnya.

Tabel 1.2 perkembangan nilai tabungan nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022

No	Tahun	Nilai tabungan Nasabah	Persentase kenaikan nilai tabungan nasabah
1.	2018	200.315.000	-
2.	2019	195.200.000	(2,55 %)
3.	2020	192.325.000	(1,47 %)

4.	2021	202.500.000	5,29 %
5.	2022	210.250.000	3,83 %

Sumber : Data dari BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang.

Dilihat dari tabel 1.2 Nilai tabungan Nasabah naik turun, diakibatkan oleh terjadi penarikan tabungan yang dilakukan oleh nasabah. Namun pada tahun 2021 terjadi kenaikan nilai tabungan sebesar 5,29 % dengan nominal jumlah tabungan nasabah keseluruhan adalah Rp. 202.500.000

Nagari koto Rantang terdiri dari 4 jorong yaitu jorong Batang palupuah, Jorong sitingkai, Jorong Muaro, dan Jorong Mudiak Palupuah. Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang berada di Jorong Batang Palupuah, yang mana jorong Batang Palupuah ini adalah Jorong Pertama yang dilewati jika ingin ke Kecamatan Palupuah. Secara tidak lansung maka bisa dikatakan bahwa letak BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang ini berada di ujung Nagari Koto Rantang. Hal ini membuat letak BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang menjadi tidak strategis, sebab Masyarakat yang berlokasi di Jorong Muaro dan Jorong Mudiak Palupuah akan kesulitan karena lokasi BMT yang jauh dari rumah mereka. Hal ini juga lah yang menyebabkan nasabah terbanyak di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah warga jorong Batang palupuah, kemudian disusul oleh jorong sitingkai dan barulah Jorong Muaro, sedangkan jorong Mudiak Palupuah berada di posisi yang paling sedikit warganya yang menjadi nasabah di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang. Hal inilah yang menjadi alasan bagi penulis untuk memilih judul skripsi **ANALISIS FAKTOR GEOGRAFIS DAN DAMPAKNYA PADA JUMLAH**

NASABAH PRODUK PENDANAAN DI BMT AGAM MADANI NAGARI KOTO RANTANG KECAMATAN PALUPUH KABUPATEN AGAM.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasikan beberapa masalah terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya fluktuasi pada kenaikan jumlah nasabah
2. Terjadinya fluktuasi pada nilai tabungan nasabah
3. Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang yang kurang strategis.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup geografis (Lokasi) yang dikaitkan dengan perkembangan jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis faktor geografis pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang ?
2. Bagaimana dampak faktor geografis pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk melihat bagaimana analisis faktor geografis pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang
b. Untuk melihat dampak faktor geografis pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang

2. Manfaat penelitian
   a. Manfaat teoritis

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis berupa pengujian atas keterkaitan teori geografis dan dampaknya terhadap jumlah nasabah, dari penelitian ini bisa mengetahui seberapa besar faktor geografis dan dampaknya pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang.

   b. Manfaat praktisi
      1) Bagi peneliti
         a) Penelitian ini sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pogram studi Perbankan Syariah.
         b) Merupakan wujud sebuah proses belajar bagaimana menulis sebuah karya ilmiah yang benar, sehingga nantinya penulis benar-benar mampu menyelesaikan karya tulis ilmiah yang sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku.

c) Menambah wawasan dan khazanah keilmuan bagi peneliti tentang penempatan dan dampak geografis dalam suatu lembaga keuangan

2) Bagi lembaga

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan kontribusi pemikiran dan sebagai pertimbangan atau masukan dalam penetapan faktor geografis dan dampaknya terhadap jumlah nasabah.

3) Bagi Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam bidang manajemen lembaga keuangan, khususnya mengenai penetapan faktor geografi dan dampaknya pada jumlah nasabah.

4) Bagi pembaca

Sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian khususnya pada kajian yang sama atau berkenaan dengan masalah faktor geografis.

F. Penjelasan Judul

Untuk memberikan gambaran dan arahan selama penulisan dalam penelitian ini, maka secara garis besar pokok pokok uraian dan isi penelitian ini akan disajikan sebagai berikut:

Analisis : penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk

mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).[6]

Faktor geografis : faktor geografi adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal yang terjadi di permukaan bumi, mulai dari kondisi bumi, cuaca iklim, tipe-tipe permukaan bumi, gejala alam serta penduduk atau orang yang tinggal didalamnya.

Nasabah : Individu ataupun lembaga berbadan hukum seperti Perusahaan atau organisasi yang menggunakan layanan keuangan yang disediakan oleh bank/lembaga keuangan.

Produk pendanaan : jasa yang ditawarkan oleh perbankan yang menghimpun dana dari Masyarakat baik berupa tabungan, giro ataupun deposito. [7]

[6] https://kbbi.web.id/analisis diakses pada tanggal 09 november 2023. 20:56 WIB

[7] Tiara Juliana Jaya, "Branding Perbankan Syariah Melalui Produk-Produk Pendanaan," *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 71, https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.133.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Geografis

1. Pengertian Geografis

Kata geografis berasal dari kata *geo* dan *graphein, geo* berarti bumi sedangkan *graphein* berarti gambaran. Ungkapan itu pertama kali dikemukakan oleh Eratosthenes (276-194 SM) seorang ilmuwan Yunani memperkenalkan pengertian geografi dalam bukunya yang berjudul "Geographica". Kata itu berakar dari geo yang artinya *bumi* dan g*raphika* yang artinya lukisan atau tulisan. Eratosthenes berpendapat bahwa Bumi berbentuk bulat.

Secara harfiah arti geografi ialah tulisan tentang bumi. Karena itu, geografi sering disebut ilmu bumi. Akan tetapi, yang dipelajari dalam geografi bukan hanya mengenal permukaan bumi, melainkan juga berbagai hal yang ada di permukaan bumi, diluar bumi, dan benda-benda ruang angkasa. Dengan demikian geografi didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari bumi dan segala sesuatu yang ada di atasnya, seperti penduduk, flora, fauna, iklim, udara, dan segala aspeknya.

Beberapa pengertian geografi menurut para ahli :

a. Bernahadus Varenius (1622-1650)

Bernahadus Varenius dalam bukunya, Geographia Generalis, ia mengatakan bahwa geografi adalah campuran dari matematika yang

membahas kondisi Bumi beserta bagian-bagiannya juga tentang benda-benda langit lainnya.

b. Immanuel kant (1724-1821)

Semua gagasan Kant tentang hakikat geografi dapat ditemukan dalam buku *Physische Geographie* yang ditulisnya. Menurutnya, geografi adalah ilmu yang objek studinya adalah benda-benda, hal-hal atau gejala-gejala yang tersebar dalam wilayah di permukaan Bumi.

c. Alexander von Humboldt (1769–1859)

Pada mulanya Humboldt adalah seorang ahli botani. Ia tertarik geografi ketika ia mulai mempelajari tentang batuan. Ia diakui sebagai peletak dasar geografi fisik modern. Ia menyatakan geografi identik atau serupa dengan geografi fisik. Ia menjelaskan bagaimana kaitan Bumi dengan Matahari dan perilaku Bumi dalam ruang angkasa, gejala cuaca dan iklim di dunia, tipe-tipe permukaan Bumi dan proses terjadinya, serta hal-hal yang berkaitan dengan hidrosfer dan biosfer.

d. Bintarto (1977)

Menurut Bintaro, geografi adalah ilmu pengetahuan yang mencitra, menerangkan sifat bumi, menganalisis gejala alam dan penduduk serta mempelajari corak khas mengenai kehidupan dan berusaha mencari fungsi dari unsur bumi dalam ruang dan waktu.

e. Daldjoeni

Menurut Daldjoeni, geografi merupakan ilmu pengetahuan yang mengajarkan manusia mencakup tiga hal pokok, yaitu spasial (ruang), ekologi, dan region (wilayah). Dalam hal spasial, geografi mempelajari persebaran gejala baik yang alami maupun manusiawi di muka Bumi. Kemudian dalam hal ekologi, geografi mempelajari bagaimana manusia harus mampu beradaptasi dengan lingkungannya. Adapun dalam hal region, geografi mempelajari wilayah sebagai tempat tinggal manusia berdasarkan kesatuan fisiografisnya.

f. Hasil Seminar Semarang (1988)

Seminar Lokakarya Ikatan Geograf Indonesia (IGI) di Semarang menyepakati rumusan, bahwa geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan atau kelingkungan dalam konteks keruangan. Studi geografi mencakup analisis gejala manusia dan gejala alam.[8]

Dari beberapa pengertian menurut paha ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa geografis adalah ilmu yang membahas tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal yang terjadi di permukaan bumi, mulai dari kondisi bumi, cuaca iklim, tipe-tipe permukaan bumi, gejala alam serta penduduk atau orang yang tinggal didalamnya.

[8] Fitri Lestari, "Pengantar Dasar Geografi Kelas X," 2020, 4–5, https://sisariyantimedia.com/wp-content/uploads/2021/02/X_GEOGRAFI_K D-3.1_FINAL.pdf.

2. Aspek Geografis

Aspek geografi terbagi menjadi dua kelompok, yaitu aspek fisik dan aspek sosial.

a. Aspek Fisik

Aspek fisik adalah aspek geografi yang menyangkut keadaan lingkungan alam di luar manusia. Contohnya, bentuk muka bumi, perairan, keadaan udara, tumbuhan, dan hewan, serta semua fenomena alam yang dapat langsung diamati. Aspek fisik ini dibagi lagi menjadi aspek topologi (wilayah), aspek biotik (manusia, vegetasi, dan hewan), dan aspek non biotik (tanah, perairan, dan iklim).

Aspek fisik geografi menitikberatkan pada kajian mengenai fenomena-fenomena geosfer yang mempengaruhi hidup manusia. Pada umumnya, aspek fisik geografi berurusan dengan fenomena-fenomena yang dipengaruhi oleh alam secara langsung, bukan oleh manusia itu sendiri. Pada dasarnya, aspek fisik geografi dapat dikategorikan secara luas kedalam tiga kategori yaitu keilmuan yang membahas Bentuk Bumi dan pengukurannya.

Aspek fisik geografi mengkaji segala fenomena geosfer yang mempengaruhi kehidupan manusia, meliputi aspek kimiawi, biologis, astronomis dan semua fenomena alam yang dapat diamati langsung. Berikut aspek fisik geografis :

1) Aspek topologi, Aspek topologi adalah aspek yang berkaitan dengan bentuk muka bumi (morfologi), letak atau lokasi sutua wilayah, luas dan batas-batas wilayah yang mempunyai ciri khas tertentu.
2) Aspek abiotic, Aspek abiotik adalah aspek yang berkaitan dengan unsur kondisi tanah, hidrologi, iklim dari suatu wilayah.
3) Aspek biotik, Aspek biotik adalah aspek yang berkaitan dengan unsur tumbuhan, hewan dan manusia (penduduk).

b. Aspek Non Fisik/Sosial

Aspek sosial adalah aspek geografi berupa seluruh masalah sosial, budaya, dan ekonomi yang terjadi karena adanya aktivitas serta kreativitas manusia dipermukaan bumi. Beberapa hal yang dikaji dalam aspek sosial antara lain aspek ekonomi, sosial, politik, dan budaya. Ada aspek lain selain aspek fisik, kajian geografi pula mencakup aspek sosial. Geografi mengkaji manusia yang hidup didalamnya dari keterkaitannya dengan fenomena yang terjadi di geosfer. Aspek sosial terdiri dari:

a) Aspek sosial

Aspek sosial adalah aspek yang berkaitan dengan unsur tradisi, adatistiadat, komunitas, kelompok masyarakat dan lembaga-lembaga sosial.

b) Aspek ekonomi

Aspek ekonomi meliputi pertanian, perkebunan, pertambangan, industri, perdagangan, transportasi, pasar dan kegiatan ekonomi lainnya.

c) Aspek budaya dan politik

Aspek budaya adalah adalah aspek yang berkaitan dengan unsur pendidikan, agama, bahasa dan kesenian, sedangkan aspek politik berkaitan dengan unsur kepemerintahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.[9]

3. Ruang lingkup Geografis

kusratmoko (2010), menjelaskan bahwa ruang lingkup geografi mencakup lima hal berikut:

1) Lokasi (*location*)

Lokasi adalah lingkup utama yang digunakan untuk mengetahui fenomena geosfer. Dalam perspektif ekonomi, lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas ekonomi. Suatu bisnis yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh konsumen menjadi salah satu strategi yang dilakukan pelaku bisnis sebelum menjalankan bisnisnya.[10] Lokasi juga menjelaskan keterjangkauan lokasi yang menunjukkan tentang sulit atau mudahnya suatu lokasi untuk dapat dijangkau. Keterjangkauan dipengaruhi oleh posisi lokasi, jarak, dan

[9] Fitri Lestari, "Pengantar Dasar Geografi Kelas X," 2020, 13, https://sisariyantimedia.com/wp-content/uploads/2021/02/X_GEOGRAFI_K D-3.1_FINAL.pdf.

[10] Swasta Handoko, *manajemen pemasaran modern* (Yogyakarta: BPFE, 2008).hlm 80

kondisi tempat. Lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah Perusahaan.

2) Tempat (*place*)

Dalam konsep ini, adanya bentuk-bentuk permukaan bumi, seperti adanya pegunungan, perbukitan, lembah, dan dataran dikaji secara spesifik, guna memahami peruntukannya. Permukaan bumi merupakan objek studi geografi, dimana masing-masing bentuk bentang lahan tersebut memiliki karakteristik fisik, biotik, dan potensi pemanfaatan sendiri-sendiri. Daerah yang datar, kaki gunungapi, merupakan daerah yang relatif subur dengan potensi pengembangan wilayah yang tinggi, artinya daerah semacam ini dapat dimanfaatkan untuk berbagai penggunaan lahan (daerah pertanian, industri, pembangunan kota)

3) Interaksi manusia dengan lingkungan

Manusia memiliki kecenderungan tertentu menyikapi kondisi fisik dimana mereka berada. Pada zaman dulu dikenal konsep *deterministic*, artinya manusia berusaha hidup di lokasi mereka berada tergantung dari kondisi fisik muka bumi tempat mereka tinggal. Pada daerah dataran, manusia cenderung membangun permukiman yang terletak di tepi sungai, karena lokasi ini memberikan banyak kemudahan dalam hidup.

4) Pergerakan manusia dipermukaan bumi

Interaksi manusia di muka bumi menunjukkan kecenderungan yang meningkat, dalam rangka mencukupi kebutuhan dan kegiatan yang menjadi tanggung jawab masing-masing. Interaksi terjadi karena adanya transportasi antar lokasi, dengan menggunakan transportasi darat, laut, udara dan melalui komunikasi dunia maya. Pada masyarakat yang belum menetap, mereka cenderung berpindah-pindah sesuai dengan ketersediaan pangan yang mereka butuhkan. Masyarakat cenderung nomaden, berpindah-pindah dengan mengusahakan sistem pertanian yang berpindah-pindah. Bentuk permukiman bermacam-macam sesuai kemampuan ekonominya.

5) Wilayah

Merupakan konsep yang memfokuskan pada kecenderungan pengelompokan suatu gejala yang terkait dengan aktivitas manusia. Misalnya pengelompokan kawasan industri, pusat perdagangan, dan daerah permukiman. Konsep nilai kegunaan merujuk pada manfaat yang diberikan oleh suatu wilayah di muka bumi pada makhluk hidup, tidak akan sama pada semua orang. Nilai kegunaanpun bersifat relatif. Misalnya pantai mempunyai nilai kegunaan yang tinggi sebagai tempat rekreasi bagi warga kota yang selalu hidup dalam keramaian, kebisingan, dan kesibukan.[11]

[11] H Hartono, "Pengertian Geografi Dan Perannya Dalam Pengembangan Wilayah," 2018, 15–18.

4. Geografi dalam pemasaran produk perbankan

Faktor lingkungan merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh sutu perusahaan dalam membuka usaha baru, dengan pemilihan lingkungan yang strategis yang sesuai dengan kedaan target pasar maka perusahaan tidak perlu bingung untuk memasarkan prodaknya.

Dalam pemasaran produk perbankan proses segementasi sangat dibutuhkan untuk mengetahui suatu pasar, karena dengan segmentasi suatu perusahaan bisa dengan mudah membagi pasar-pasar dan mengenalkan produknya. Segmentasi pasar umumnya dikatakan sebagai proses mengidentifikasi dan menganalisis para pembeli dipasar dengan karakteristik tanggapan yang serupa atau hampir sama. Pendekatan segmentasi yang dapat dilakukan di dunia perbankan berdasarkan pendekatan geografi, psikografi, demografi dan tingkat penghasilan. Variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku adalah empat kelompok variabel utama, yang dapat digunakan untuk membagi pasar konsumen menjadi segmen-segmen yang berbeda.[12]

Segmentasi geografik yaitu membagi pasar menjadi bebrapa unit geografik seperti negara, provinsi, perkotaan, pedesaan, atau kompleks perumahan/pemukiman. Sebuah bank mungkin dapat memutuskan

[12] Rizal Kurniawan, "Implementasi Segmentasi Demografis Dan Geografis Produk Pembiayaan Mikro Pada Pt.Bank Syariah Indonesia a. Yani Kantor Cabang Pembantu Bondowoso" (2023).

untuk beroperasi di semua wilayah tetapi lebih memperhatikan perbedaan kebutuhan dan keinginan yang dijumpai. Sebab kebutuhan masing-masing unit geografis akan berbeda, misalkan antara kebutuhan masyarakat diperkotaan dengan dipedesaan pasti akan berbeda.[13]

B. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah, dalam pasal 1 ayat 17 disebutkan bahwa "pengertian nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank." Menurut kamus perbankan, "nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank." [14]

Pengertian nasabah menurut beberapa ahli :

a) Kasmir

Menurut Kasmir "Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.

b) Saladin

Menurut Saladin nasabah adalah "Konsumen-konsumen sebagai penyedia dana".

c) Tjiptono

[13] Al-Arif, M Nur Tianto. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta.2010.hlm 91

[14] Yolanda Darma Fernandes and Doni Marlius, "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang," *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, 2018, 4.

Menurut Tjiptono pengertian nasabah adalah "Setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan"

d) Komaruddin

Menurut Komaruddin nasabah adalah "Seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.[15]

Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah individu ataupun lembaga berbadan hukum seperti Perusahaan atau organisasi yang menggunakan layanan keuangan yang disediakan oleh bank/lembaga keuangan.

2. Minat menjadi nasabah

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji (1995:9), minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu.[16] Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.Secara

[15] Komaruddin, Kamus Perbankan, Jakarta : CV. Rajawali. 1994

[16] Tri Astuti and Rr. Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah," *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2013): 186, https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655.

sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang danbertindak terhadap orang, aktivitas atausituasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.[17]

Untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diberikan oleh bank. Sedangkan apa yang diinginkan oleh nasabah serta apa yang mereka butuhkan seringkali yang ada malah sangat berbeda pemahaman serta kewaspadaan akan perbedaan tersebut penting jika dikaitkan dengan penentuan pasar. Diharapkan dengan demikian bank menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga bank dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak di bidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayanan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

a. Informasi yang jelas sebelum memilih.
b. Pertimbangan yang matang sebelum memilih.
c. Keputusan memilih.[18]

---

[17] Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam (Jakarta:2004, Prenada Media),hlm. 263.

[18] Sukanto Mm, Nafsiologi: Suatu pendekatan Alternatif Atas Psikologi, (Jakarta: 1985, Integrita Press), hlm. 45.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat nasabah pada perbankan syariah.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

a. Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
c. Erat hubunganya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat.

a. Kebutuhan fisik, sosial, dan egoistik.

   Kebutuhan fisik, sosial dan egoistik adalah tiga kategori kebutuhan manusia yang dapat diidentifikasikan berdasarkan pandangan psikologis dan teori kebutuhan. Kebutuhan fisik mencakup aspek-aspek dasar yang diperlukan untuk kelangsungan hidup dan Kesehatan fisik seseorang.

Kebutuhan fisik ini mencakup kebutuhan biologis dasar seperti makanan untuk energi, air untuk hidrasi, dan tempat tinggal,

Kebutuhan sosial mencakup keinginan manusia untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan terlibat dalam hubungan sosial. Ini melibatkan aspek-aspek emosional dan psikologis dari koneksi dengan orang lain, seperti kasih sayang, keamanan emosional, dan kebutuhan untuk merasa diterima dalam Masyarakat. Kebutuhan sosial dapat berupa kasih sayang, persahabatan, dan interaksi antar manusia.

Kebutuhan egoistik berkaitan dengan keinginan individu untuk mengembangkan identitas pribadi, mencapai tujuan, dan meraih pengakuan dari orang lain. Ini mencakup dorongan untuk membangun harga diri, mencapai prestasi, dan mendapatkan penghormatan atau penghargaan dari Masyarakat. Kebutuhan egoistik ini berupa Penghargaan diri, pencapaian pribadi, status sosial, pengakuan, dan kebutuhan untuk meraih keberhasilan.

b. Pengalaman.[19]

Pengalaman adalah serangkaian peristiwa, situasi, atau kejadian yang dialami atau dirasakan oleh seseorang selama hidupnya. Pengalaman dapat bervariasi dari yang

[19] Yudrik Jahja, Psikologi Perkembangan, (Jakarta: Kencana prenada Media Group, 2011), hlm. 63-64

sederhana hingga yang kompleks, dan seringkali memiliki dampak yang signifikan pada perkembangan dan pertumbuhan seseorang. Pengalaman juga dapat menjadi dasar untuk membentuk pandangan dunia, nilai-nilai, dan sikap seseorang terhadap kehidupan.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subjek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangannya tanggapan (stimulus response model) apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium hidung itulah yang disebut stimulus.[20] Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk dalam kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan

[20] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Press, 2013). hlm. 112

keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudianmenyukai produknya dan membelinya.[21]

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi minat :[22]

a. Perbedaan pekerjaan Artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat teradap tingkat pendidikan yang ingin dicapainya, aktifitas yang dilakukan, penggunaan senggang dan lainlain.
b. Perbedaan sosial ekonomi Artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi yang tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan daripada yang mempunyai ekonomi yang rendah.
c. Perbedaan hobi dan kegemaran Artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
d. Perbedaan jenis kelamin Artinya minat pria akan berbeda dengan minat wanita, misalnya dalam pembelajaran.
e. Perbedaan usia Artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua kan berbeda minatnya terhadap suatu barang aktivitas benda, dan seseorang.

[21] Ujang Suwarman, Prilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2008), hlm.95.

[22] Mayor Mowen & Minor Kent, Analisis Perilaku Nasabah dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi, (Jakarta : Rienika Cipta, 1998), Edisi Terjemahan,hlm. 67.

Dalam membeli suatu barang, nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya jenis barang, faktor demografi, dan ekonmi juga dipengaruhi oleh faktor fisikologisnya sepeti motif, sikap, keyakinan, minat, kepribadian, angan-angan dan sebaginya.

3. Lokasi dalam peningkatan jumlah nasabah

Lokasi adalah letak posisi dimana sesuatu berada. Pemilihan lokasi harus ditentukan secara hati-hati dalam suatu keputusan bisnis. Dalam memilih lokasi suatu bisnis harus mempertimbangkan prinsip-prinsip, yaitu dimana daerah yang akan dipilih sebagai lokasi perdagangan cukup potensial, mempunyai letak dalam arus bisnis, lokasi memiliki akses yang mudah, memiliki kemampuan pertumbuhan, memiliki daya tarik yang kuat, dalam lingkungan minim persaingan dan lalu lintas lancar.

Pengertian teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (Spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Penempatan lokasi usaha yang pas dan strategis akan mampengaruhi keputusan pembelian seseorang.[23]

[23] Tarigan R, Perencanaan Pembangunan Wilayah, Edisi Revisi,(Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 77

Dalam menentukan lokasi yang strategis maka dapat menggunakan Metode Center of Gravity adalah metode yang digunakan untuk menentukan koordinat letak untuk membangun sebuah fasilitas yang akan dijadikan sebagai letak pusat distribusi.[24]

Teori lokasi Center of Gravity Approach adalah metode matematika yang digunakan untuk menentukan lokasi terbaik dibeberapa lokasi alternatif. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh jarak atau akses yang efisien dari segi biaya perpindahan barang/ jasa. Metode GOGA mempertimbangkan pengalaman berat dan jarak antara pusat gravitasi dan posisi yang akan dipertimbangkan, sehingga membantu dalam menentukan posisi yang paling sesuai dengan kebutuhan dan prioritas pemerintah.

Rumus yang dapat digunakan :

Minimum F (x,y) = $\sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} w_j \ D_i$

Dimana :

Di = $\sqrt{(x-a)^2} + (y-b)^2$

m = banyaknya altenatif lokasi yang akan dipilih

n = banyaknya daerah pemasaran

wj = banyak warga

(xi ; yi) = koordinat alternatif lokasi

(Ai ; Bi) = koordinat lokasi pemasaran

[24] R. Riady and T. Aspiranti, "Penentuan Lokasi Alternatif Kantor dan Pabrik Pt. Sublimindo dengan menggunakan Metode Center of Gravity dan Factor Rating," Pros. Manaj., vol. 5, no. 2, pp. 869–874, 2019

Metode COGA dapat digunakan dalam berbagai situasi seperti menentukan lokasi Gudang, lokasi distributor atau lokasi bank. Dalam penerapannya metode ini melibatkan beberapa langkah yaitu mengidentifikasi pusat gravitasi, menggambarkan koordinat pusat gravitasi dalam ruang 2 (dua) dimensi, menghitung posisi yang paling sesuai dengan rumus COGA. Dalam konteks bisnis metode ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan lokasinya paling efisien yang efektif untuk meminimalkan biaya transportasi atau jarak pengiriman. Dengan menggunakan koordinat gravitasi metode ini memungkinkan perusahaan untuk menghitung posisinya yang paling sesuai dengan kondisi.

Keuntungan Pemilihan Lokasi Yang Tepat, yaitu :

a. Dapat lebih memuaskan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.
b. Dapat lebih mudah dalam mendapatkan tenaga kerja yang sesuai.
c. Dapat lebih mudah untuk mendapatkan bahan baku produk maupun bahan penolong secara terus menerus.
d. Dapat lebih mudah untuk memperluas lokasi usaha.
e. Pada masa yang akan datang akan memiliki nilai dan harga ekonomi yang lebih tinggi[25]

[25] Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm 141.

Dalam dunia perbankan, lokasi juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah, semakin strategis letak lokasi suatu bank maka semakin memberikan akses mudah bagi nasabah dalam bertransaksi dan berhubungan dengan bank.

Semua nasabah ingin cepat dalam setiap transaksinya, maka faktor lokasi juga mempunyai pengaruh penting terhadap kemudahan dan kenyamanan mereka dalam berhubungan dengan bank. Namun berpengaruh atau tidaknya faktor ini tentu saja sangat tergantung pada pihak bank dalam membuat strategi lokasi yang memungkinkan dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi nasabah dan calon nasabahnya. Semakin strategis letak lokasi suatu bank dan semakin baik fasilitas yang disediakan oleh bank maka akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan akses dengan bank tersebut.[26]

4. Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Menurut Hermawan, loyalitas merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan emotional attachment. Menurut Oliver loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam

[26] BUDI GAUTAMA SIREGAR, "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'Ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan," *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 2, no. 2 (2016): 24–27, https://doi.org/10.24952/tazkir.v2i2.508.

untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/ jasa terpilih dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.[27]

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen menurut Zikmund adalah

a. Kepuasan (Satisfaction).

   Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.

b. Ikatan Emosi (Emotional Bonding)

   Konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentiikasikan dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

c. Kepercayaan (Trust)

   Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

---

[27] Ratih Hurriyati¸ Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 126.

d. Kemudahan (Choice reduction and habit)

Konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

e. Pengalaman dengan perusahaan (History with company)

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.[28]

Loyalitas merujuk pada kesetiaan, loyalitas nasabah adalah tingkat kesetiaan nasabah terhadap suatu lembaga keuangan. Loyalitas nasabah dapat diartikan kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas nasabah merupakan tujuan jangka panjang perusaahaan agar eksistensi produk atau jasa yang dijual mempunyai pelanggam tetap. Cara mempertahankan loyalitas nasabah adalah dengan cara menjaga kepercayaan dan kepuasaan nasabah.

Menurut Philip Kotler kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang sesuatu[29]. Kepercayaan konsumen menurut ujang sumarwan adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Kepercayaan

[28] Vanessa Gaffar, Customer Relationship Management and Marketing Public Realtion, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm 72

[29] Philip Kotler, Prinsip- prinsip pemasaran, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 1997), hlm 172.

konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.[30]

Menurut Mowen dan Minor kepercayaan konsumen mengandung arti bahwa semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen.[31]

Kepercayaan dalam perspektif islam didapatkan dengan Perilaku yang jujur, perilaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas. Kejujuran dan integritas bagaikan dua sisi mata uang. Seseorang tidak cukup hanya memiliki keikhlasan dan kejujuran, tetapi dibutuhkan juga nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Jujur dan terpercaya (amanah) adalah akhlak yang harus ada dalam bisnis. Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel.[32] Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan

[30] Ujang Sumarwan, Perilaki Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). Hlm 165-166

[31] Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan", Ekuitas, 1(Maret, 2008), hlm 78.

[32] Herry Sutanto dan Khaerul Umam, Manajemen Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm 69

keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan[33].

kemudian untuk kepuasan nasabah, Kotler (2010) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang kemudian didapatnya dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan adalah suatu fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, semakin sesuai antara kinerja atau hasil yang diperoleh dengan harapan, maka akan semakin tinggi kepuasan yang akan didapat.

Secara umum kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Jika yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan dikatakan puas (satisfaction). Jika yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan bisa dikatakan tidak puas (disstisfaction).[34] Menurut Schiffman dan Kanuk kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.

---

[33] Kuat Ismanto, Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm 35.

[34] Taufiq Amir, Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan, (Jakartya: Raja Grafindo, 2005), hlm 13.

Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standart syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

C. Produk pendanaan

1. Pengertian produk penghimpunan dana

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Penghimpunan ialah "proses, cara, perbuatan menghimpun". Sedangkan dana ialah "uang yang disediakan untuk suatu keperluan; biaya". Dana adalah uang tunai dan/atau aktiva lainnya yang segera dapat diuangkan dan yang tersedia atau disisihkan untuk maksud tertentu. Semakin besar dapat menghimpun dana dana dari masyarakat, akan semakin besar kemungkinan dapat memberikan kredit dan berarti semakin besar lembaga memperoleh pendapatan, sebaliknya semakin kecil dana yang dihimpun semakin kecil pula kredit yang diberikan, maka semakin kecil pula pendapatan.[35]

Sedangkan penghimpunan dana adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha dalam menghimpun dan menerima dana dari nasabah oleh bank

[35] Frianto Pandia, Manajemen Dana dan Kesehatan Bank, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 1

syariah berupa tabungan, deposito dan pembiayaan yang diterima serta dana sosial berupa zakat, infaq, shadaqah, waqaf dan hibah.[36]

Penghimpunan dana adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito surat berharga lainnya. Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota atau koperasi lain dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka.[37]

Produk penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yan dilakukan bank atau lembaga keuangan nonbank untuk mencari dana kepada pihak deposan atau Masyarakat yang nantinya akan disalurkan Kembali kepada Masyarakat dalam bentuk pembiayaan.

Prinsip yang digunakan ada dua bergantung dari jenis banknya yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah dengan prinsip konvensional dan dengan prinsip syariah. Dalam Bank konvensional kepentingan pemilik dana (deposan) adalah memperoleh imbalan berupa bunga simpanan yang tinggi. Sedangkan kepentingan pemegang saham adalah diantaranya memperoleh spread yang optimal antara suku bunga simpanan dan suku bungan pinjaman. Di lain pihak kepentingan pemakai dana (debitor) adalah memperoleh tingkat bunga yang rendah. Dengan demikian terhadap tiga kepentingan dari tiga pihak tersebut

[36] neng hilmi Fitriani, "STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA TABUNGAN MUDHARABAH PADA BMT AL-MA'ARIF WAY KANAN," *FALAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 792 (2022): 54.

[37] Fitri Nurhatati dan Ika Saniyati Rahmaniyah, Koperasi Syariah, (Surakarta: PT. Era Intermedia, 2008), hlm. 16

terjadi antagonisme yang sulit diharmoniskan. Dalam hal ini bank konvensional berfungsi sebagai lembaga perantara saja. Tujuan dari kegiatan penghimpunan dana adalah untuk memperbesar modal, memperbesar asset dan memperbesar kegiatan pembiayaan sehingga nantinya dapat mendukung fungsi bank sebagai lembaga intermediasi.

Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana kepada Masyarakat adalah prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

a. Akad Wadiah

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain yang harus dijaga dan dikembalikan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Akad wadiah ini diterapkan dalam produk bank syariah berbentuk rekening giro dan ada juga yang berbentuk tabungan. Dalam akad wadiah bank bertindak sebagai penerima titipan sedangkan nasabah bertindak sebagai penitip dana. Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana akad wadiah menjadi hak milik atau ditanggung bank. Akad wadiah dibagi menjadi dua, yaitu wadiah yad dhamanah dan wadiah yad amanah. Wadiah yad dhamanah adalah titipan dimana penerima boleh memanfaatkn barang yang dtitipkan selama belum dikembalikan kepada pihak yang menitipkan dana. Sedangkan wadiah yad amanah adalah titipan dimana penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan sampai barang tersebut dikembalikan.

b. Akad Mudharabah

Akad mudharabah disebut juga dengan akad muqaradah merupakan akad kerjasama antara pemilik dana (shohibul mal) yang menyerahkan modalnya kepada pengelola dana (mudharib) dengan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan sedangkan kerugian ditanggung oleh shohibul mal selaku pemilik dana. Dalam produk penghimpunan dana bank syariah, bank bertindak sebagai pengelola dana (mudharib) sedangkan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shohibul mal). Akadmudharabah digunakan dalam produk tabungan dan deposito syariah. Akad mudharabah dibagi menjadi dua, yaitu akadmudharabah muthlaqah dan akad mudharabah muqayyadah (Pauji, Nawawi, Hakiem, 2015): Mudhabah Muthlaqah, yaitu akad kerjasama antara shohibul mal dan mudharib yang tidak dibatasi dengan spesifik mengenai dana tesebut disalurkan untuk usaha, tempat dan waktu tertentu.[38]

2. Produk pendanaan

Dalam menghimpun dana dari masyarakat, bank syariah menawarkan berbagai macam kemudahan dan jenis simpanan yang dapat dipilih oleh nasabah. Masyarakat dapat menyimpan uangnya dalam bentuk Giro, Tabungan, ataupun Deposito.[39]

a. Tabungan syariah

[38] Yuliyanti M Manan and Karima Nur Azizah, "Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Tabungan Rinjani Ib Bsr Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Kantor Kas Lawang," *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 1, no. 2 (2021): 155, https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.999.

[39] Adiwarman Karim, Bank Islam : analisa fiqh dan keuangan, (Jakarta:Gema Insani Press, 2001), hlm.107

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat pembayaran lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.[40]

Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan penabung. Dalam hal sarana atau alat penarikan juga tergantung degan perjanjian antara keduanya yaitu bank dan penabung.[41] Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Tabungan adalah dana yang disimpan kemudian untuk penarikannya dapat dilakukan kapan pun tanpa adanya jangka waktu tertentu dengan menggunakan buku tubungan/rekening.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSNMUI/IV/2000 telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah. Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan

[40] Abdul Ghafur Anshari, Perbankan Syariah di Indonesia, (Jogjakarta:UGM Press, 2007), hlm.87

[41] Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Perdana Media Grop, 2013), hlm.74

setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadiah, Bank Syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.

Tabungan Mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Mudharabah terdiri dari mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah, yang perbedaan utama di antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya.[42]

Bagi hasil mudharabah dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu bagi laba (*profit sharing*) atau bagi pendapatan (revenue sharing). Metode bagi laba (profit

[42] Adimarwan, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), hlm.297-299

sharing) dihitung dari total pendapatan setelah dikurangi seluruh biaya operasional. Metode bagi pendapatan (revenue sharing) dihitung dari total pendapatan mudharabah yang diterima oleh bank.

b. Deposito

Deposito adalah dana yang disimpan di bank yang penarikannya tidak dapat dilakukan setiap saat, ada jangka waktu dalam setiap penarikannya yang dilakukan berdasarkan perjanjian antara nasabah dan bank.[43] Deposito menurut UU No. 21 Tahun 2008, adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan kesepakatan antara nasabah pemyimpan dan bank syariah atau unit usaha syariah (UUS).[44]

Deposito yang dibenarkan dalam syariah adalah deposito berdasarkan prinsip mudharabah. Prinsip Mudharabah merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pemilik

[43] Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm.38

[44] Ikit, Manajemen Dana Bank Syariah, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm.219

dana selama kerugian itu bukan unsur kesengajaan atau kelalaian pengelola.

Deposito Mudharabah merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan antara bank dan nasabah investor. Deposito mudah diprediksi ketersedian dananya karena terdapat jangka waktu dalam penempatannya, sifat deposito yaitu penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktunya, sehingga pada umumnya balas jasa yang berupa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank untuk deposito lebih tinggi disbanding tabungan mudharabah. Mudharabah Mutlaqah, pemilik dana tidak memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank syariah dalam mengelola investasinya, bank syariah mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan. Penarikannya hanya dapat dilakukan pada \waktu tertentu maksudnya adalah jika nasabah menyimpan uangnya dalam deposito berjangka untuk jangka waktu tiga bulan, uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir dan sering disebut tanggal jatuh tempo. Dan apabila dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo maka

di deposan akan dikenakan denda (penalty rate) yang besarnya tergantung dari bank yang bersangkutan.[45]

c. Giro

Giro Adalah simpanan yang penarikannya menggunakan cek/bilyrt giro dan waktu penarrikannnya dapat dilakukan setiap saat dengan pemindahbukuan.[46] Besarnya jasa giro tergantung dari bank yang bersangkutan. Rekening giro biasa digunakan oleh para usahawan, baik untuk perorangan maupun perusahaannya. Bagi bank jasa giro merupakan dana murah karena dana yang diberikan kepada nasabah relatif lebih rendah dari bunga simpanan lainnya.

Giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.

Giro wadiah adalah simpanan atau titipan masyarakat pada bank syariah yang penarikannya hanya apat dilakukan setiap saat. Dalam transaksi giro wadiah dimana nasabah bertindak sebagai penitip dana dan bank bertindak sebagai penerima dana titipan. Bank wajib menjaga dana titipan dan bertanggung jawab atas pengembalinnya bila sewaktu-waktu ditarik oleh nasabah

[45] Kasmir, Manajemen Perbankan, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm.70

[46] Muhammad Nafik Hadi Ryandono dkk, *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah dan Praktek* (Yogyakarta : UAD Press), 2018. hlm.45-47

pemilik dana titipan. Keuntungan atas pengelolaan dana titipan tersebut menjadi milik bank. Bank diperbolehkan memberikan bonus kepada nasabah pemilik dana dengan tidak diperjanjikan diawal akad. Dalam aplikasinya, ada giro wadiah yang memberikan bonus dan ada giro wadiah yang tidak memberikan bonus. Pada kasus pertama, giro wadiah memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro ini untuk tujuan produktif dan menghasilkan keuntungan sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah. Pada kasus kedua, giro wadiah tidak memberikan bonus karena bank hanya menggunakan dana simpanan giro ini untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan riil. Bank tidak menggunakan dana ini untuk tujuan produktif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro wadiah adalah kepercayaan yaitu dana yang dititipkan kepada bank dimaksudkan untuk diproteksi dan diamankan, tidak untuk diusahakan.[47]

Fitur dan mekanisme dari kedua akad wadiah dan akad mudharabah antara lain:

1) Giro atas dasar akad wadiah

- Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana.

[47] Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, (Jakarta: Grafindo Persada, 2017), hlm.114

- Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.
- Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain cek/bilyet giro, biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.
- Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah.
- Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah.

2) Giro atas dasar akad mudharabah

- Bank bertindak sebagai pengelola dana (mudharib) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shahibul mal).
- Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
- Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain cek/bilyet giro, biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.
- Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah.

D. Kajian Terdahulu

Adapun beberapa kajian terdahulu yang menjadi rujukan peneliti dalam memebahas dan menelaah penelitian ini adalah diantaranya :

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	Rizal Kurniawan (2023) "implementasi segmentasi demografis dan geografis produk pembiayaan mikro pada PT. Bank Syariah Indonesia A. Yani kantor Cabang Pembantu Bondowoso"	Berdasarkan demografik, focus yang digunakan paling luas oleh BSI A. Yani KCP Bodowoso adlah usia, jenis kelamin, agama, besar kecilnya keluarga, penghasilan, pekerjaan, Pendidikan, kelas sosial, agunan, besar pasaran agunan tersebut. Faktor pendukung kegiatan implementasi segmentasi produk pembiayaan mikro	Persamaan : Kedua penelitiaan ini sama-sama membahas tentang geografis dan metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode kualitatif. Perbedaan : Saudara rizal membahas segmentasi demografis dan geografis produk pembiayaan, sedangkan penulis hanya membahas

		antara lain reward untuk karyawan.	geografis dan membahas produk pendanaan.
2.	Dewi Aisyah Fiktorul Firdaus (2019) "Analisis faktor geografi dan dampaknya pada market share dana pihak ketiga (DPK) di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo"	Dari identifikasi faktor geografi untuk melihat peluang *market share* dana pihak ketiga menghasilkan pembagian lapisan Masyarakat berdasarkan wilayah dan pekerjaannya, adanya daya tarik produk yang ditawarkan dengan strategi memasuki salah satu daerah yang belum ada nasabah BMT agar masyarakat lain ikut berminat untuk menjadi anggota, dan keterbatasan	Persamaan : keduanya membahas mengenai analisis faktor geografis dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan kedua penelitian ini adalah saudari dewi membahas mengenai market share DPK sementara penulis membahas tentang jumlah nasabah produk pendanaan. Kemudian lokasi penelitian yang dilakukan berbeda.

		komunikasi merupakan jembatan untuk melakukan pendekatan pada nasabah serta kerjasama yang baik dalam melakukan operasional merupakan kunci sukses suatu Perusahaan. Dampak dari identifikasi faktor geografi terhadap *market share* dana pihak ketiga dimana memudahkan dalam pemetaan nasabah dan berdasrkan data peningkatan jumlah nasabah penabung dengan rata-rata mencapai 67% pertahun, dan peningkatan DPK	

		sebesar 150% pertahun. Peningkatan jumlah nasabah penabung dan penabung tertinggi pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp1.300.544.805,- atau meningkat 314% dari tahun sebelumnya. Dan juga dari penguasaan pasar selama tiga tahun berdiri dari jumlah penduduk berdasarkan demografi dengan jumlah 60880 penduduk pada tahun 2018 BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih memiliki nasabah sebanyak 1145 dengan persentase 2%.	

3.	TRI NURBAITI (2020) "DAMPAK LAYANAN JASA MOBILE BANKING TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)"	Kemudahan penggunaan mobile banking memiliki dampak yang baik terkait dengan peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam. Dengan kecanggihan aplikasi pada Bank muamalat semakin menambah loyalitas nasabah dan dengan begitu akan memberikan dampak yang baik sehingga banyak calon nasabah yang beralih pada Bank Muamalat karena begitu banyak manfaat dan kemudahan yang diberikan dalam layanan mobile	Persamaan : Kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai jumlah nasabah dengan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Kemudian kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai dampak. Perbedaan : Saudari tri nurbaiti membahas tentang layanan jasa mobile banking sementara penulis membahas tentang faktor geografis.

		banking ini. Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi financial secara real time. Menggunakan mobile banking menghemat waktu para penggunanya tanpa harus membuang-buang waktunya untuk antri di kantor-kantor cabang terdekat atau ke counter ATM untuk melakukan transaksi, sehingga dengan menggunakan mobile banking nasabah merasa aman dan	

		nyaman sehingga tidak ragu untuk menggunakan layanan mobile banking. Cara yang digunakan oleh Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam untuk memasarkan layanan mobile banking dengan cara menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaan rekening. Selain menawarkan secara langsung pihak bank menawarkan aplikasi mobile banking dengan menghubungi nasabahnya.	
4.	Dien Prima Mustani (2017)	Hasil penelitian yang dapat disimpulkan	Persamaan:

	"Strategi penanganan pembiayaan Al-Qard bermasalah pada Masyarakat petani oleh BMT Agam Madani Kecamatan Palupuh"	yaitu penanganan pembiayaan al-qard bermasalah pada Masyarakat petani oleh BMT tidak berjaan sesuai harapan, hal ini disebabkan oleh pemberian pembiayaan yang tidak memiliki jaminan untuk pembiayaan dibawah Rp2.500.000 pembiayaan Al-qard bermasalah adalah nasabah tidak mampu bayar angsuran dikarenakan hasil tani yang menurun menyebabkan tidak adanya pendapatan dan ada nasabah yang mampu bayar tapi	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif dan salah satu tempat penelitian yang sama yaitu BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang. Perbedaanya saudari Dien membahas tentang pembiayaan bermasalah sementara penulis membahas tentang faktor geografis dan produk pedanaan.

		tidak memiliki keinginan untuk membayar. Untuk mengatasi pembiayaan bermasalah BMT melakukan 3 strategi penyelamatan yaitu strategi administrasi, strategi revitalisasi melalui R3 (*restructuring, rescheduling, reconditioning*) dan strategi komunikasi masal. Namun strategi yang telah dilakukan oleh BMT Agam Madani Kecamatan Palupuh belum efektif dan perlu adanya pembinaan kaakter	

		Masyarakat lebih jauh lagi.	
5.	Reza Sri Rahayu (2020) "strategi pemasaran dalam Upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada Bank Syariah Mandiri"	Penerapan unsur strategi pemasaran sangat membantu dalam menentukan sasaran pasar agar dapat menjangkau nasabah ideal dari berbagai golongan Masyarakat. Kendala yang dihadapi daalm memasarkan produk tabungan BSM pada BSM (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh Yaitu adanya persaingan produk, kurangnya promosi yang mengakibatkan minimnya pengetahuan nasabah	Persamaan : Kedua penelitian sama-sama membahas mengenai jumlah nasbah serta metode penelitian yang sama yaitu metode kualitatif. Perbedaan : Saudari Reza membahas tentang strategi pemasaran sementara penulis membahas tentang faktor geografis dan dampaknya pada jumlah nasabah produk pendanaan.

		tentang tabungan BSM.	
6.	Eni Susilowati (2015) "Analisis faktor-faktor geografis yang mempengaruhi tingkat pendapatan industry kecil pengrajin genteng di desa karangan Kecamatan Karanganom Kabupaten Klaten Tahun 2015"	Tingginya tingkat pendapatan yang dialami oleh para pengrajin genteng di Desa Karangan tergolong stabil dari waktu ke waktu dan tidak pernah mengalami kenaikan. Kestabilan tingkat pendapatan tersebut merupakan salah satu bukti rendahnya tingkat kesejahteraan para pengrajin genteng penelitian. Besarnya pendapatan rata - rata pengusaha genteng di Desa Karangan adalah 600.000-650.000. Jika	Persamaan : Kedua penelitian sama-sama membahas tentang analisis faktor geografis. Perbedaannya yaitu saudari Eni membahas tentang pengaruh faktor geografis pada tingkat pendapatan industry pengrajin genteng, sedangkan penulis membahas tentang pengaruh faktor geografis terhadap jumlah nasabah produk pendanaan.

		dilihat dari segi pendapatannya maka pengusaha genteng berada dibawah garis kemiskinan (minimal). Faktor geografis yang memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan industri genteng dan keberlangsungan industri genteng yaitu faktor bahan baku dan faktor iklim. Kedua faktor ini mempunyai porsi pengaruh yang berbeda. Faktor bahan baku berkaitan dengan kualitas genteng yang dihasilkan oleh para pengrajin serta keberlangsungan produksi genteng	

		apabila ketersediaan bahan baku dari sumber semakin berkurang, sedangkan faktor iklim (curah hujan) berkaitan dengan keberlangsungan proses produksi genteng. Semakin tinggi curah hujan didaerah penelitian maka proses produksi genteng semakin menurun. Faktor geografis yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat pendapatan pengrajin genteng adalah faktor iklim yang berkaitan dengan curah hujan didaerah penelitian. Hal ini disebabkan	

		karena tinggi rendahnya curah hujan didaerah penelitian merupakan faktor utama dalam keberlangsungan proses produksi genteng. Tinggi rendahnya curah hujan juga mempengaruhi harga jual dari genteng yang diproduksi. Dengan demikian, semakin tinggi curah hujan didaerah penelitian maka semakin menurun produksi gentengnya dan semakin menurun juga harga jual genteng dipasaran serta secara otomatis tingkat pendapatan para	

		pengrajin juga semakin menurun.	

Jadi persamaan dari penelitian-penelitian lain dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pembahasan tentang geografis, faktor geografis, salah satu variabel dan metode penelitian yang digunakan sama yaitu metode penelitian kualitatif, kemudian ada satu penelitian yang tempat penelitiannya sama dengan penulis.

Sedangkan untuk perbedaan pada penelitian pertama Saudara rizal membahas segmentasi demografis dan geografis produk pembiayaan, sedangkan penulis hanya membahas geografis dan membahas produk pendanaan. Untuk penelitian kedua saudari dewi membahas mengenai market share DPK sementara penulis membahas tentang jumlah nasabah produk pendanaan. Kemudian lokasi penelitian yang dilakukan berbeda. Penelitian ketiga Saudari tri nurbaiti membahas tentang layanan jasa mobile banking sementara penulis membahas tentang faktor geografis. Penelitian keempat, saudari Dien membahas tentang pembiayaan bermasalah sementara penulis membahas tentang faktor geografis dan produk pedanaan.pada penelitian kelima, Saudari Reza membahas tentang strategi pemasaran sementara penulis membahas tentang faktor geografis dan dampaknya pada jumlah nasabah produk pendanaan. Dan pada penelitian keenam, yaitu saudari Eni membahas tentang pengaruh faktor geografis pada tingkat pendapatan industry pengrajin genteng,

sedangkan penulis membahas tentang pengaruh faktor geografis terhadap jumlah nasabah produk pendanaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitain yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research)* yaitu penelitian yang bersifat kualitatif yang menggambarkan tentang situasi yang diamati oleh peneliti, yang terjadi ditengah-tengah kehidupan masyarakat ataupun lembaga keuangan mengenai aktifitas apa dan dimana (berlansung ditempat). Pada prinsipnya penelitian lapangan ini bertujuan untuk memecahkan masalah dalam Masyarakat ataupun lembaga keuangan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi objek penelitian oleh peneliti adalah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang kecamatan Palupuh kabupaten Agam. Untuk waktu penelitian akan dilakukan dari mulai tanggal 18 Oktober 2023 sampai dengan skripsi ini dimunaqasahkan.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah dari mana data itu diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh lansung dari sumber aslinya dan juga lansung dari narasumber tanpa perantara. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara yang dilakukan

kepada pihak BMT. Data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian dan hasil pengujian.[48] Data primer dianggap lebih akuran, karena data ini disajikan secara terperinci.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang telah tersedia dan telah diterbitkan oleh suatu lembaga. Data sekunder dapat berasal dari artikel-artikel Koran, majalah, buku, jurnal-jurnal ilmiah. Selain itu data sekunder juga dapat berasal dari bulatan statistik laporan, arsip perusahaan, publikasi pemerintah, informasi baik yang dipublikasikan maupun yang tidak, analisis yang dibuat oleh para ahli, hasil survei terdahulu, database yang ada di periode terdahulu, catatan-catatan publik yang berasal dari peristiwa resmi dan catatan perpustakaan.

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak lansung dari objek penelitian yang bersifat public. Dengan kata lain, informasi diperoleh dari pihak lain atau melalui perantara, tidak secara lansung. Data dapat diperoleh dari studi kepustakaan berupa data dan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti mengambil data dari *research* perpustakaan dan website.

[48] Suharsimi Arikunto. *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.* Jakarta : Rineka Cipta. 2010. hlm.172

D. Metode pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan berbagai macam data adalah:

a. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan diaman seorang peneliti lansung mengadakan pengamatan ke lokasi penelitian. Menurut Morris (1973: 906) mendefinisikan observasi sebagai aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrument-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa observasi merupakan kumpulan kesan tentang dunia sekitar berdasarkan semua kemampuan daya tangkap pancaindera manusia.[49] Observasi pada penelitian ini adalah melakukan pengamatan pada BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses pengambilan data untuk kebutuhan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antar pewawancara dengan responden agar wawancara terarah dalam wawancara digunakan alat yang dikenal dengan *interview guide* atau panduan wawancara. sukses tidaknya suatu wawancara tergantung pada proses interaksi yang terjadi.[50] Wawancara adalah

---

[49] Hasyim Hasanah, "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 26, https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163.

[50]Prof. Herry dan Jon Kenedi,SE.,MM. *Pengantar Metodologi penelitian untuk Bisnis dan Manajemen*, Bandung : CV Oman Publishing. 2021. hlm.152

metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara lansung, mendalam, tidak terstruktur dan individual. Wawancara dilakukan dengan subjek penelitian menggunakan cara bebas dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan tidak terstruktur pada BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang kecamatan Palupuh Kabupaten Agam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Teknik yang digunakan untuk membuktikan data yang didapatkan dari narasumber dan hasil wawancara adalah data yang benar. Dengan memberikan bukti berupa catatan hasil wawancara dengan karyawan BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam.

E. Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. pada satuan cara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban dirasa kurang memuaskan, maka peneliti akan

melanjutkan pertanyaan lagi Hingga tahap tertentu dan diperoleh data yang dianggap Kredibel. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas komponen interaktif itu adalah

a. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Reduksi data meliputi: (1) meringkas data, (2) mengkode, (3) menelusur tema, (4) membuat gugus-gugus. Caranya: seleksi ketat atas data, ringkasan atau uraian singkat, dan menggolongkannya ke dalam pola yang lebih luas.

b. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa

yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.

c. Penarikan kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terusmenerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi selama penelitian berlangsung, dengan cara: (1) memikir ulang selama penulisan, (2) tinjauan ulang catatan lapangan, (3) tinjauan kembali dan tukar pikiran antarteman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, (4) upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.[51]

[51] Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 91–94, https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah satu satu BMT Agam Madani Kecamatan Palupuah. BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang berdiri pada 23 Januari 2008. BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang didirikan oleh 32 orang pendiri yang telah dapat melaksankan tugasnya dalam menunjang perekonomian Masyarakat kecil di kenagarian koto rantang.

BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang memperoleh modal awal dari pemerintahan Kabupaten Agam sebesar Rp. 300.000.000,- dan dana dari pendiri sebesar Rp. 16.000.000,-[52]

1. Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang

BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang beralamat di Jalan raya Bukittinggi Medan Km 11 Jorong Batang palupuah Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh.

2. Wilayah kerja

Wilayah kerja BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang meliputi daerah 4 Jorong yaitu Jorong Batang palupuah, Jorong sitingkai, Jorong Muaro, dan Jorong Mudiak Palupuah.

[52] Wawancara dengan ibu Nelvia Dewi. Manajer BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang. 18 oktober 2023.

3. Visi dan Misi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang[53]

Adapun Visi dan Misi BMT agam Madani Nagari Koto Rantang adalah sebagai berikut

a. Visi

Penanggulangan kemiskinan dengan pendekatan pemberdayaan Masyarakat berbasis nagari melalui bantuan modal usaha.

b. Misi

1) Tumbuhnya Masyarakat yang berdaya
2) Menciptakan lapangan pekerjaan
3) Merubah perilaku kearah yang lebih baik
4) Mendorong akumulasi modal Masyarakat
5) Menguatkan kapasitas lembaga keuangan
6) Peningkatan pendapatan

4. Tujuan dan Prinsip Operasional BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang[54]

Dibentuknya BMT Agam Madani Nagari koto rantang didasarkan kepada manisvestasi Ibadah yang semata-mata mengharapkan ridho Allah SWT yang bertujuan untuk:

1) memecahkan bersama kebutuhan modal yang dihadapi masyarakat selaku pengusaha mikro atau kecil sebagai bagian dari perilaku ekonomi

[53] Dokumentasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh
[54] Dokumentasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh

2) membantu memecahkan kebutuhan dana mendesak yang seringkali dihadapi masyarakat
3) mengembangkan lembaga keuangan masyarakat yang dikelola oleh masyarakat sendiri secara sehat dan berkelanjutan
4) menumbuhkan minat menabung masyarakat
5) meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha di samping membuka kesempatan kerja dan meningkatkan penghasilan umat Islam

prinsip operasional atau cara kerja BMT Agam Madani Nagari koto rantang Kecamatan Palopo tidak jauh berbeda dengan prinsip yang digunakan oleh bank-bank Islam lainnya. diantaranya sistem bagi hasil yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemodal dengan pengelola dana dan pembagian dana usaha juga dilakukan antara BMT dengan nasabah.

5. Struktur organisasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang[55]

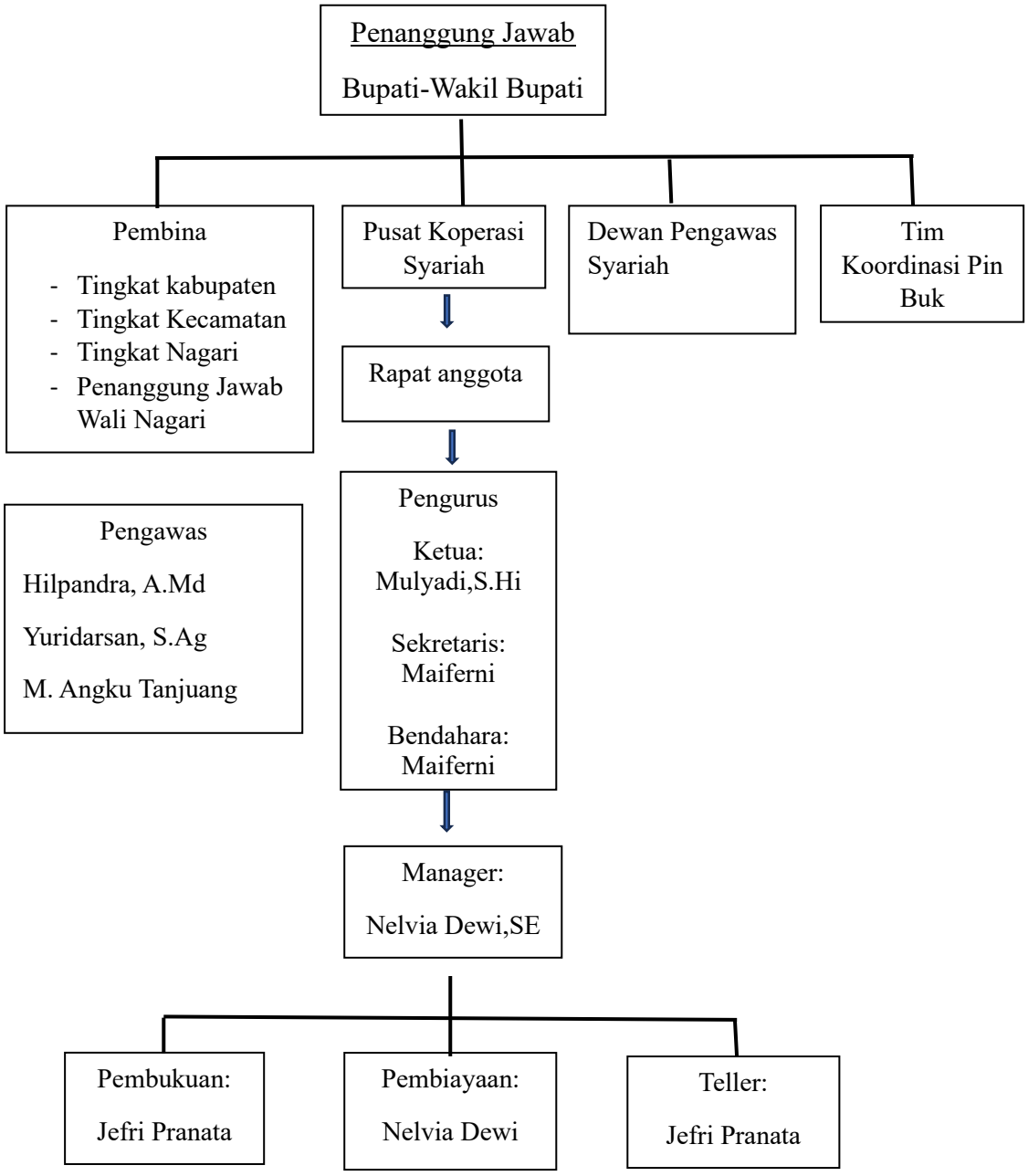
Untuk memudahkan prosedur kerja dan pembagian tugas dalam mencapai tujuan sebuah organisasi atau perusahaan yang saling bekerja sama dalam menjalankannya maka diperlukan suatu struktur organisasi yang akan disesuaikan dengan kebutuhan kerja. Istilah yang dipakai untuk forum tertinggi adalah Rapat anggota tahunan (RAT). Struktur organisasi dari pengelola bukan merupakan badan hukum.

[55] Dokumentasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh

Struktur organisasi BMT Yang paling sederhana harus terdiri dari badan pendiri pengawas anggota BMT dan badan pengelola titik badan pendiri adalah orang-orang yang mendirikan BMT dan mempunyai hak progresif yang seluas-luasnya dalam menentukan arah dan kebijakan organisasi BMT. Struktur organisasi BMT Agam Madani Nagari Koto rantang:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang



Sumber : BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang[56]

[56] Dokumen BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang

Uraian tugas (job Descripstion):

a. RAT (Rapat Anggota Tahunan)

   RAT adalah forum tertinggi dalam organisasi koperasi yang mempunyai ewenangan yang tidak diserahkan kepada pengurus maupun pengawas oleh UU ini atau anggaran dasar.

b. Pengawas

   Badan pengawas adalah sebuah badan yang bewenwenang dalam menetapkan kebijakan operasional BMT. Tugas-tugasnya :

   1) memilih badan pengelola, menelaah dan memeriksa pembukuan BMT
   2) mewakili RAT dalam melakukan pengawasan terhadap kinerja pengurus
   3) memberikan nasihat baik diminta ataupun tidak kepada pengurus demi kemajuan organisasi BMT

c. Pengurus

   Menerima mandat dari RAT, pemhurus berwenang untuk memastikan jalan tidaknya BMT dan membuat kebijakan umum serta melakukan pengawasan pelaksanaan kegiatan BMT sehingga semuanya diharapkan pada pelaksanaannya akan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

d. Manajer

   Bertanggung jawab atas perencanaan, koordinasi dan pengarahan dari semua aktivitas BMT guna mencapai sasaran

dan tujuan yang sudah ditetapkan. Bertanggung jawab menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan produk, pemasaran dan penerapan dari system manjemen, administrasi kepegawaian, keuangan dan akuntabilitas keuangan pada pengurus.

e. Pembiayaan

Melakukan kegiatan pelayanan kepada peminjaman serta melakukan pembinaan agar pembiayaan yang diberikan tidak macet.

f. Teller

Menerima/menghitung uang dan membuat bukti penerimaan, melakukan pembayaran sesuai dengan perintah manager, melayani dan membayar pengambilan tabungan, membuat buku kas harian, setiap akhir jam kerja menghitung uang yang ada dan meminta pemeriksaan dari manager.

g. Pembukuan

Mencatat seluruh pengeluaran dan pemasukan kegiatan harian yang terjadi di BMT, dan input data mengenai pemasukan dan pengeluaran kedalam computer.

6. Produk-produk BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang[57]

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tamara (tabungan Masyarakat Sejahtera)

Yaitu tabungan untuk seluruh Masyarakat umum.

[57] Dokumen BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang

Manfaatnya:

a) Memberikan rasa aman bagi nasabah karena dana dikelola dengan profesional dengan system syariah
b) Mendidik nasabah untuk rajin menabung

2) Tadika (tabungan Pendidikan anak)

Yaitu tabungan yang berfungsi untuk persiapan biaya Pendidikan untuk anak menjelang tahun ajaranbaru, yang jumlah setorannya dapat direncakan sesuai kebutuhan Pendidikan, pengelolaan dana dengan prinsip mudharabah.

Manfaatnya:

a) Memberikan rasa aman bagi nasbah karena dana dikelola dengan professional dengan sisitem syariah
b) Membantu nasabah dalam mempersiapkan dana Pendidikan untuk anak
c) Mendapatkan bagi hasil
d) Mendidik anak-anak untuk rajin menabung

3) Taduri (tabungan idul fitri)

Yaitu tabungan kolektif yang jumlah setoran dan saat penarikannya telah ditentukan, untuk mempersiapkan kebutuhan hari raya dengan mendapatkan bonus menarik disaat pengambilannya.

Manfaat:

a) Membantu nasabah dalam mempersiapkan kebutuhan dihari raya

b) Meringankan beban nasabah pada hari raya

4) Taqurban (tabungan qurban)

Yaitu tabungan untuk mewujudkan kebutuhan qurban pada idul adha, setoran dapat direncanakan sesuai dengan kebutuhan hewan qurban. Simpanan ini dapat dibagikan berupa hewan qurban atau uang dengan bonus biaya penyembelihan.

Manfaat:

a) Membantu para nasabah dalam mempersiapkan ibadah qurban dihari raya Idul Adha
b) Memeratakan kesejahteraan keseluruhan umat dengan ibadah qurban

5) Tahajjud (tabungan haji terwujud)

Yaitu tabugan untuk mempersiapkan ibadah haji yang jumlh setoran dan jangka waktu simpanannya dapat ditentukan sesuai rencana tahun keberangkatan.

Manfaatnya:

a) Memberikan rasa aman bagi nasabah karena dana dikelola dengan professional dengan system syariah
b) Menampung dana dari Masyarakat yang berniat naik haji dengan menabung sedikit demi sedikit.
c) Mewujudkan keinginan Masyarakat yang ingin naik haji

b. Produk pembiayaan

1) Pembiayaan *Mudharabah*

Dalam pembiayaan ini resikonya sangat tinggi karena harus dilakukan secara hati-hati dan dengan penelitian yang benar-benar matang. Hasil keuntungan akan dibagi Sesuai dengan kesepakatan bersama dalam bentuk nisbah tertentu dari keuntungan pembiayaan bagi hasil efektif didapat BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang setelah nasabah mendapatkan dana pembiayaan dan setelan nilai bahwa investasi tersebut telah menghasilkan keuntungan. Apabila pengelola mengalami kerugian BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang menanggung semua kerugian modal usaha.

Syarat-syaratnya :

a) Menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Koto rantang
b) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
c) Menyerahkan fotocopy KTP
d) Menyerahkan fotocopy kartu keluarga
e) Menyerahkan fotocopy surat nikah
f) Menyerahkan jaminan kalau pinjaman di atas Rp 2.500.000
g) Bersedia untuk disurvei

2) Pembiayaan *Bai Bitsaman ajil*

Pembiayaan untuk pembelian barang atau alat usaha pada pembiayaan ini terjadi kesepakatan bahwa anggota atau calon anggota bersedia membeli barang yang dibeli oleh BMT dengan harga jual berasal dari harga pokok ditambah margin keuntungan.

Syarat-syaratnya :

a) Menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Koto rantang
b) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
c) Menyerahkan fotocopy KTP
d) Menyerahkan fotocopy kartu keluarga
e) Menyerahkan fotocopy surat nikah
f) Menyerahkan jaminan kalau pinjaman di atas Rp 2.500.000
g) Bersedia untuk disurvei

3) Pembiayaan *Murabahah*

Dalam prakteknya BMT Agam Madani bertindak sebagai penjual tetapi dilakukan tidak secara langsung. BMT Agam Madani hanya menyediakan dana untuk pembelian barang modal dan keuntungan yang telah disepakati. BMT Agam Madani mendapat keuntungan dari harga barang yang dinaikkan

Syarat-syaratnya :

a) Menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Koto rantang
b) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
c) Menyerahkan fotocopy KTP
d) Menyerahkan fotocopy kartu keluarga
e) Menyerahkan fotocopy surat nikah
f) Menyerahkan jaminan kalau pinjaman di atas Rp 2.500.000
g) Bersedia untuk disurvei

4) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan modal investasi atau modal kerja yang mana pihak BMT menyediakan sebagian dari modal usaha keseluruhan pihak BMT dapat dilibatkan dalam proses manajemen titik pembagian keuntungan Berdasarkan kesepakatan sesuai proporsinya dalam bentuk nisbah apabila pengelola usaha mengalami kerugian masing-masing pihak menanggung kerugian sesuai kesepakatan perjanjian.

Syarat-syaratnya :

a) Menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Koto rantang
b) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
c) Menyerahkan fotocopy KTP

d) Menyerahkan fotocopy kartu keluarga
e) Menyerahkan fotocopy surat nikah
f) Menyerahkan jaminan kalau pinjaman di atas Rp 2.500.000
g) Bersedia untuk disurvei

5) Pembiayaan *Ijarah*

Adalah bentuk pembiayaan di mana BMT memberikan fasilitas pinjaman kepada anggota sebagai penyewa, dan memberi kepadanya kesempatan untuk mengambil kemanfaatan dari barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati Bersama. Pembiayaan yang diberikan pada nasabah untuk sewa barang yang diperlukan untuk pengembangan usahanya. Nasabah membayar harga pokok barang tersebut secara mengatur ditambah dengan margin keuntungan atau BMT dilakukan secara angsuran selama jangka waktu yang disepakati bersama.

Syarat-syaratnya :

a) Menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Koto rantang
b) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
c) Menyerahkan fotocopy KTP
d) Menyerahkan fotocopy kartu keluarga

e) Menyerahkan fotocopy surat nikah
f) Menyerahkan jaminan kalau pinjaman di atas Rp 2.500.000
g) Bersedia untuk disurvei

6) Pembiayaan *Qardh*

Akad peminjaman yang diberikan BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang kepada nasabah dengan ketentuan bahwa anggota wajib mengembalikan dana yang diterimanya kepada BMT pada waktu yang telah disepakati. Pinjaman jenis ini adalah produk pinjaman tanpa pengenaan bagi hasil atau margin sama sekali. Sumber pendanaan yang digunakan untuk memberikan pinjaman ini berasal dari BMT.

Syarat-syaratnya :

a) Menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Koto rantang
b) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
c) Menyerahkan fotocopy KTP
d) Menyerahkan fotocopy kartu keluarga
e) Menyerahkan fotocopy surat nikah
f) Menyerahkan jaminan kalau pinjaman di atas Rp 2.500.000
g) Bersedia untuk disurvei

Selain produk yang disebutkan diatas, BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang mempeunyai layanan yang bertujuan untuk lebih mempermudah nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang yaitu pembayaran listrik dan pembelian pulsa listrik.[58]

B. Hasil Pembahasan

BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah lembaga keuangan mikro yang terletak di Jorong Batang Palupuh, Nagari Koto Rantang, kecamatan Palupuh Kabupaten Agam. Nagari Koto Rantang memiliki 4 Jorong yaitu Jorong Batang Palupuh, Jorong sitingkai, Jorong Muaro, dan Jorong Mudiak Palupuh. Empat (4) jorong inilah yang menjadi nasabah pada BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang.

Jumlah nasabah produk pendanaan pada BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Perkembangan jumlah nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022

No	Tahun	Jumlah nasabah	Persentase kenaikan jumlah nasabah
1.	2018	928	-
2.	2019	928	-
3.	2020	947	2,05 %

[58] Dokumen BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang

4.	2021	950	0,32 %
5.	2022	963	1,37 %

Sumber : Data dari BMT Agam Madani Nagari koto Rantang

Dilihat dari tabel 4.1 perkembangan jumlah nasabah pada tahun 2019 tidak mengalami peningkatan (tetap). Untuk tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 2,05 %, namun pada tahun 2021 kenaikan jumlah nasabah mengalami penurunan secara persentase yakni hanya sebesar 0,32 % disbanding tahun sebelumnya, dan pada tahun 2022 jumlah nasabah Kembali mengalami kenaikan sebesar 1,37% disbanding tahun 2021.

Jumlah nasabah pada tahun 2022 yang tersebar di 4 (empat) jorong di Nagari Koto Rantang adalah 963 orang, dengan perincian sebagai berikut:

1. Jorong Batang Palupuh : 385 Orang
2. Jorong sitingkai : 310 Orang
3. Jorong Muaro : 160 Orang
4. Jorong Mudiak Palupuh : 108 Orang

Tabel 4.2 perkembangan nilai tabungan nasabah BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tahun 2018-2022

No	Tahun	Nilai tabungan Nasabah	Persentase kenaikan nilai tabungan nasabah
1.	2018	200.315.000	-
2.	2019	195.200.000	(2,55 %)
3.	2020	192.325.000	(1,47 %)
4.	2021	202.500.000	5,29 %

5.	2022	210.250.000	3,83 %

Sumber : Data dari BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang.

Berdasarkan data pada tabel diatas nilai tabungan nasabah dapat dikatakan mengalami fluktuasi, yakni pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan masing-masing sebesar 2,55 % dan 1,47 %. Namun pada tahun 2021 dan 2022 terjadi kenaikan nilai tabungan masing-masing sebesar 5,29 % dan 3,83 % dengan nominal jumlah tabungan nasabah keseluruhan adalah Rp. 202.500.000- pada tahun 2021 dan Rp. 210.250.000 pada tahun 2022.

Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang berada di Jorong Batang palupuh yang mana jorong tersebut adalah jorong pertama yang ada di Nagari Sungai Rantang yang letaknya berada pada jalan Bukittinggi-Medan Km 12. Hal ini berarti lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang tidak berada di Tengah Nagari Koto Rantang. Berdasarkan wawancara dengan Manajer BMT Agam Madani ibuk Nelvia Dewi alasan didirikannya BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang di jorong Batang palupuh adalah[59]

"Alasan didirikannya BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang di Jorong Batang Palupuh ini adalah karena dahulunya pada awal pendirian BMT tahun 2008 lokasi kantor wali nagari berada di batang palupuh ini, jadi agar dekat dengan kantor wali nagari makanya BMT itu berlokasi atau didirikan di Batang palupuh"

[59] Wawancara dengan ibu Nelvia Dewi, Manajer BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang, 09 Desember 2023

Gambar 4.2 Peta wilayah Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh



Lokasi BMT yang berada di jorong Batang palupuh ini memiliki lokasi yang jauh dengan jorong lainnya, jarak lokasi BMT dengan jorong lainnya yaitu:

1. Jarak BMT dengan Jorong sitingkai adalah ± 2 Km
2. Jarak BMT dengan Jorong Muaro adalah ± 4 Km
3. Jarak BMT dengan Jorong Mudiak Palupuh adalah ± 7 Km

Dalam hal ini faktor geografis (lokasi) sangat berpengaruh pada jumlah nasabah, yaitu dimana lokasi BMT yang kurang strategis sehingga menyebabkan nasabah yang lokasinya jauh dari BMT enggan untuk menggunakan produk pendanaan yang disediakan oleh BMT.

Untuk mencari lokasi yang strategi kita dapat menggunakan Metode Center Of Gravity Approach.

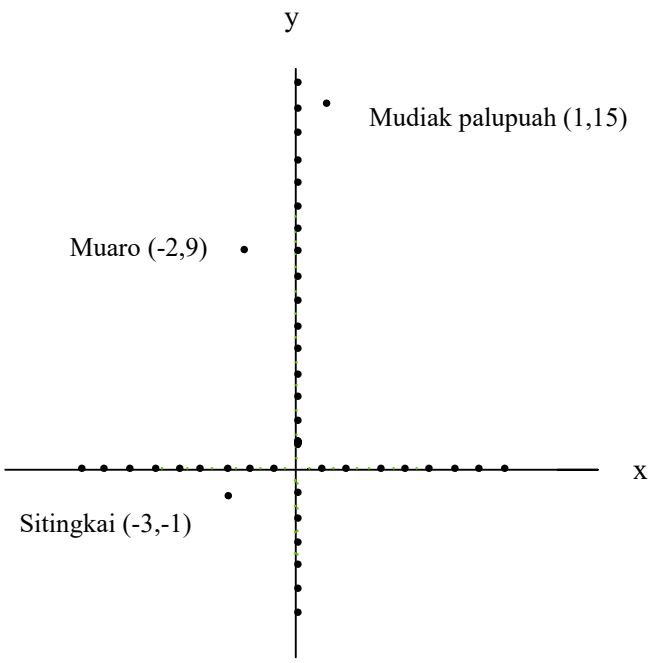
Langkah-langkahnya :

1. Menentukan pusat gravitasi

Pusat gravitasi (0,0) yang kita gunakan adalah lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang saat ini.

2. Menggambarkan koordinat pusat gravitasi pada peta

   Menggambarkan titik koordinat pada peta, yaitu di peroleh



3. Menghitung posisi yang paling sesuai dengan rumus COGA

   Minimum F (x,y) = $\sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} w_j \; D_i$

   Dimana

   Di = $\sqrt{(x-a)^2} + (y-b)^2$

   m = banyaknya altenatif lokasi yang akan dipilih

   n = banyaknya daerah pemasaran

   wj = banyak warga

   (xi ; yi) = koordinat alternatif lokasi

   (Ai ; Bi) = koordinat lokasi pemasaran

Berdasarkan kondisi nagari Koto Rantang, terdapat terdapat 4 jorong yaitu Jorong Batang Palupuh, Jorong sitingkai, Jorong Muaro, dan Jorong Mudiak palupuh. Maka alternatif lokasi yang dipilih adalah :

Jorong sitingkai = (-3,-1)

Jorong Muaro = (-2,9)

Jorong Mudiak Palupuh = (1,15)

Untuk daerah pemasaran produk BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang:

Jorong Batang Palupuh = (-2,4)

Jorong Sitingkai = (-3,-1)

Jorong Muaro = (3,11)

Jorong Mudiak Palupuh = (-1,19)

Jumlah warga atau Masyarakat perjorong :

Jorong Batang Palupuh = 740

Jorong Sitingkai = 464

Jorong Muaro = 889

Jorong Mudiak Palupuh = 814

Maka diperoleh :

Jorong sitingkai (-3,-1)

Daerah pemasaran (titik koordinat)	**jarak**	**Jumlah warga**	**Jarak x jumlah warga**
Batang palupuh (-2,4)	7,1	740	5.254
Sitingkai (-3,-1)	0	464	0

Muaro (3,11)	13,42	889	11.930,38
Mudiak palupuh (-1,19)	20,1	814	16.361,4
Jumlah			**33.545,78**

Jorong Muaro (-2,9)

Daerah pemasaran (titik koordinat)	**jarak**	**Jumlah warga**	**Jarak x jumlah warga**
Batang palupuh (-2,4)	5	740	3.700
Sitingkai (-3,-1)	10,05	464	4.663,2
Muaro (3,11)	5,38	889	4.379,32
Mudiak palupuh (-1,19)	10,05	814	8.180,7
Jumlah			**20.923,22**

Jorong Mudiak palupuh (1,15)

Daerah pemasaran (titik koordinat)	**jarak**	**Jumlah warga**	**Jarak x jumlah warga**
Batang palupuh (-2,4)	11,4	740	8.436
Sitingkai (-3,-1)	16,5	464	7.656
Muaro (3,11)	4,5	889	4.000,5
Mudiak palupuh (-1,19)	4,5	814	3.663
Jumlah			**23.755,5**

Berdasarkan hasil pencarian diatas maka diperoleh hasil dari ke 3 lokasi ini yang paling minimum adalah jorong Muaro. Maka letak BMT yang lebih strategis adalah berada di Jorong Muaro, sebab di jorong muaro fungsi minimum didapatkan.

Pada pihak BMT, keluhan yang mereka terima adalah karena jarak BMT yang jauh, dan transportasi yang ada di sana hanya Angkutan Umum dan Kendaraan Lintas. Meskipun sarana dan prasrana BMT memadai namun karena jarak ini Masyarakat juga enggan menabung disana.[60]

Keterangan dari salah satu narasumber yaitu ibuk Eva Nurleli (bukan nasabah) usia 43 tahun yang berprofesi sebagai pedagang warga Jorong Mudiak palupuah :

"saya tidak menjadi nasabah BMT karena jaraknya yang jauh dengan rumah saya, membutuhkan waktu ½ jam untuk saya ke BMT tersebut. Selain itu transportasi umum disini tidak selalu ada setiap saat dan ada biaya tambahan yang akan saya keluarkan untuk pergi menabung. Bagi saya jarak itu penting dan berpengaruh, jika seandainya lokasinya dekat mau saja saya untuk menjadi nasabah di BMT tersebut."

Hal yang sama juga di sampaikan oleh ibuk marni (nasabah BMT 2010) usia 48 tahun :

"saya dulu nasabah pembiayaan BMT, namun sekarang sudah tidak lagi. Ini karena lokasi BMT itu jauh sekali dari sini, jaraknya sekiat 10km lah kurang lebih."

Selain lokasi yang jauh dengan Masyarakat jorong muaro dam mudiak palupuh, pengetahuan Masyarakat akan produk pendanaan ini juga kurang. Hal ini diperoleh dari wawanara dengan beberapa warga Nagari Koto

[60] Wawancara dengan ibu Nelvia Dewi, Manajer BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang, 09 Desember 2023

Rantang khususnya jorong Muaro dan Jorong Mudiak Palupuh mereka hanya mendapatkan informasi terkait produk pendanaan dari mulut ke mulut saja, tanpa adanya promosi dan eduksi khusus dari pihak BMT.[61]

Faktor geografis (lokasi BMT) itu memang memiliki pengaruh yang sangat penting, namun pengetahuan masyarakat juga merupakan hal yang penting. Sebab ada masyakat yang kurang informasi terkait produk pendanaan ini, sebab informasi yang diperoleh Masyarakat hanyalah dari mulut ke mulut saja.

Hal ini di sampaikan oleh Bpk Muhammad Nur (62 tahun) dan istrinya buk Jus (56 tahun). Bahwa mereka hanya mengetahui bahwa adanya BMT dari mulut ke mulut saja, tapi tidak mengetahui lebih rinci

Promosi atau edukasi yang dilakukan BMT hanya dengan mengatakan kepada nasabah atau Masyarakat saat terjadinya penarikan angsuran ke lapangan, kesekolah-sekolah dan lembaga-lembaga daerah yang ada di nagari Koto Rantang, tidak ada promosi ataupun edukasi khusus yang dilakukan. Meski tidak terlalu efektif, namun tetap mempengaruhi nasabah sedikit banyaknya, berdasarkan wawancara dengan manajer BMT ibuk Nelvia Dewi beliau mengatakan bahwa setelah terjadinya promosi seperti ini, ada bertambahan nasabah produk pendanaan.[62]

C. Analisis Penulis

Geografis adalah ilmu yang membahas tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal yang terjadi di permukaan bumi, mulai dari

[61] Wawancara dengan ibuk Eva Nurleli, ibuk Masni, Bpk Mawardi, warga Jorong Muaro dan Mudiak Palupuh, 09 Desember 2023

[62] Wawancara dengan ibu Nelvia Dewi, Manajer BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang, 09 Desember 2023

kondisi bumi, cuaca iklim, tipe-tipe permukaan bumi, gejala alam serta penduduk atau orang yang tinggal didalamnya. Ruang lingkupnya yaitu lokasi, tempat, interaksi manusia dengan lingkungan,pergerakan manusia, dan wilayah.

Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas ekonomi. Suatu bisnis yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh konsumen menjadi salah satu strategi yang dilakukan pelaku bisnis sebelum menjalankan bisnisnya. Lokasi juga menjelaskan keterjangkauan lokasi yang menunjukkan tentang sulit atau mudahnya suatu lokasi untuk dapat dijangkau. Keterjangkauan dipengaruhi oleh posisi lokasi, jarak, dan kondisi tempat. Lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah Perusahaan.

Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang yang terletak di jorong batang palupuh ini memang kurang starategis,hal ini menyebabkan penyebaran nasabah yang tidak merata. hal ini dibuktikan dengan perbedaan jumlah nasabah yang sangat jauh, dimana jumlah nasabah di jorong batang palupuh 385 orang, nasabah jorong sitingkai (jarak ±2km dari BMT) berjumlah 310 orang, nasabah di jorong muaro (jarak ±4km dari BMT) berjumlah 160 orang, sedangkan di jorong mudiak palupuh (jarak ± 7 km dari BMT) jumlah nasabah hanya mencapai 108 orang.[63]

Dari sini sudah sangat jelas bahwasanya Masyarakat yang dekat dengan lokasi lebih banyak menjadi nasabah karena mereka dekat dengan lokasi

[63] Wawancara dengan ibu Nelvia Dewi, Manajer BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang, 09 Desember 2023

BMT, beda jauh dengan Masyarakat yang berada jauh dari lokasi BMT, misalnya di jorong mudiak palupuh yang jaraknya kurang lebih 7 km jumlah nasabah pada produk pendanaan BMT hanya 108 orang. Jadi semakin dekat dengan lokasi BMT maka semakin berpengaruh terhadap minat Masyarakat untuk menjadi nasabah, begipun sebaliknya semakin jauh Masyarakat dari lokasi BMT maka semakin sedikit minat untuk menjadi nasabah.

Tabel 4.3 Persentase jumlah nasabah yang diperoleh oleh BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang yang berlokasi di Jorong Batang Palupuh

No	Nama Jorong	Jumlah Masyarakat	Jumlah Nasabah	%
1.	Batang Palupuh	740 orang	385 orang	52,02%
2.	Sitingkai	464 orang	310 orang	66,81%
3.	Muaro	889 orang	160 orang	18%
4.	Mudiak Palupuh	814 orang	108 orang	13,26%
	Jumlah	2.907 orang	963 orang	

Sumber : data hasil olahan penulis

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dengan BMT yang berlokasi di jorong Batang Palupuh, jumlah nasabah yang dapat diperoleh oleh BMT adalah sebesar 963 orang untuk keseluruhan nagari Koto Rantang. Yang mana di Jorong Batang Palupuh BMT mendapatkan 52,02 % nasabah dari jumlah Masyarakat yang ada di jorong tersebut, dan mendapatkan 66,81 % pada jorong Sitingkai, sedangkan untuk Jorong Muaro dan Mudiak Palupuh masing-masing mendapatkan 18% dan 13,26 % dari jumlah warga di jorong tersebut.

Kemudian untuk mendapatkan potensi yang bisa dicapai oleh BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang jika lokasinya berubah yaitu sebagai berikut:

Persentase tertinggi yang diperoleh dari tabel 4.3 yaitu jorong Sitingkai dan Batang Palupuh.

66,81 % + 52,02 % = 118,83 %

118,83 % : 2 = 59,415 %

Potensi yang dimiliki oleh masing-masing jorong adalah

1. Jorong Batang Palupuh

   59,415 % x 740 = 440 orang

2. Jorong Sitingkai

   59,415 % x 464 = 276 orang

3. Jorong Muaro

   59,415 % x 889 = 528 orang

4. Jorong Mudiak Palupuh

   59,415 % x 814 = 484 orang

Jumlah keseluruhan yang diperoleh adalah 1728 orang.

Jadi, seandainya lokasi BMT dipindahkan ke Jorong Muaro maka potensi jumlah nasabah akan meningkat sebanyak 765 orang atau sekitar 79,44 % dari jumlah nasabah yang diperoleh sekarang.

Berdasarkan analisis penulis, seharusnya pihak BMT melakukan strategi dengan cara mendatangi lansung ke lokasi atau dengan terjun ke lapangan.

1. Menyediakan Agen pelayanan

   BMT dapat menjalin kerja sama dengan agen local atau mitra usaha di jorong yang jauh untuk menyediakan layanan dan mendekatkan BMT dengan calon nasabah.

2. Tim pelayanan Lapangan

   Menyusun tim pelayanan lapangan yang melakukan perjalanan lansung ke jorong-jorong yang jauh untuk memberikan pelayanan kepada nasabah.

Selain lokasinya yang jauh, Masyarakat yang jauh dari BMT tidak memiliki pengetahuan yang cukup terkait produk pendanaan, karena mereka mendapatkan informasi seputar BMT hanya dari mulut ke mulut saja. Promosi yang dilakukan oleh BMT secara khusus tidak ada, hanya saat ada penarikan angsuran ke lapangan dan kesekolah-sekolah. Hal ini menyebabkan Masyarakat tidak mengetahui secara jelas tentang BMT, apa saja produk dari BMT, dan bagaimana kentungan ataupun bagi hasil tentang produk-produk di BMT.

Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan edukasi secara menyeluruh kepada seluruh lapisan Masyarakat, baik itu dengan workshop atau seminar diberbagai lokasi untuk memberikan edukasi kepada Masyarakat tentang manfaat produk dan layanan BMT, serta pemahaman prinsip-prinsip keuangan syariah.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah, selain berfokus pada faktor penghambatnya yaitu lokasi yang jauh, maka minat Masyarakat untuk menjadi nasabah perlu di perhatikan juga. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat menabung Masyarakat pada BMT yaitu

1. Memberikan edukasi terkait menabung

   Yaitu memberikan informasi dan edukasi untuk meningkatkan pemahaman Masyarakat tentang betapa pentingnya menabung, manfaatnya, dan dampak positifnya pada keuangan pribadi.

2. Memberikan informasi produk yang menarik

   Memberikan informasi-informasi terkait produk pendanaan yang menarik, dengan keunggulannya masing-masing. Misalnya pada BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang ada program tabungan dengan nama Tamara (tabungan Masyarakat Sejahtera) yang mana menabung bisa dimulai dari nominal yang kecil yaitu Rp 5000 .

3. Promosi dan diskon

   Dengan melakukan promosi khusus dan diskon khusus untuk nasabah yang menetapkan target menabung. Ini dapat memberikan insentif tambahan dan memotivasi nasabah untuk mencapai tujuan tabungan mereka.

4. Program loyalitas

   Yaitu dengan memberikan reward kepada nasabah yang konsisten menabung dan mempertahankan tabungannya dalam jangka waktu tertentu.

5. Pelayanan pelanggan yang baik

Yaitu memberikan pelayanan yang baik dan mudah, sebab nasabah kan merasa lebih dihargai dan nasabah mendapatkan dukungan yang baik cenderung lebih setia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis mengenai faktor geografis dan dampaknya pada jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor geografis yang sangat memiliki dampak terhadap jumlah nasabah pada produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang adalah faktor lokasi. Lokasi BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang berada di jorong Batang Palupuh yang mana itu merupakan awalan (Km 11) dari Nagari Koto Rantang itu sendiri, sehingga letaknya dianggap kurang strategis. Berdasarkan teori centrer of gravity approach letak strategis yang memiliki fungsi minimum adalah jorong muaro .
2. Dampak dari faktor geografis (lokasi) terhadap jumlah nasabah pada produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang yaitu Jumlah nasabah yang tidak merata disetiap jorong yang ada di Nagari Koto Rantang. Hal ini disebabkan karena letak lokasi BMT yang kurang strategis, sehingga semakin jauh suatu tempat dari BMT maka semakin sedikit pula nasabah produk pendanaan yang ada di BMT.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Diperlukannya pengelolaan tambahan untuk bisa menjangkau lebih luas lagi nasabah yang memiliki lokasi yang jauh dari BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang kecamatan Palupuh
2. Perlunya melakukan promosi dengan pamflet atau brosur atau dengan memberikan edukasi khusus kepada Masyarakat agar Masyarakat mengetahui secara jelas apa saja produk-produk yang ada pada BMT, prosedurnya dan keuntungan menggunakan produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Tahmrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press

Adimarwan.2009. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Amir, Taufiq.2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakartya: Raja Grafindo

Anshari, Abdul Ghafur. 2007. *Perbankan Syariah di Indonesia.* Jogjakarta:UGM Press

Arikunto, Suharsimi. 2010. *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.* Jakarta : Rineka Cipta.

Ascarya, 2017. *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: Grafindo Persada,

Astuti, Tri, and Rr. Indah Mustikawati. "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2013): 186. https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655.

Fernandes, Yolanda Darma, and Doni Marlius. "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang." *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, 2018, 4.

Fitriani, neng hilmi. "STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA TABUNGAN MUDHARABAH PADA BMT AL-MA'ARIF WAY KANAN." *FALAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 792 (2022): 54.

Gaffar, Vanessa.2007. *Customer Relationship Management and Marketing Public Realtio*n. Bandung: Alfabeta

Handoko, Swasta. 2008. *manajemen pemasaran modern* Yogyakarta: BPFE

Hartono, H. "Pengertian Geografi Dan Perannya Dalam Pengembangan Wilayah," 2018, 15–18.

Hasanah, Hasyim. "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)." *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 26. https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163.

Hurriyati¸ Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta

Ikit.2018.M*anajemen Dana Bank Syariah.* Yogyakarta: Gava Media.

Ismail.2013. *Perbankan Syaria*h. Jakarta: Perdana Media Group

Ismanto.2009. *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Jahja, yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana prenada Media Group

Jaya, Tiara Juliana. "Branding Perbankan Syariah Melalui Produk-Produk Pendanaan." *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 71.

Kasmir. 2015. *Manajemen Perbankan,* Depok: PT Raja Grafindo Persada,

Lestari, Fitri. "Pengantar Dasar Geografi Kelas X," 2020, 4–5. https://sisariyantimedia.com/wp-content/uploads/2021/02/X_GEOGRAFI_KD-3.1_FINAL.pdf.

Manan, Yuliyanti M, and Karima Nur Azizah. "Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Tabungan Rinjani Ib Bsr Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Kantor Kas Lawang." *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 1, no. 2 (2021): 155. https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.999.

Melina, Ficha. "Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt)." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 270–71. https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878.

Muhammad.2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nafik, Muhammad, Hadi Ryandono dkk.2018. *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah dan Praktek* Yogyakarta : UAD Press

Nasrul, Arie Satria, and Ratna Wilis. "Penginformasian Potensi Desa Wisata Berbasis Weblog Di Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuah Kabupaten Agam." *JURNAL BUANA* 2, no. 2 (2018): 455. https://doi.org/10.24036/student.v2i2.95.

Pandia, Frianto.2012. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Rineka Cipta

Prof. Herry dan Jon Kenedi,SE.,MM.2021. *Pengantar Metodologi penelitian untuk Bisnis dan Manajemen*, Bandung : CV Oman Publishing.

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 91–94. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374.

Rizal Kurniawan. "Implementasi Segmentasi Demografis Dan Geografis Produk Pembiayaan Mikro Pada Pt.Bank Syariah Indonesia a. Yani Kantor Cabang Pembantu Bondowoso," 2023.

SIREGAR, BUDI GAUTAMA. "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'Ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan." *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 2, no. 2 (2016): 24–27.

Shaleh, Abdul Rahman dan Muhbib Abdul Wahab. 2004. Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam. Jakarta : Prenada Media

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaki Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indonesia

Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia

Tanjung, Muslim, and Arina Novizas. "Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Perekonomian Islam." *Jurnal Magister Ilmu Hukum* 3, no. 1 (2021): 29. https://doi.org/10.36722/jmih.v3i1.749.

Tarigan R,. 2006. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara

Dokumen dari BMT Agam Madani Nagari koto Rantang

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 419.9/Un.26.3/PP.00.9/11/2023

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Yosi Saputri** NIM. **3320050** tanggal 13 November 2023.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lemharan Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Analisis Faktor Geografis Dan Dampaknya Pada Jumlah Nasabah Produk Pendanaan Di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam** "

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Yuwarman Mansur, SE, MM**
NIP	:	196203111993031002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) / Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Pembangunan Islam
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 13 November 2023

HESLINDA PUTERI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Nomor : B-3553/Un.26.3/TL.00/11/2023 16 November 2023
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang
Kec. Palupuah Kab. Agam

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan observasi kepada mahasiswa dibawah ini

Nama	: **Yosi Saputri**
NIM	3320050
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: ***" Analisis Faktor Geografis dan Dampaknya pada Jum lah Nasabah Produk Pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuah Kabupaten Agam"***
Lokasi Penelitian	: BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kec. Palupuah Kab. Agam
Waktu	: 16 November s.d 16 Desember 2023

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH

BMT AGAM MADANI NAGARI KOTO RANTANG

KEC. PALUPUH KAB.AGAM

LKMS BMT Kantor : Jalan Bukittinggi-Medan Km 11, Batang Palupuh

Batang Palupuh, 01 Mei 2024

Nomor : 005/KJKS BMT/NNT-2024

Hal : Balasan Surat Izin Penelitian

Yth,

Kepada Ibu Dekan UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Terlebih dahulu saya mendoakan semoga Bapak/Ibu berada dalam Keadaan sehat dan sukses selalu dalam menjalankan tugas sehari-hari.

Untuk menindak lanjuti surat izin penelitian Nomor: B-3553/Un.26.3/TL.00/11/2023 atas nama Yosi Saputri Nim 3320050 dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, waktu penelitian 16 November 2023 s/d 16 Desember 2023.

Telah selesai melakukan penelitian di KJKS BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kec. Palupuh Kab.Agam.

Demikian surat ini saya sampaikan. Atas perhatiandan Kerjasama yang baik. Saya ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Manager

Nelvia Dewi,SE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
UPT PERPUSTAKAAN

Kampus I : Jalan Pemuda Simpang Bukittinggi – Kampus II : Jalan Gurun Aur Kelurang Parit
Kabupaten Agam Bukittinggi Kode Pos [illegible] Telpon / Fax. (0752) 32870
Website : [illegible] E-mail : [illegible]

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

No.B.[illegible] /Un.26.8/HM.02.2/6/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	YOSI SAPUTRI
NIM	:	3320056
Fakultas / Prodi	:	FEBI/ S1 PERBANKAN SYARIAH
Judul	:	ANALISIS FAKTOR GEOGRAFIS DAN DAMPAKNYA PADA JUMLAH NASABAH PRODUK PENDANAAN DI BMT AGAM MADANI NAGARI KOTO RANTANG KECAMATAN PALUPUH KABUPATEN AGAM

Dengan deteksi plagiarisme untuk karya ilmiah mahasiswa (Jurnal) sebanyak 30% dengan demikian karya ilmiah yang bersangkutan setelah dilakukan pemeriksaan dinyatakan **BEBAS PLAGIAT.**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 12 Juni 2024
Kepala UPT Perpustakaan,

Novi Julfikar, S.Sos, M.AP
NIP. 197711302009011006

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara kepada pihak BMT

1. Apa alasan utama didirikannya BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang di jorong batang palupuah ?
2. Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang memadai ?
3. Berapa rata-rata jarak dari BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang dengan nasabah dari 4 jorong yang ada di nagari koto rantang?
4. Apakah ada keluhan dari Masyarakat tentang lokasi BMT?
5. Apa saja sarana transportasi umum yang tersedia untuk mengakses BMT?
6. Apakah jarak antara lokasi BMT dengan tempat tinggal Nasabah mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh ?
7. Sejauh mana keberadaan BMT mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk pendanaan ?
8. Bagaimana persepsi nasabah terhadap produk pendanaan BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh?
9. Sejauh mana pengetahuan nasabah tentang produk pendanaan yang mempengaruhi partisipasi mereka ?
10. Apakah BMT memiliki kebijakan promosi atau edukasi khusus untuk meningkatkan partisipasi Masyarakat pada produk pendanaan ?
11. Bagaimana efektivitas promosi dan edukasi dalam meningkatkan jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh?
12. Bagaimana strategi BMT dalam menjangkau Masyarakat yang lokasinya jauh dari BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh ?

B. Wawancara kepada nasabah

1. Dari mana nasabah mendapatkan informasi tentang produk pendanaan BMT?

2. Seberapa penting lokasi BMT dalam keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah ?
3. Sejauh mana ketersediaan akses ke lokasi BMT mempengaruhi keputusan masyakat untuk menjadi nasabah?
4. Apakah terdapat perbedaan dan pengaruh factor lokasi bagi masyarakat terhadap produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh yang berlokasi dekat dengan kantor BMT atau yang jauh lokasinya dari BMT?
5. Apakah terdapat factor lain selain lokasi yang mempengaruhi jumlah nasabah produk pendanaan di BMT Agam Madani Nagari Koto Rantang Kecamatan Palupuh ?

DOKUMENTASI KEGIATAN WAWANCARA











