KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan petunjuk-Nya untuk memilih jalan-jalan yang penuh dengan tebaran berkah, karunia, ilmu serta hikmah. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpahkan kepada junjungan yang kita cintai Nabi Muhammad SAW sebagai sumber ilmu dan inspirator kita semua, karena dengan jasa beliaulah sampai saat ini kita masih dapat menikmati indahnya Islam, nikmatnya Iman dan ajaran perdamaian yang dibawa oleh Islam. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Jurusan S1 Perbankan Syariah untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Adapun judul pada skripsi ini adalah **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDORONG NASABAH DALAM MEMILIH MENGGUNAKAN JASA TABUNGAN BAJAPUIK PT. BPRS BARAKAH NAWAITUL IKHLAS KOTA SOLOK"**

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Terutama kepada segenap keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik itu moril maupun materil, teristimewa kepada parents tercinta Bapak **Usman** dan Ibu **Sulastri** serta kepada uda dan uni tersayang **Riko Sumantri** dan **Jerina Fajri, SE** yang telah memberikan dukungan dan masukan-masukan kepada penulis.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis juga kepada:

1. **Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, Selaku Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.

2. **Bapak Dr. Iiz Izmudin. MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.

3. **Ibu Sandra Dewi, SE, MM** selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.

4. Bapak **Ali Rahman, SH, MH** selaku pembimbing I dan **Ibu Hj. Zulhemi, SE, MM** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah Bapak dan Ibu berikan selama penulis menyelesaikan skripsi.

5. Bapak **Dr. Asyari, S.Ag, M.Si** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.

6. Bapak/ibu pegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi.

8. Bapak dan Ibu Selaku Pegawai di PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok yang telah memberikan kesempatan memperoleh informasi yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman - teman seperjuangan yang selalu semangat dalam menggapai cita-cita, terkhususnya untuk keluarga besar PS B 2015.

Semoga bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT dan memperoleh pahala yang berlipat ganda. Aamiin

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan masukan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Bukittinggi, Juni 2019

Penulis,

RINI SAFITRI

NIM. 3315.063

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Pendorong Nasabah dalam Memilih Menggunakan Jasa *Tabungan Bajapuik* PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok"** yang disusun oleh Rini Safitri Nim: 3315.063, jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan bertahan dan bertambahnya nasabah di PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mendorong nasabah untuk memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhlas Kota Solok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pendorong minat nasabah memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan *(field research)* dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, mengumpulkan data dengan cara wawancara kepada nasabah dan marketing funding. Analisa data kualitatif dikumpulkan dengan observasi dan wawancara, data dianalisa dengan peraturan dan instruktual dengan mengumpulkan data sekaligus reduksi, penyajian data disajikan dalam bentuk narasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa ada empat faktor yang mendorong minat nasabah dalam memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah nawaitul Ikhlas Kota Solok, yaitu faktor motivasi, belajar, sikap, dan persepsi. Dari keempat faktor tersebut, faktor yang paling mendorong minat nasabah adalah faktor motivasi dan persepsi. Faktor motivasi berupa dorongan dari dalam diri seseorang terhadap kebutuhan, sehingga seseorang bisa mengambil keputusan atas dorongan dan juga kebutuhan tersebut. Selain dari itu nasabah juga tertarik karena faktor persepsi. Faktor persepsi itu berupa indera penglihatan dan pendengaran dan juga pengamatan terhadap sesuatu termasuk juga lingkungan sekitar. Nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing funding PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

ABSTRAK vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 5

C. Batasan Masalah 6

D. Rumusan Masalah 6

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7

F. Penjelasan Judul 7

G. Kajian Terdahulu 8

H. Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran 11

1. Pengertian Pemasaran 11

2. Konsep – konsep Pemasaran 12

3. Bauran Pemasaran 14

B. Tabungan 21

1. Pengertian Tabungan 21

2. Jenis Tabungan 23

3. Fitur dan Mekanisme 24

4. Tujuan dan Manfaat 25

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan 26
2. Pelayanan Prima 27
3. Konsep Pelayanan 28

D. Minat

1. Pengertian Minat 33
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat 34

E. Landasan Syariah

1. Landasan Syariah tentang Pemasaran 38
2. Landasan Syariah tentang Pelayanan 39
3. Landasan Syariah tentang Tabungan 40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 41
C. Jenis dan Sumber Data 41
1. Data Primer 41
2. Data Sekunder 42
D. Teknik Pengumpulan Data 42
1. Observasi 42
2. Wawancara 43
3. Dokumentasi 43
E. Teknik Penentuan Informan 43
F. Teknik Analisa Data 44

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 47
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 47

2. Visi dan Misi Serta Moto PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok..... 48

3. Kode Etik dan Budaya Perusahaan..... 49

4. Produk-Produk dan Jasa..... 50

B. Struktur Organisasi PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas..... 58

C. Hasil Penelitian

1. Faktor Pendorong Nasabah dalam Memilih Menggunakan Jasa Tabungam Bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok..... 62

2. Analisis Penulis..... 82

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 85

B. Saran..... 85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 2 ayat (7) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dakam pasal 1 ayat (12), menyebutkan bahwa Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.[1]

Lembaga keuangan seperti bank merupakan instrument penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Saat ini Perbankan Syari'ah telah memasuki persaingan secara global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuh dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi ummat.

Dengan banyaknya bank syari'ah yang berdiri, nasabah akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk Bank Syariah yang ditawarkan.

---

[1]Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 49-50

Semakin berkembangnya Perbankan Syari'ah di Indonesia maka itu akan memperkecil penyebarluasan praktek riba di Indonesia. Namun, perbankan syari'ah harus tetap berusaha untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai prinsip-prinsip dan landasan Perbankan Syari'ah yang bersifat Islami. Seperti yang sama kita ketahui bahwa bunga bank itu adalah riba, riba adalah haram, hal ini telah di sampaikan oleh Allah SWT dalam firman-Nya pada Q.S Al-Baqarah: 275 [2]

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) Riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan karena mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapatkan peringatan dari Tuhan-nya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnhya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.

Dalam ayat ini dapat kita simpulkan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan Allah mengharamkan Riba. Siapa-siapa saja yang telah sampai kepadanya larangan/peringatan Allah tentang haramnya riba, apabila ia berhenti dalam kegiatan apapun yang didalamnya ada riba, maka apa saja yang telah diperolehnya dahulu itu menjadi miliknya dan Allah Ridho akan itu. Dan orang-orang yang telah sampai kepadanya peringatan Allah tentang riba, mereka mengulangi dan tidak meninggalkan riba, maka mereka itulah orang-

[2] Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonommi Syariah,* (Jakarta: Rajawali pers, 2014) hal.13

orang penghuni neraka mereka kekal di dalamnya. Sudah jelas, dalam ayat ini Allah mengharamkan riba, dan Allah tidak ridho terhadap prilaku Riba.

Pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok, memiliki beberapa produk, salah satunya adalah produk penghimpunan dana yaitu tabungan. Terdapat 2 jenis tabungan di PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok ini, tabungan *wadiah* dan tabungan *mudharabah.* Tabungan tersebut ditujukan kepada semua golongan masyarakat, baik kaya maupun masyarakat biasa. Selain itu, tabungan syariah tersebut juga membantu masyarakat terhindar dari praktik riba seperti yang terdapat di bank-bank Konvensional.

Tabungan *wadiah* adalah simpanan dari nasabah yang mana tabungan *wadiah* ini prinsipnya hanya titipan, sedangkan *mudharabah* merupakan prinsip bagi hasil dan bagi kerugian ketika nasabah sebagai pemilik modal menyerahkan uangnya kepada bank sebagai pengusaha untuk diusahakan/ dikelola.[3] Dalam praktiknya, tabungan *wadiah* dan *mudharabah* yang biasa digunakan secar luas oleh bank syariah.

Tabel 1.1

Perbandingan Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah[4]

No		Tabungan Mudharabah	Tabungan Wadiah
1.	Sifat Dana	Investasi	Titipan
2.	Penarikan	Hanya dapat dilakukan	Dapat dilakukan

[3]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal. 117
[4]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal. 118

		pada periode tertentu	setiap saat
3.	Insentif	Bagi Hasil	Bonus (jika ada)
4.	Pengembalian modal	Tidak dijamin dikembalikan 100%	Dijamin dikembalikan 100%

Sumber: Buku Akad dan Produk Bank Syariah, 2013

PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya dengan bauran promosi secara *personal selling* yang disebut dengan *Tabungan Bajapuik,* sistim *tabungan bajapuik* dilakukan sejak awal berdirinya BPRS ini yaitu pada tahun 2008.Dimana dengan sistem *tabungan bajapuik* ini marketing funding mendatangi nasabah dimana berada baik di rumah, disekolah, dipasar dan dimana nasabah melakukan usahanya untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan pendanaan, baik berupa penyetoran tabungan maupun melakukan penarikan tabungan. Hal ini sangat membantu nasabah untuk menabung dan menarik tabungannya sebab nasabah tidak perlu repot-repot pergi ke bank untuk melakukan transaksi tersebut.

Sistem tabungan bajapuik merupakan bentuk *service excellent* yang diberikan oleh PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok kepada pihak nasabah. Dalam sistem tabungan bajapuik ini, penulis sewaktu melaksanakan magang ikut serta menjemput tabungan nasabah ke lapangan. Melihat kejadian dilapangan ternyata tidak hanya PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok yang melakukan sitem tabungan bajapuik ini, tetapi banyak juga bank lain termasuk bank konvensional juga melakukan sistem yang sama.

Tabel 1.2

Jumlah Nasabah Tabungan Bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhlas Kota Solok pada tahun 2015 – 2017

NO	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase peningkatan
1.	2015	1472 Orang	-
2.	2016	1721 Orang	17%
3	2017	2195 Orang	27,5%

Sumber: PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhlas Kota Solok

Dilihat dari tabel diatas dan kejadian yang terjadi di lapangan ternyata banyak juga masyarakat yang ingin melakukan transaksi dengan PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok ditandai dengan selalu adanya masyarakat yang ingin menabung di sini dan membuka tabungan baru. Meskipun banyak bank lain menggunakan sistem tabungan bajapuik di Solok tetapi nasabahPT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok selalu meningkat di setiap tahunnya.

Berdasarkan uaraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ Analisis Faktor Pendorong Nasabah dalam Memilih Menggunakan Jasa *Tabungan Bajapuik* PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok “**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya Bank-bank yang berada di Solok menggunakan sistem tabungan bajapuik, tidak hanya PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas memberikan jasa tabungan bajapuik Bank Syari'ah lain yang berada di Solok juga menggunakan sistem ini dan Bank Konvensional juga tidak kalah gencarnya memberikan jasa pelayanan Tabungan Bajapuik ini.
2. Walaupun bank lain juga menggunakan sistem tabungan bajapuik tapi PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok tidak kalah bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang diatas agar penelitian ini mempunyai arahan yang jelas serta tidak keluar dari pokok permasalahan, penelitian ini dibatasi pada analisis tentang faktor-faktorpendorong nasabah dalam memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan yaitu : Faktor-faktor Apa Saja yangMendorong Nasabah untuk Memilih Menggunakan Jasa Tabungan Bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhlas Kota Solok?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor pendorong minat nasabah memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

2. Manfaat Penelitian

   a. Bagi penulis

   Untuk mengetahuifaktor pendorong minat nasabah memilih menggunakan jasa tabungan Bajapuik PT. BPRS BNI Kota Solok

   b. Bagi Akademik

   Untuk menambah pengetahuan tentang tabungan bajapuik.

F. Penjelasan Judul

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan untuk menghindari pengertian yang salah tentang apa yang dimaksud dengan judul ini. Berikut ini dijelaskan maksud dari beberapa kata yang mempunyai makna penting dalam penulisan skripsi.

Analisis : penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya)

Faktor Pendorong : hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha, atau produksi.

Tabungan Bajapuik : simpanan yang dijemput oleh marketing funding ke tempat nasabah, baik dirumah, disekolah, dan di tempat nasabah melakukan usaha.

Kesimpulan dari penjelasan judul ini adalah bahwa skripsi ini berisi tentang analisis hal atau kondisi yang mempengaruhi nasabah sehingga memilih menggunakan tabungan bajapuik.

G. Kajian Terdahulu

1. Penelitian oleh Eza Rahmi Yuliani, 3107.018 Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN BUKITTINGGI dengan judul " Pelaksanaan Simpanan Bajapuik dalam Meningkatkan Jumlah Tabungan pada PT. BPRS Al-Makmur Limbanang". Ditemukan dalam penelitian ini bahwa nasabah akan merasa puas dengan kinerja bank tersebut, hal ini membantu meningkatkan jumlah tabungan.
2. Penelitian oleh Asril, 3110.042 Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN BUKITTINGGI dengan judul " Faktor-faktor penghalang *simpanan bajapuik* di PT. BPRS Al-Makmur Limbanang". Dalam penelitian ini ditemukan faktor apa saja yang menghalangi sistem simpanan bajapuik.
3. Penelitian oleh Ihsan Prakarsa, 3108.022 Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN BUKITTINGGI dengan judul "

Sistem Jemput Tabungan: Permasalahn dan Solusi pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek". Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana sistem jemput tabungan dan seperti permasalahan yang terjadi dan solusi dari permasalahan tersebut.

4. Penelitian oleh Fitria Nela, 3108.021 Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN BUKITTINGGI dengan judul " Faktor yang mempengaruhi nasabah menabung pada BMT Taqwa Tanjung Medan Agam".
5. Penelitian oleh Mariati, 3213.178 jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN BUKITTINGGI dengan judul " Analisis faktor yang mempengaruhi minat petani terhadap minapadi ke budidaya ikan antar waktu tanam"

Berdasarkan beberapa kajian terdahulu yang penulis baca sebagai bahan rujukan. Maka perbedaan penelitian ini dengan kajian terdahulu adalah penelitian ini akan membahas tentang analisis faktor pendorong nasabah memilih menggunakan jasa *tabungan bajapuik* PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudaah dalam memahami alur pemikiran dalam skripsi ini, maka penulis membagi lima bab, masing-masing bab diuraikan lagi menjadi beberapa sub bab yang sesuai dengan judul babnya. Adapun sistematika pembuatan dalam skripsi ini selengkapnya adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu, dan sistematika penulisan

BAB II : Landasan teori mengemukakan tentang Pemasaran, konsep-konsep pemasaran, bauran pemasaran jasa, pengertian tabungan, jenis tabungan, fitur dan mekanisme tabungan, pengertian pelayanan, pelayanan prima, etika pelayanan, konsep pelayanan, pengertian minat, faktor-faktor yang mempengaruhi minat, landasan syariah

BAB III : Metode Penelititian, berisikan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik penentuan informan, teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian, berisikan profil PT. BPRS Barakah NAwaitul Ikhlas Kota Solok, hasil penelitian, hasil wawancara, analisis penulis tentang faktor-faktor pendorong nasabah dalam memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik.

BAB V : Penutup, yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap dunia usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masayarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.[5]

Pemasaran Syariah adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.

Pengertian manajemen pemasaran bank aadalah Suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan penggimpun dana, menyalurkan dana, dn jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya.[6]

[5]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) h. 168
[6]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 169

2. Konsep-konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep pemasaran dimana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periodeke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga berkaitan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.[7]

Ada 5 konsep dalam pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan, Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:[8]

a. Konsep Produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efiseiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

[7]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 172
[8]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 172-173

b. Konsep produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya *Marketing Nyopia* (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.

c. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dab penjualan yang kokoh. Konsep ini biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi, ensiklopedia atau kapling-kapling pemakamam, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik (parpol). Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari yang dilakukan pesaing.

e. Konsep pemasaran kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuan adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.[9]

3. Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)*

Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam marketing mix itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.[10]

Ini adalah suatu strategi pemsaran untuk melayani pelanggan dengan cara memuaskannya melalui 7P sebagai berikut:

a. Produk *(product)*

[9]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 173
[10]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 186

Produk secara umum diartikan sebagai Sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita kataka sebagai produk.

Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba atau dirasakan. Contohnya buku, meja, mobil, rumah, dll. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegitan, organisasi, dan ide-ide.

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidsk berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi ini disebut juga produk plus.[11]

b. Harga *(Price)*

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salahdalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.[12]

[11]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 187
[12]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 196

Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Pada ekonomi Barat, ada taktik menetapkan harga setinggi-tingginya yang disebut *"skimming price".* Dalam ajaran syari'ah tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya, tapi harus dalam batas-batas kelayakan. Dan tidak boleh melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing, tapi bersainglah secara fair, bikin keunggulan dengan tampil beda dalam kualitas dan layanan yang diberikan.[13]

c. Lokasi *(Place)*

Lokasi (berhubungan dengan sistem penyampaian) dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.[14]

Bagi perusahaan non-bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang. Sedangkan penentuan lokasi bagi industry perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang.

Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana

[13]Buchari Alma dan Rismi Somad, *Manajemen* Bisnis Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2014) hal. 360

[14] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013) hal. 96

dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.[15]

d. Promosi

Kegiatan promosi ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.[16]

Bauran promosi pemasaran menurut Tjiptono terdiri dari dua macam yaitu:[17]

1) Personal Selling

Komunikasi langsung (tatap muka) antara karyawan dengan calon pelanggan (nasabah) untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon nasabah dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk kemudian mereka akan mencoba produk yang ditawarkan tersebut.

2) Mass Selling

Merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai. *Mass Selling* terdiri dari:[18]

---

[15]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 206
[16]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007) hal. 213
[17]http://digilib.unila.ac.id/6229/16/bauran-pemasaran (diakses Rabu, 13 maret 2019 08:35)

a) Periklanan

Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk yang di susun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa ketertarikan.

b) Publisitas

Publisitas adalah bentuk pemyajian dan penyebaran ide barang dan jasa secara non personal.

c) *Sales Promotion*

Sales Promotion merupakan bentuk persuasi langsung memalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian atau penggunaan produk.

d) *Publik relation*

Publik relation merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu organisasi untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap organisasi tersebut.

e) *Direct Marketing*

Direct Marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur atau transaksi di sembarang lokasi.

---

[18] http://digilib.unila.ac.id/6229/16/bauran-pemasaran (diakses Rabu, 13 maret 2019 08:35)

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Sarana promosi yang dapat digunakan itu ialah periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.

e. *People*

People (orang) yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam faktor "orang" ini berarti berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia.[19]

Setiap karyawan harus berlomba-lomba berbuat kebaikan terhadap konsumen dengan sikap, perhatian, responsive, sabar dan ikhlas. Elemen-elemen dari people adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen.

Elemen dari People ini memiliki dua aspek yaitu:[20]

---

[19]Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013) hal. 97

[20]http://digilib.unila.ac.id/6229/16/bauran-pemasaran (diakses Rabu, 13 maret 2019 08:35)

1) Service People

Service people biasanya memegang jabatan ganda, yaitu mengadakan jasa dan menjual jasa tersebut. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama perusaan.

2) Customer

Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada nasabah lain, tentang kualitas jasa yang pernah didapatnya dari perusahaan.

f. Sarana fisik (Physical Evidence)

Physical Evidence merupakan sarana fisik, lingkungan terjadinya penyampaian jasa,antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan.

Tjiptono mengemukakan bahwa perusahaan melalui tenaga pemasarnya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis, yaitu sebagai berikut:

1) An Attention-Creating Medium

Perusahaan jasa melakukan differensiansi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dan target pasar.

2) As a Message-Creating Medium

Menggunakan symbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara insentif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas dari produk jasa.

3) An Effect-Creating Medium

Baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan.

g. Proses

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, hyang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.[21]

Proses terjadi di luar pandangan konsumen. Konsumen tidak mengetahui bagaimana proses yang terjadi, yang penting jasa yang dia terima harus memuaskan. Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar.[22]

B. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Salah satu produk perbankan yang termasuk produk penghimpunan dana *(funding)* adalah tabungan. Tabungan merupakan simpanan yang paling popular di kalangan masyarakat umum. Sesuai dengan perkembagan zaman, dewasa ini kegiatan menabung sudah beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank.[23]

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan

[21]Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013) hal. 98

[22]http://digilib.unila.ac.id/6229/16/bauran-pemasaran (diakses Rabu, 13 maret 2019 08:35)

[23]Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan Edisi Revisi 2014*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015) h. 92

menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[24]

Menurut Undang-undang Perbankan Syariah nomor 21 tahun 2008, Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan *mudharobah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek,bilyet giro, dan/ atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[25]

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati maksudnya adalah untuk menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antar satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini sesuai pula dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung.[26]

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syari'ah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan ada dua jenis, yaitu: *pertama* tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan dengan berdasarkan perhitungan bunga. *Kedua* menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan

[24]Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan Edisi Revisi 2014*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015) hal. 93
[25]Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Prenadamedia Group, 2011) hal. 74
[26]Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan Edisi Revisi 2014*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015) hal. 93

adalah tabungan yang berdasarkan prinsipsyariah yakni tabungan yang berdasarka prinsip *wadiah* dan *mudharabah.*[27]

2. Jenis Tabungan

a. Tabungan *Wadiah*

Al-Wadi'ah merupakan titipan atau simpanan pada Bank Syariah. Prinsip *Al-Wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.[28]

Wadiah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.[29]

Menurut Ascarya, Tabungan *Wadiah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan *(saving account)* untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya, seperti giro wadiah, tetapi tidak sefleksibel giro wadiah, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Karakteristik tabungan *wadiah* ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah menyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan

[27] M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 34

[28] Abdullah Thamrin, Bank dan Lembaga Keuangan, (Jakarta: Rajawali,2013) hal. 215

[29]Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali, 2015) hal. 35

berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya.[30]

Dewasa ini, agar uang yang dititipkan tidak menganggur begitu saja, oleh si penyimpan uang titipan tersebut (Bank Syariah) digunakan untuk kegiatan perekonomian. Tentusaja penggunaan uang titipan harus terlebih dulu meminta izin kepada si pemilik uang dan dengan catatan si pengguna uang menjamin mengembalikan uang tersebut secara utuh. [31]

b. Tabungan *Mudharabah*

Mudharabah adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul mal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.[32] Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, dan kerugian ditanggung oleh pemilik dana atau nasabah. Dalam praktiknya, tabungan *wadiah* dan *mudharabah* yang biasa digunakan secara luas oleh bank syariah.[33]

3. Fitur dan Mekanisme

Tabungan atas dasar akad *wadiah*

[30]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal. 115
[31] Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hal. 166
[32]Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali, 2015) hal. 36
[33]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal. 117

a. Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana.
b. Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.
c. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukuan dan penutupan rekening.
d. Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah.
e. Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah.

Tabungan atas dasar akad *mudharabah*

a. Bank bertindak sebagai pengelola dana *(mudharib)* dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana *(shahibul maal)*
b. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
c. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati.
d. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolan rekening antara lain biaya meterai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening

e. Bank tidak diperbolehkan mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.[34]

4. Tujuan/Manfaat

a. Bagi Bank

1) Sumber pendanaan bank baik dalam Rupiah maupun valuta asing

2) Salah satu sumber pendapatan dalam bentuk jasa *(fee based income)*dari aktivitas lanjutan pemanfaatan rekening tabungan oleh nasabah.

b. Bagi Nasabah

1) Kemudahan dalam pengelolaan likuiditas baik dalam hal penyetoran, penarikan, transfer, dan pembayaran transaksi yang fleksibel.

2) Dapat memperoleh bonus atau bagi hasil

C. Pelayanan (*Service Excellent)*

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain[35].

Istilah pelayanan/jasa/*service*, menurut beberapa para ahli mempunyai pengertian yang berbeda-beda diantara yang dapat penulis kutip adalah sebagai berikut:

[34]Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, (Jakarta: Rajawali, 2015) hal. 37
[35]http://www.digilib.unila.ac.id/ pelayanan-publik (diakses tanggal 21 januari 2019 09:35)

a. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain.[36]
b. Menurut Valatie A. Zheitham, pelayanan adalah suatu kegiatan yang memberikan nilai tambah yaitu berupa kepuasan yang bersifat tidak berwujud.[37]
c. Menurut J. Stanton, jasa adalah suatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Menurutnya jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Dari beberapa pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian dari pelayanan adalah suatu kegiatan tidak berwujud yang tidak berwujud yang terjadi dalam interaksi langsung antara 2 orang atau lebih (seseorang dengan orang lain) secara fisik dapat menghasilkan kepuasan nasabah dan bersifat *Intengible*.

2. Pelayanan Prima

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud

[36]Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal 571
[37]Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa,* (Bandung: Alfabeta, 2002), hal 264

dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:[38]

a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
b. Pelayanan itu kenyataanya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang samaa.

Sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *axcellent service*yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.[39]

[38]M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 211

[39]M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 211

3. Konsep Pelayanan Prima

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan. Ada enam faktor pelayanan prima, yaitu:[40]

a. *Ability* (kemampuan)

Yaitu suatu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan penguasaan pengetahuan tentang bidang kerja yang ditekuni, pada konteks ini seluruh pegawai bank syariah harus memahami apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah tersebut, melakukan komunikasi efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan sarana *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar perusahaan.

b. *Attitude* (sikap)

Yaitu perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *customer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.

[40]M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 215-216

c. *Appearance* (penampilan)

Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan non fisik mampu merefleksikan kepercayaan diri dan *kredibilitas* perusahaan oleh konsumen.

d. *Attention* (perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

e. *Action* (tindakan)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

f. *Accountability* (pertanggungjawaban)

Suatu sikap keperpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang, karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat luar perusahaan yang disebut nasabah. Oleh karena itu, perlu ditetapkan konsep diri dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah yang berupa:

1. Sikap mental positif

Sikap mental yang positif dari karyawan bank sangat diperlukan dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah karena sikap mental ini merupakan landasan dalam melaksanakan interaksi dengan nasabah. Tujuh perwujudan dari sikap mental positif adalah sebagai berikut:[41]

a) Keinginan untuk maju
b) Belajar dari orang lain
c) Terbuka, menerima ide-ide baru
d) Krisis, aktif bertanya, dan diskusi
e) Partisipasi dalam kegiatan
f) Komitmen mau mencoba sampai sukses.
g) Cermat, mencatat hal-hal pengting

2. Orientasi kepuasan nasabah dan mengenal nasabah

Pencapaian kepuasan nasabah hanya dapat dicapai dengan adanya sinergi dalam perusahaan yang pada akhirnya pegawai dapat memberikan kepuasan yang berkesinambungan kepada nasabah yang akan memberikan keuntungan jangka penjang kepada *stake holder* dan selanjutnya pemilik perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pegawainya.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan sangatlah bergantung pada proses interaksi atau waktu dimana pelanggan dan penyedia jasa bertemu karena salah satu sifat jasa. Kepuasan pelanggan

[41]M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 217

akan ditentukan oleh ratusan, bahkan ribuan interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa.[42]

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah maka terlebih dahulu harus mengenali siapakah nasabahnya, bagaimana ciri-ciri dari seorang nasabah yang antara lain:[43]

a. Mempunyai banyak keinginan
b. Mempunyai kebutuhan yang tak terbatas
c. Mempunyai harga diri dan gengsi
d. Menghargai waktu
e. Ingin selalu dilayani

Sehingga wajarlah kalau nasabah menuntut pelayanan yang tinggi dari kita yang menjadi kebutuhannya, maka tugas kita adalah memenuhi kebutuhan tersebut. Pelayanan yang diberikan dikatakan baik dan dapat manjalin hubungan yang berkesinambungan dengan nasabah apabila nasabah telah merasa: dibantu, dihargai, dilindungi, diperhatikan dan diterima. Nasabah yang merasa puas akan menceritakan kesan positifnya kepada orang lain, dimana hal ini merupakan peomosi gratis bagi perusahaan. Dengan demikian secara tidak disadari nasabah datang berbondong-bondong ke perusahaan kita dan terbentuklah citra positif perusahaan.

---

[42] Yudi Pramudiana, Risris Rismayani, dkk, *Business Plan(bagaimana memulai dan menjalankan bisnis baru)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016) hal.71

[43] M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 218

3. Penghayatan terhadap waktu

Pernahkah kita berpikir bahwa sebenarnya nasabah yang hadir pada kita telah mengorbankan waktunya baik yang digunakan untuk menyampaikan complain maupun bukan, sedangkan kita sebagai pegawai perusahaan memang menjadi tugas kita untuk menyediakan waktu bagi nasabah. Kadang-kadang belum terdapat persepsi yang sama diantara para petugas mengenai waktu, sehingga tidak jarang kita lihat bahwa terdapat pegawai yang masih menganggap remeh kepada nasbah, seolah-olah tidak menghargai waktu mereka yang telah dikorbankan. Untuk itu perlu adanya perlu persepsi yang sama terhadap waktu dalam kaitannya dengan pelayanan. Kunci keberhasilan pelayanan adalah bagaimana kita dapat membagi waktu-waktu tersebut bersama dengan nasabah dan menempatkan waktu tersebut sesuai dengan proporsinya masing-masing sehingga dapat memuaskan nasabah.[44]

Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan pelayanan-pelayanan bank dan harapan mereke tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah.[45]

---

[44]M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 219

[45]Sentot Imam Wahjono, *Manajeman Pemasaran Bank,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal 179

D. Minat

1. Pengertian Minat

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, minat adalah kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.[46] Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat, ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang maka minat pun akan berkurang.[47]

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa minat dalam diri individu sangat penting. Artinya bagi kesuksesan yang akan dicapainya, individu yang mempunyai minat terhadap suatu objek atau aktivitas berarti ia akan cenderung untuk menyukainya. Dari sana kemudian segala tingkah lakunya menjadi terarah baik dan tujuanpun akan tercapai. Adapula yang berpendapat bahwa minat merupakan suatu asas dalam komunikasi yang

[46]Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: bumi Pustaka, 2007), hal 769

[47]Nugroho J Setiadi, *Perilaku konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal 15

menyangkut soal bagaimana minat dan penerimaan seseorang penerima berita terhadap suatu berita dalam komunikasi.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

   Adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

   1) Motivasi

      Motivasi adalah dukungan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhannya. Atau suatu kebutuhan yang secara langsung diransang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.[48]

      Motivasi ialah keinginan untuk membuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan (*need*), keinginan (*wish*), dorongan (*desire*) atau *impuls.* Motivasi merupakan keinginan yang terdapat pada seseorang individu yang meransangnya untuk melakukan tindakan-tindakan atau sesuatu untuk menjadi dasar atau alasan seseorang berprilaku.

      Motivasi berhubungan erat dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia, dan tidak terlihat dari luar. Yang terlihat hanya tingkah laku dari manusia tersebut, sehingga tidaklah mudah untuk mempelajari motivasi manusia.[49]

[48]Nugroho J Setiadi, *Perilaku konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal 93

[49] Sri Wiludjen, Pengantar Manajemen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007) hal. 154

Motivasi seseorang akan ditentukan oleh stimulusnya. Stimulus yang dimaksud merupakan mesin penggerak motivasi seseorang sehingga menimbulkan pengaruh perilaku orang yang bersangkutan.[50]

Dari defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi itu muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dengan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

2) Belajar

Belajar adalah suatu pengalaman akan membawa kepada perubahan pengetahuan, sikap dan prilaku atau suatu perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat dari adanya pengalaman sebelumnya. Para teoritis mengatakan bahwa hamper dari semua perilaku manusia berasal dari belajar. Proses belajar langsung melalui *drive* (dorongan), *response* (ransangan), dan *reinforcement* (penguatan) yang saling mempengaruhi.[51]

[50] Siswanto, *Pengantar Manajeme,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011) hal. 122

[51]Nugroho J Setiadi, *Perilaku konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal 111

Terdapat 3 komponen belajar, yaitu: [52]

a) Belajar melibatkan adanya perubahan, yaitu perubahan dari buruk menjadi baik, dari tidak tahu menjadi tahu, dari tidak bisa menjadi bisa.
b) Perubahan yang gterjadi relative permanen. Perubahan yang bersifat sementara menunjukan kegagalan dalam proses belajar.
c) Belajar berarti ada perubahan perilaku. Belajar tidak hanya mengubah pikiran dan sikap, tetapi yang lebih penting lagi adalah bahwa belajar harus mengubah perilaku subjek ajar.

3) Sikap

Sikap adalah pola perasaaan, keyakinan dan kecendrungan prilaku terhadap orang, ide, atau objek-objek yang tetap dalam jangka waktu yang lama.

Sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis social kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan untuk memahami.[53]

[52] Sopiah, Perilaku Organisasi, (Yogyakarta: ANDI, 2008) hal. 22
[53] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen edisi revisi*, (Jakarta: Kencana, 2003) hal. 143

Sikap juga diartikan sebgai perilaku, gerak-gerik, bertingkah laku dengan gaya yang dibuat-buat. Sikap adalah determinan perilaku, sebab sikap berkaitan dengan persepsi, kepribadian dan motivasi.[54]

Ada beberapa komponen yang mempengaruhi terbentuknya sikap yaitu:

a) Komponen *Kognetif* atau evaluasi *kognitif*merupakan komponen kepercayaan yang didasari oleh pengetahuan, persepsi dan pengalaman seseorang mengenai suatu objek.
b) Komponen *Afektif* (perasaan), merupakan emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu objek atau merek
c) Komponen *Kognitif* (kecendrungan bertindak), merupakan kesiapan untuk berprilaku tertentu yang didasari oleh suatu sikap tertentu atau maksud membeli.

Dari beberapa pendapat ahli tentang sikap, dapat diambil kesimpulan bahwa sikap adalah ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen dari berbagai atribut dan manfaat dari objek tertentu.

4) Persepsi

Seseorang yang termotivasi untuk bertindak serta bagaimana cara seseorang untuk bertindaak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai

[54] Veithzal Rivai, Muliaman, dkk, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hal. 332

situasi tertentu. Karena itu persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterprestasikan informasi untuk membentuk sesuatu yang berarti mengenai dunia.

Salah satu Firman Allah SWT dalam surah Al-Mu'min (40) ayat 19 sebagai dasar untuk memahami persepsi adalah sebagai berikut:

"Dia mengetahui (pandangan) mata yang kianat dan apa yang disembunyikan oleh hati (QS Al-Mu'min(40): 19"

Persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penginderaannya. Dengan demikian, yang dimaksud dengan persepsi adalah proses dari seseorang dalam memahami lingkungannya yang melibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologi.[55]

Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterprestasikan informasi guna membentuk gambaran berarti bagi dunia.

Ada lima tahap pengolahan informasi, yaitu:

a) Pemaparan(*eksposure*), pemaparan stimulus yang menyebabkan konsumen menyadari stimulus tersebut memalui panca indra.

[55] Veithzal Rivai, Muliaman, dkk, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hal. 326

b) Perhatian (*attention*), kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk
c) Pemahaman (*comprehension*), interprestasi terhadap pemahaman yang masuk.
d) Penerimaan (*acceptance*), dampak persuasive stimulus kepada konsumen
e) Retensi (*retention*), penglihatan makna stimulus dan persuasi jangka panjang konsumen.

Dari keteranga diatas, sebenarya faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat itu cukup banyak tetapi pada umumnya sama. Dimana secara garis besar faktor tersebut bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan tersebut dan yang berasal dari luar lingkungannya. Tetapi, sebenarnya faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap tumbuh dan berkembangnya minat seseorang.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat tersebut antara lain:

a. Faktor dorongan dari dalam, yaitu rasa ingin tau atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini merupakan dorongan dari individu itu sendiri, sehingga timbul minat untuk melakukan aktivitas atau tindakan tertentu untuk memenuhinya.
b. Faktor motif sosial, yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dari dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin dilihat oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk

memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman. Minat ini semacam kompromi pihak individu dengan lingkungan lainnya.

c. Faktor emosional, yaitu minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat seseorang. Minat erat huungannya dengan emosi karena faktor ini selalu menyertai seseorang dalam berhubungan dengan objek minatnya. Kesuksesan seseorang pada suatu aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka atau puas, sedangkan kegagalan akan menimbulkan perasaan tidak senang dan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan yang bersangkutan.

Karena kepribadian manusia itu bersifat komplek, maka sering ketiga faktor diatas tidak berdiri sendiri melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut. Akhirnya menjadi agak rumit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi penyebab timbulnya suatu minat.

E. Landasan Syariah

1. Landasan Syariah tentang Pemasaran

Landasan Syariah tentang pemasaran Islami terdapat dalam Al-Qur'an surat Shad: 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُودُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya: Dia (daud) berkata, " sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak diantara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan dan hanya sedikitlah mereka yang begitu." Dan daud menduga

bahwa kami mengujinya, maka ia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu mengukur sujud dan bertobat.

Penjelasan dari ayat diatas adalah bahwa dalam melakukan kerja sama maka janganlah terdapat kecurangan seperti yang dijelaskan pada ayat diatas tersebut, misalnya bekerja sama dengan perjanjian bahwa diantara dua orang melakukan kerjasama tapi dengan modal 40:60 tapi bagi hasilnya tetap sama 50:50. Maka kerjasama yang seperti itulah yang tidak boleh dilakukan karena itu termasuk suatu perbuatan yang zalim. Maka begitu juga dalam pemasaran tidaklah dibolehkan adanya kecurangan dan kezaliman.

2. Landasan Teori tentang Pelayanan

Landasan teori tentang pelayanan terdapaat dalam Al-Qur'an surat Al Furqan: 63

وَعِبَادُ الرَّحْمٰنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا

Artinya: "Adapun hamba-hamba Tuhan yang maha pengasih itu adalah orang-orang yang berjalan dibumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang bodoh menyapa mereka (dengan kata-kata yang mehina), mereka mengucapkan "salam"".

Q.S Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:"Dan tolong menolonglah kamu dalam hal (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."

Memalui ayat diatas, Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong dalam koridor “mengerjakan kebajikan dan taqwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “ Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu bisa dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan.

3. Landasan Syariah tentang Tabungan

Landasan Syariah tentang Tabungan adalah pada surat Al-Hasyr 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan”

Ayat ini menjelaskan tentang upaya yang harus dipertimbangkan umat muslim untuk memperoleh manfaat di masa yang akan datang. Berkaitan dengan hal ini yakni dalam melakukan kegiatan aktivitas ekonomi seperti investasi, menabung, dan pembentukan bank islmai, hendaknya setiap mengambil keputusan atau menentukan perilaku yang akan diperbuatkan harus benar-benar diperhitungkan. Karena semua yang hendak dilakukan tersebut akan mendatangkan manfaat bagi diri kita sendiri dimasa yang akan datang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang diambial adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang dilakukan dengan menggambarkan objek penelitian berdasarka fakta yang ada dilapangn *(field research).* Sedangkan dari penelitian pustaka hanya sebagai pelengkap secara teoritis terhadap permasalahan yang diteliti. Karena itu penulis akan menganalisis secara lengkap apa saja factor pendorong nasabah memilih jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini terhadap nasabah yang berada di Kota Solok, dan penelitian ini sudah mulai di lakukan sejak penulis melaksanakan kegiatan magang di PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

C. Jenis dan Sumber Data

Adapun Jenis dan sumber data pada penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan dari sumber asli oleh orang yang melakukan

penelitian.[56] Data primer dalam penelitian ini berupa wawancara langsung dengan nasabah yang menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok dan karyawan funding PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok dan keterlibatan penulis sendiri untuk ikut menjemput tabungan nasabah ke lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada atau data yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan baik berupa bahan-bahan bacaan maupun dari data angka yang memungkinkan.[57]Data sekunder penulis peroleh dari data internal PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok, studi pustaka maupun buku teks

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian yang didapat dari hasil pengamatan peneliti. Jenis-jenis informasi tertentu dapat diperoleh memalui pengamatan langsung oleh peneliti.[58] Didalam penelitian ini penulis langsung melakukan observasi ke lapangan.

[56]Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011) hal. 146
[57]Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011) hal. 146
[58]Faisal Sanafiyah, *Metodologi Penelitian Pendidikan,* (Surabaya: Usaha Nasional, 2004)

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dan responden. Dalam penelitian penulis melakukan wawancara dengan karyawan funding dan bebarapa nasabah yang menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

3. Dokumentasi

Data ini diperoleh dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang ada di PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhlas Kota Solok yang berkaitan dengan tabungan bajapuik dan dimanfaatkan dalam penyusunan penelitian ini.

E. Teknik Penentuan Informan

Dasar penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan teknik purposive, yang merupakan teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan peneliti yang kriterianya disesuaikan dengan maksud dan tujuan penelitian. Pemilihan informan berdasarkan pertimbangan pokok bahwa mereka memiliki kemampuan memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian[59]. Penentuan informan dengan teknik purposive yaitu dengan menentukan dan mengambil orang-orang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik, hingga relevan dengan desain penelitian. Selain menentukan informan secara purposive, penentuan informan dalam

[59] Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik,* (Yogyakarta: CALPULIS, 2015) hal. 56

penelitian ini juga dilakukan dengan menerapkan teknik *snowball sampling*. Pencarian informasi diakhiri ketika informasi yang dibutuhkan sudah dianggap cukup memadai sebagai bahan analisa.

F. Teknik Analisa Data

Untuk memperoleh hasil yang lengkap, tepat dan benar maka analisa data yang digunakan adalah metode data kualitatif dengan berfikir deduktif, metode ini digunakan untuk menganalisa data kualitatif (data yang tidak berupa angka-angka), sedangkan dalam menganalisa data tersebut digunakan cara berfikir deduktif yaitu berangkat dari fakta-fakta yang bersifat umum, kemudian diteliti untuk diambil suatu kesimpulan yang bersifat khusus.[60] Yaitu memaparkan Analisis Faktor pendorong nasabah memilih jasa tabungan bajapuik secara umum kemudian dijelaskan secara rinci satu persatu secara spesifik dan selanjutnya ditarik kesimpulan akhir.

Teknik analisa data yang dilakukan adalah :

1. Reduksi Data

   Setelah mengumpulkan data dari lapangan dianggap cukup banyak, kompleks dan rumit maka peneliti melakukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data adalah proses merangkup data melalui memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema atau polanya[61]. Mereduksi data juga berarti: proses pemilihan, pemusatan

[60]Sutrisno Hadi, 2004, *Metodologi Research,* Yogyakarta: Andi OffsetJilid I hal 43
[61] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)…hal 247*

perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan[62]. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak maka dari itu perlu diteliti dan dicatat dengan rinci. Oleh karena itu perlu analisis data dengan cara mereduksi data,memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

2. Penyajian Data *(Data Display)*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut[63].

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penyajian data. Penelitian kualitatif biasanya kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak menjawab rumusan masalah. Kesimpulan awal yang dikemukakan dapat bersifat sementara jika masih mengalami perubahan saat pengumpulan data

[62] Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik,* (Yogyakarta: CALPULIS, 2015) hal. 64

[63] Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian,* (Bandung: Pustaka Setia, 2008) hal. 201

berikutnya dan dapat bersifat kredibel jika sudah didukung bukti yang valid dan konsisten.

Kesimpulan hasil penelitian yang diambil dari hasil reduksi dan penyajian data adalah merupakan kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara ini masih dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti kuat lain pada saat proses verifikasi data di lapangan. Verifikasi adalah upaya membuktikan kembali benar atau tidaknya kesimpulan yang dibuat, sesuai atau tidaknya kesimpulan dengan kenyataan[64].

[64] Mohammad Ali, Muhammad Asrori, *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) hal. 289

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

1. Sejarah Berdirinya PT.BPR Syariah Barokah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

Seiring dengan semakin membaliknya pandangan masyarakat terhadap penerapan konsep syariah islam dalam aspek ekonomi terutama dalam bidang perbankan baik di dunia maupun di Indonesia, merupakan salah satu asal keberadaan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Barokah Nawaitul Ikhlas do Kota Solok yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam.

PT. BPR Syariah Barokah Nawaitul ikhlas kota solok resmi beroperasi tanggal 03 Juni 2008 atas dasar keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor : 10/35/KEP-GBI/065/2008 tanggal 08 Mei 2008. Hingga saat ini telah melayani kebutuhan perbankan syariah masyarakat kecil dan makro lebih kurang 3.5 tahun(tiga setengah tahun).

Berlokasi di jalan Datuak Parpatih Nan Sabatang No.807 Kelurahan Aro IV Korong Kecamatan Lubuk Sikarah Kottamadya Solok dan telah membuka kantor kas dengan alamat Jl. Kyai Ahmad Dahlan No.7 Pandan Dakek Kota solok.

Secara umum PT.BPR Syariah Barakah Nawaitul ikhlas dalam aktifitasnya menjelaskan dua fungsi perbaikan yakni menghimpun dan menyalurkan dana ke masyarakat. Pengimpunan dana yang dilakukan dapat bersumber dari dana pertama berupa tambahan modal. Dana Pihak ketiga (DPK) yang berasal dari tabungan dan Deposito. Sedangkan untuk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan kepada pihak terkait dengan pihak tidak terkait dengan besaran yang sudah ditetapkan oleh undang – undang perbankan.

PT. BPR Syariah Barokah Nawaitul Ikhlas koya solok merupakan bank pertama beroperasi di Kota Solok berdasarkan syariat islam yang memberikan bagi hasil kepada nasabah.

2. Visi dan Misi Serta Moto PT. Bank Pembiayaann Rakyat Syariah Barokah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

a) Visi :

"Menjadikan BPR Syariah yang sehat dan berkembang memberikan kepuasan serta keuntungan kepada masyarakat (Stakeholder) dengan cara yang islami."

b) Misi :

"Mendorong ekonomi masyarakat mikro dan kecil dalam meningkat taraf hidup menurut syariat islam."

c) Moto

"Melayani dengan Ikhlas."

3. Kode Etik dan Budaya Perusahaan

Kode etik merupakan suatu bentuk peraturan yang tertulis, mengingat dan memiliki sanksi dan dibuat berdasarkan prinsip-prinsip moral. Setiap banker Indonesia wajib mengelola bank secara sehat dan menghormati norma-norma bank yang berlaku, menaati semua tata nilai sebagai pedoman dasar dalam menentuian sikap dan tindakannya. Kode etik ini merupakan rumusan norma-norma, nilai-nilai tertulis yang disusun dan disepakati bersama banker untuk menjadi pedoman yang harus ditaati. Kode etik ini bersifat universal, agar semua banker mempunyai persepsi yang sama dalam implementasinya.

Agar kinerja PT.BPR Syariah Nawaitul Ikhlas lebih baik lagi, bank ini menerapkan 7 kode etik yang harus dijunjung tinggi oleh seluruh Staf karyawannya, diantaranya yaitu:

1. Jujur
2. Bertanggung jawab
3. Visioner
4. Disiplin
5. Kerjasama
6. Adil
7. Peduli

Selain itu, PT.BPR Syariah Barokah Nawaitul Ikhlas juga mempunyai budaya perusahaan agar lebih menjunjung tinggi bank, yaitu:

1. Amanah
2. Loyalitas
3. Madani
4. Ahli
5. Mandiri
6. Usaha
7. Bersyukur

4. Produk-Produk dan Jasa PT.BPR Syariah Barokah Nawaitul Ikhlas

1. Produk Penghimpun Dana

a. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah produk penghimpun dana BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas dengan akad Mudharabah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, dan tabungan yang mendapat bagi hasil dari bank.

Manfaat :

1) Aman dan terjamin
2) Bagi hasil kompetitif
3) Penyetoran dan pengambilan dapat dilakukan setiap setiap saat dikantor BPR syariah Barakah Nawaitul Ikhlas ataupun melalui sistem ‘’ simpanan bajapuik’’
4) Bebas biaya Administrasi bulanan

Persyaratan :

1) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening

2) Menyerahkan Fotocopy KTP, SIM/ Paspor
3) Setoran awal minimal Rp. 10.000

b. Tabungan Wadiah

Tabungan Wadiah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yaitu tabungan yang bersifat murni titipan dana oleh nasabah kepada pihak bank dimana nasabah tidak mendapatkan bagi hasil.

Manfaat :

1) Aman dan terjamin
2) Layanan antar jemput
3) Bebas biaya bulanan

Persyaratan :

1) Menandatangani formulir pembukuan rekening
2) Menyerahkan Fotocopy KTP, SIM/ Paspor
3) Setoran awal Rp. 10.000

c. Tabungan kurban

Merupakan investasi tabungan dengan akad mudharabah untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah qurban. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah qurbannya setiap tahun, sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan.

Persyaratan:

1) Mengisi dan menandatangani formulir pembukuan rekening
2) Fotocopy KTP, SIM/ Paspor
3) Setoran awal Rp.10.000

d. Deposito Mudharabah

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan badan hukum dengan bagi hasil yang menarik, simpanan dana masyarakat akan dikelola melalui pembiayaan sector rill yang halal dan baik saja.

Manfaat :

1) Dana aman, terjamin, dan dikelola secara syariah
2) Bagi hasil yang kompetitif, porsi bagi hasil deposoto berdasarkan jangka waktu :

   1 bulan 30%

   2 bulan 35%

   3 bulan 40%

   12 bulan 45%
3) Fasilitas automatic roll over (ARO) yaitu perpanjangan otomatis deposito, apabila nasabah belum mengambil deposito pada waktu jatuh tempo nasabah masih tetap mendapat bagi hasil
4) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

Karakteristik :

1) Jangka waktu flaksibel : 1,3,6, dan 12 bulan
2) Dicairkan pada saat jatuh tempo
3) Setoran awal minimal Rp. 1.000.000

2. Produk pembiayaan/ Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana merupakan produk yang digunakan oleh bank untuk menyalurkan dana dari masyarakat kelebihan dana (surplus unit) ke masyarakat yang kekurangan dana (deficit unit) melalui pembiayaan. Produk pembiayaan di PT. BPR Syariah barakah nawaitul Ikhlas berupa pembiayaan yang didasarkan atas akad (perjanjian) yang sesuai dengan tuntutan syariah islam, berdasarkan azaz kemitraan antara nasabah pembiayaan (debitur) dengan Bank.

Untuk memberikan pembiayaan/ penyaluran dana maka perlu melakukan analisis dengan 5C adalah sebagai berikut:

a. Character

Character adalah suatu keyakinan bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan pembiayaan benar-benar dapat dipercaya.

b. Capacity

Capacity adalah untuk melihat nasabah dalam kemampuannya dalam bidang bisnis yang di hubungkan dengan pendidikannya, kemampuan bisnis juga di ukur dengan kemampuan memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah , menjalankan usahanya dan

tentu saja pada akhirnya akan terlihat kemampuannya dalam mengembalikan pembiayaan.

c. Capital

Capital adalah untuk melihat keaktifan dalam modal, dilihat dari laporan neraca.

d. Collateral

Collateral adalah jaminan yang diberikan oleh nasabah baik fisik maupun nonfisik.

e. Condition

Menilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan masa yang akan datang sesuai sector masing-masing, serta prospk usaha dari sector yang ia jalankan.

Jenis- jenis pembiayaan yang terdapat di PT BPR syariah Barakah Nawaitul Ikhlas :

a. Pembiayaan Murabahah (jual beli)

Murabahah adalah akad jual beli suatu barang dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, yang sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperoleh. Pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan yang menyediakan barang oleh bank kepada nasabah berdasarkan perjanjian jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin yang disepakati.

1) Modal Kerja

Modal kerja secara umum yang dimaksud dengan pembiayaan modal kerja (PMK) syariah adalah pembiayaan jangka pendekyang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasrkan prinsip-prinsip syariah.

2) Investasi

Pembiayaan investasi merupakan pembiayaan yang diberikan untuk tujuan pengadaan barang-barang modal yang digunakan sebagai factor produksi.

3) Konsumsi

Merupakan pembiayaan yang digunakan untuk kegiatan pemenuhan kebutuhan, misalnya primer, sekunder, dan tersier.

4) Kendaraan bermotor

Merupakan produk pembiayaan penyaluran dana PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas untuk pembelian kendaraan bermotor.

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah yaitu:

a) Fotocopy KTP, dengan ketentuan bagi nasabah yang telah ,menikah menyerahkan fotocopy KTP suami istri, dan bagi yang belum menikah menyerahkan fotocopy KTP dan fotocopy KTP orang tua.
b) Pas Photo
c) Surat nikah

d) Kartu Keluarga

e) Memiliki jaminan pembiayaan

Dapat berupa : BPKB(beserta fotocopy STNK), SHM(sertifikat hak milik), deposito dan tabungan.

f) Legalitas usaha(pembiayaan untuk usaha)

g) Slip gaji bagi pegawai

h) Setiap nasabah pembiayaan harus membuka rekening tabungan pinjaman.

Ketentuan Khusus :

Menyerahkan nota pembelian sebuah kendaraan, nasabah memberikan 25% dari harga kendaraan tersebut sebagai DP

b. Ijarah Multijasa

Salah satu bentuk pembiayaan yang dapat digunakan nasabah untuk bidang pendidikan, kesehatan dan jasa lainnya.

Persyaratan yang harus dipenuhu nasabah:

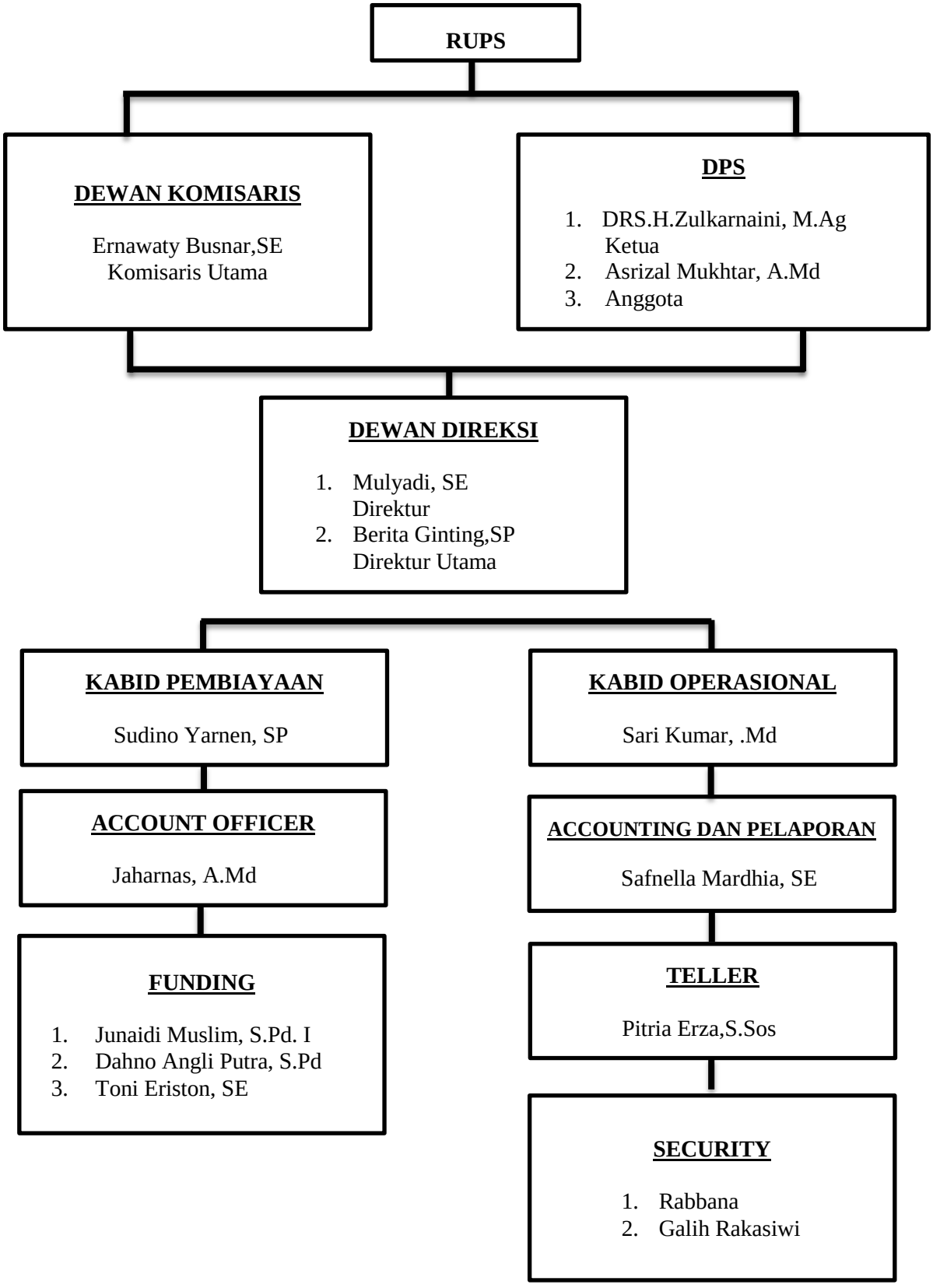
1) Fotocopy KTP
2) Pas Photo
3) Surat Nikah
4) Kartu Keluarga
5) Memiliki jaminan pembiayaan, dengan ketentuan:
    a) Jika jaminan kendaraan maka menyerahkan BPKB kendaraan tersebut

b) Jika jaminan tanah maka menyerahkan sertifikat tanah tersebut

6) Slip gaji pegawai

7) Setiap nasabah pembiyaan harus membuka rekening tabungan pinjaman

B. Struktur Organisasi PT.BPR Syariah Nawaitul Ikhlas Kota Solok



Adapun tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari setiap jabatan sebagai berikut:

1. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

   RUPS ini bertugas menetapkan pembagian dividen yang diperoleh dalam suatu periode, pertanggung jawaban Dewan Komisaris dan Direksi atau pelaksana an tugas yang telah diamanatkan kepada direksi dalam satu periode, serta mengangkat dan memberhentikan Komisaris dan Direksi.

2. Komisaris

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

3. Dewan Pengawas Syari'ah

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

4. Dewan Direksi

   Dewan direksi bertanggung jawab keluar dan kedalam hukum atas seluruh kegiatan usaha Bank dan aturan Perbankan yang ditetapkan pemerintah. Dewan Direksi melalui rapat umum pemegang saham (RUPS) harus lulus ujian kelayakan dan kepatutan yang dilakukan oleh OJK dan kemudian diangkat untuk periode 5 (lima) tahun. Dewan Direksi terdiri dari:

a. Direktur Utama

Mempunyai tugas dan tanggung jawab yaitu :

1) Mengurus dan memimpin seluruh kegiatan PT. BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok sesuai dengan peraturan dan ketentuan perbankan yang berlaku, baik hyang dikeluarka BI maupun Departemen Agama.
2) Mengamankan dan mengawasi tugas dan pekerjaan PT BPR Syariah Barakah Nawaithul Ikhlas Kota Solok secara aktif, diantaranya dalam pemberian pembiayaan, penghimpunan dana, persetujuan atas transaksi dengan Bank lain, mengangkat dan memberhentikan karyawan.

b. Direktur

Bertugas dan berwenang serta bertanggung jawab dalam menandatangani laporan keuangan, surat-surat yang berhubungan dengan pegawai, surat perjanjian dengan pihak ketiga surat-surat yang bersifat umum serta menghadiri undangan dari bank dan lain-lain.

5. Kabid Operasional

Bertugas memeriksa dan memberikat paraf pada nota-nota debet/kredit, buku tabungan dan sebagainya, mencocokan saldo kas harian dengan pembukuan dan saaldo rekening pada bank lain untuk dilaporkan pada direksi.

6. Kabid Pembiayaan

   Bertugas untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.

7. Accounting dan Pelaporan

   Mempunyai tugas yaitu;

   a. Memeriksa, menyusun dan membukukan seluruh media transaksi kedalam pencatatan harian.
   b. Memberikan laporan pada direksi terhadap pembersihan pendataan buku besar.
   c. Membuat/menyusun laporan setiap bulannya tentang laporan keuangan kepada BI serta pihak yang terkait lainnya.
   d. Bertanggung jawab atas pengadministrasian dokumen/surat perusahaan, inventaris perusahaan dan kepegawaian.

8. Account Officer

   Merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk mengelola permohonan pembiayaan, sejak dari interview, observasi, pencairan pembiayaan seta terhadap pembiayaan yang menunggak dan macet.

9. Funding

   Bagian ini bertugas untuk mengumpulkan dana dengan mencari nasabah yang ingin menabung di PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas serta bertugas untuk menjemput tabungan.

10. Teller

    Teller merupakan bagian yang bertugas meliputi transaksi penerimaan dan pembayaran tunai serta penyimpanan kas tunai pada perusahaan. Teller bertanggung jawab atas segala hal yang berhubungan dengan kas, baik berupa bukti transaksi maupun nominal dari kas tersebut.

11. Security

    Merupakan bagian yang berfungsi memastikan tercapainya kondisi lingkungan perusahaan, lingkungan yang aman dan kondusif.

C. Hasil Penelitian

1. Faktor Pendorong Nasabah dalam Memilih Menggunakan Jasa Tabungan Bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhas Kota Solok

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor pendorong nasabah dalam memilih menggunakan jas tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok. Sebagaimana yang telah diuraikan pada bab 2 bahwa minat pada hakekatnya merupakan sebab akibat dari pada pengalaman, minat berkembang sebagai hasil daripada sesuatu kegiatan yang akan menjadi sebab yang akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama.

Tabungan Bajapuik adalah simpanan yang dijemput oleh marketing funding ke tempat nasabah, baik dirumah, disekolah, dan di tempat nasabah melakukan usaha. Jasa ini sangat membantu nasabah dalam menabung karna tidak menghambat atau mengganggu waktu aktivitas dari nasabah.

Sedangkan minat Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, minat adalah kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Berdasarkan kepada teknik pengumpulan data penulis memakai teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi dan wawancara kepada nasabah pengguna jasa tabungan bajapuik.

Observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap gejal-gejala subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi berperan aktif, maksudnya penulis memainkan berbagai peran yang dimungkinkan dalam suatu situasi yang berkaitan dengan penelitiannya, dengan mempertimbangkan akses yang bisa diperolehnya dan bisa dimanfaatkan.

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dan responden. Dalam penelitian penulis melakukan wawancara dengan karyawan funding dan bebarapa nasabah yang menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

Wawancara ini diajukan secara tidak tertulis kepada nasabah untuk mengetahui faktor-faktor pendorong minat nasabah dalam memilih

menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhkas Kota Solok.

Berpedoman kepada pedoman observasi dan wawancara penulis mengambil beberapa pertanyaan yang ada dalam faktor-faktor pendorong minat nasabah terhadap tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhkas Kota Solok.

Penulis melakukan wawancara dan memberikan pertanyaan kepada nasabah yang menggunakan jasa tabungan bajapuik dan penulis menemukan faktor-faktor yang mendorong minat nasabah terhadap tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhkas Kota Solok.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada nasabah yang berada di Kota Solok mengenai faktor-faktor pendorong minat nasabah terhadap tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaithul Ikhkas Kota Solok diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Motivasi

Motivasi adalah dukungan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhannya. Atau suatu kebutuhan yang secara langsung diransang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.[65] Berdasarkan Motivasi untuk menjadi nasabah tabungan bajapuik, dapat dilihat dari hasil wawancara penulis dengan nasabah tabungan bajapuik apakah faktor motivasi yang mendorong atau

[65] Nugroho J Setiadi, *Perilaku konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal 93

mempengaruhi nasabah menjadi pengguna jasa/layanan tabungan bajapuik. Menurut Ibu Rismawati yang berusia 54 tahun:

" menggunakan tabungan bajapuik ini karna ada dorongan dari diri saya, sebagian dari keuntungan yang saya dapat saya tabungkan, dan apabila uang hasil jualan semua saya bawa pulang nanti habis untuk beli keperluan, jika sebagiannya saya tabungkan nanti disaat saya tidak punya uang saya bisa mengambil tabungan tersebut."[66]

Hasil wawancara penulis dengan ibu rismawati adalah bahwa beliau bekerja sebagai pedagang sayuran di Pasar Raya Solok, beliau menjadi nasabah tabungan bajapuik PT. BPRS lebih kurang 5 tahun. Alasan beliau menjadi nasabah adalah beliau terdorong untuk menyisihkan sedikit uangnya untuk dipakai suatu saat nanti apabila beliau benar-benar memerlukan uang. Jasa tabungan bajapuik PT. BPRS sangat membantu beliau, karna tidak perlu mendatangi bank langsung dan juga hemat waktu tidak mengganggu aktivitas beliau saat berjualan karena petugas marketing funding yang mendatangi beliau. Biasanya beliau menabung Rp. 10.000-Rp. 20.000/perharinya, karena petugas bank setiap hari menjemput tabungan ke Pasar Raya Solok. Menurut pengakuan beliau tidak ada pihak yang mempengaruhi beliau untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS ini karena kebutuhanlah yang mendorong beliau untuk menjadi nasabah bank ini.

[66] Rismawati, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 09. 10

Selanjutnya menurut Ibu Fatimah yang berusia 45 tahun mengatakan bahwa:

"saya menggunaka tabungan bajapuik ini karna menurut saya sistem ini sangat membantu saya dan karena tidak adanya biaya adm untuk membuka tabungan sehingga saya terdorong untuk menjadi nasabah tabungan bajapuik BPRS"[67]

Ibu Fatimah ini bekerja sebagai seorang pedagang kue di Pasar Raya Solok beliau menggunakan jasa BPRS memasuki 1 tahun karena ibu Fatimah berjualan di pasar solok baru 3tahun. Beliau tertarik menggunakan jasa tabungan BPRS karena tidak adanya biaya adm yang dipugut untuk nasabah baru membuka tabungan, dan juga minimal menabung itu Rp. 10.000 itu sangat membantu dan memudahkan untuk menabung. Dengan uang 10.000 sudah bisa membuka tabungan, dari pada hasil dagangan semua dibawa pulang dan untuk membeli keperluan lebih baik disisihkan sebagian untuk menabung. Ibu Fatimah biasanya menabung Rp. 15.000/perhari karena kalau lebih dari itu beliau takut nantinya anak beliau memerlukan uang lebih untuk sekolah. Pernah juga beliau tidak menabung selama 3 hari karena sepi. Penarikan tabungan dilakukan oleh ibu Fatimah biasanya sekali 3 bulan itupun tidak semua yang di ambil.

[67]Fatimah, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 09. 40

Selanjutnya menurut Ibu Ramadani yang berusia 57 tahun mengatakan bahwa:

“ saya mengajarkan cucu saya menabung supaya mereka bisa menghematkan uang belanja yang diberikan oleh ayahnya. Saya termotivasi karena banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi untuk sekolah mereka.”[68]

Ibu ramadani menabung itu menggunakan nama cucunya karena beliau mengajarkan cucunya untuk bisa hemat dan menyisihkan uang belanjanya. Apalagi untuk membuka tabungan cukup dengan uang Rp. 10.000, beliau yakin kalau cucu-cucunya bisa menyisihkan uangnya untuk menabung. Beliau meminta petugas marketing funding datang untuk menjemput tabungan 2 kali sehari yaitu pada hari senin dan hari kamis supaya cucunya ada kesempatan untuk menabung. Selama ibu Ramadani membuka tabungan untuk cucunya, cucunya jadi terbiasa untuk menabung dan setiap hari senin dan kamis siang cucunya sudah menunggu petugas marketing funding untuk menabung. Ibu Ramadani mengaku kalau tidak ada pihak manapun yang mempengaruhi beliau untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS selain keinginan dan dorongan kebutuhan.

[68] Ramadani, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 10.35

b. Belajar/Pembelajaran

Belajar adalah suatu pengalaman akan membawa kepada perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku atau suatu perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat dari adanya pengalaman sebelumnya. Dapat dilihat dari hasil wawancara penulis dengan nasabah tabungan bajapuik apakah faktor Belajar/Pembelajaran yang mendorong atau mempengaruhi nasabah menjadi pengguna jasa/layanan tabungan bajapuik. Menurut Bapak Sandi yang berusia 32 tahun beliau mengatakan:

" Saya ingin hijrah dari bunga bank karena saya sering mendengar bahwa bunga bank termasuk riba dan itu haram, banyak ayat Al-Qur'an yang menyatakan bahaya riba karena itu saya pindah ke Tabungan Bajapuik BPRS ini"[69]

Bapak Sandi merupakan pedagang pakaian di Pasar Raya Solok, beliau adalah nasabah baru yang menggunakan jasa tabungan bajapuik yang sebelumnya beliau menggunakan jasa yang sama dari bank konvensional. Beliau memutuskan hubungan dengan bank sebelumnya karena beliau sudah banyak mendengar pengajian tentang bahayanya riba. Bapak sandi takut hasil dari usaha yang ditabungkan nya itu tidak berkah dan sepenuhnya bersih/halal padahal beliau sudah susah payah menjalankan usahanya. Biasanya bapak Sandi menabung Rp. 50.000/perhari, kalau sedang sepi beliau menabung Rp. 30.000/perhari.

[69] Sandi, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 11.00

Marketing Funding setiap hari datang menjemput tabungan dan ini sangat membantu bapak Sandi karena kalau langsung ke Bank tidak ada orang yang akan menunggu tokonya.

Selanjutnya menurut Ibu Asmaini yang berusia 51 tahun beliau mengatakan:

"saya menabung disini karena saya pernah menjadi nasabah pembiayaan di bank ini, pengalaman saya selama menjadi nasabah pembiayaan itulah yang membuat saya tertarik menggunakan jasa tabungan bajapuik ini."[70]

Ibu Asmaini adalah seorang pedagang sembako di Pasar Raya Solok, beliau menggunakan jasa tabungan bajapuik ini baru sekitar 1tahunan, dahulunya sekitar tahun 2014 beliau pernah mengajukan pembiayaan untuk menambah modal usaha yang ditekuninya. Selama beliau menjadi nasabah pembiayaan beliau mendapatkan pelayanan yang baik dari petugas bank. Setelah pembiayaan yang beliau ajukan tersebut sudah dilunasi beliau masih ingin memiliki hubungan dengan BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas dan akhirnya beliau membuka tabungan di bank ini yaitu tabungan Mudharabah. Pengalamannya itulah yang mendorong beliau untuk membuka tabungan. Biasanya ibu Asmaini ini menabung Rp. 50.000 – Rp. 100.000/perhari dari hasil jualannya disisihkan sebagian untuk ditabungkan.

[70] Asmaini, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 10.00

Selanjutnya menurut bapak Hendri yang berusia 52 tahun beliau berkata:

" Saya takut dengan ancaman yang diberikan kepada orang-orang yang memakan riba, dan saya mengetahui bahwa bunga bank itu sama dengan riba dan riba itu haram hukumnya. Saya sudah mengetahui tapi masih menggunakannya maka dosa besarlah bagi saya, kerena itu saya menggunakan bank syariah yang tidak ada riba didalamnya. Saya yakin dengan BPRS ini karna ia menggunakan prinsip syariah pelayanan yang diberikan juga baik."[71]

Hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak hendri adalah yang mendorong beliau untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS karena faktor pengetahuan beliau, beliau mengetahui bunga bank itu haram hukumnya. Bapak Hendri ingin hasil tabungannya itu bebas dari hal-hal yang diharamkan Allah supaya hartanya berkah digunakan. Ditambah lagi dengan pelayanan dan mudahnya menggunakan jasa tabungan bajapuik ini tidak perlu mengumpulkan uang banyak dulu untuk menabung ke bank, dengan uang Rp. 10.000 sudah bisa membuka tabungan di BPRS tanpa dipungut biaya administrasi.

c. Sikap

Sikap merupakan pola perasaan, keyakinan dan kecendrungan prilaku terhadap orang, ide, atau objek-objek yang tetap dalam jangka waktu yang lama. Sikap dapat mempengaruhi atau mendorong sesorang

[71]Hendri, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 22 April 2019 di tempat usahanya Jam 09. 35

untuk melakukan sesuatu dan juga mengambil keputusan. Berikut adalah hasil wawancara penulis dengan nasabah apakah faktor sikap yang mendorong mereka untuk memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok. Menurut ibu Rima yang berusia 42 tahunbeliua berkata:

"saya senang dengan pelayanan yang diberi dan juga tabungan bajapuik ini memudahkan saya untuk menabung karena saya tidak perlu menghabiskan waktu untuk langsung pergi ke bank"[72]

Hasil wawancara dengan ibu Rima faktor yang mendorong beliau untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik adalah kerena memudahkan beliau dalam menabung dan tidak perlu langsung pergi ke bank untuk menabung meskipun jarak tempat usaha ibu rima tidak jauh dari bank. Beliau semakain yakin menabung disana karena petugas marketing funding sering singgah di kedai beliau dan beliau sering bertanya tentang sistem tabungan bajapuik, dengan penjelasan yang diberikan beliau menjadi tertarik. Ibu rima awal menabung itu Rp. 10.000 dan ibu rima menyuruh petugas marketing funding untuk setiap hari datang menjemput tabungan beliau.

Selanjutnya menurut bapak Herman yang berusia 48 tahun beliau berkata:

"saya kenal dengan petugas marketing yang menjemput tabungan, jadi saya sudah tau betul dengan petugas marketing funding itu, karena

[72] Rima, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam. 11.45

itu saya yakin dan percaya aja menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS ini"[73]

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan bapak herman hal yang membuat beliau menjadi nasabah tabungan bajapuik BPRS adalah karena beliau kenal dengan petugas markting funding yang menjemput tabungan. Bapak herman sudah tau betul petugas marketing itu seperti apa orangnya. Jadi beliau percaya dan yakin aja tidak ada keraguan yang dirasakan oleh bapak Herman, beliau biasanya menabung Rp 10.000 – Rp. 30.000. petugas marketing funding datang ketempat usaha bapak herman 2 kali dalam seminggu. Kalau ingin melakukan penarikan beliau memberi tahu petugas sehari sebelum melakukan penarikan.

d. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penginderaannya. Dimana persepsi ini dipengaruhi oleh lingkungan, pendengaran, penglihatan dan pengamatan dari seseorang untuk mengambil suatu tindakan. Berikut ini adalah hasil wawancara penulis dengan nasabah tabungan bajapuik apakah faktor persepsi yang mendorong atau mempengaruhi nasabah menjadi pengguna jasa/layanan tabungan bajapuik. Menurut ibu Nurhayati yang berusia 56 tahun beliau berkata:

[73]Herman, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 13.05

“ Teman-teman saya banyak menabung di bank ini saya melihat urusan mereka lancar-lancar saja tidak ada kendala, karena hal itu saya juga menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas ini”[74]

Hasil wawancara yang saya lakukan dengan ibu Nurhayati yang bekerja sebagai pedagang sembako sudah hampir 10 tahun di Pasar Raya Solok, beliau sudah 3 tahun lebih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas. Awalnya ibu Nurhayati belum mempunyai niat untuk menabung di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas, sedangkan teman-teman beliau yang jualan sekitar kios sudah banyak menggunakan jasa tabungan bajapuik ini. Teman-teman sekitar sudah sering mengajak beliau menabung menggunakan sistem tabungan bajapuik ini tetapi beliau selalu menolak dan mengatakan belum ada niat. Dengan berjalannya waktu ibu Nurhayati selalu mengamati dan memperhatikan sistem ini beliau melihat urusan teman-teman yang lain baik-baik saja dan pelayanan yang diberikan selalu baik tidak ada rasa kecewa yang dialami oleh temannya.

Sekitar 3 tahun yang lalu beliau mulai tertarik untuk menabung di BPRS ini karena untuk membuka rekening tabungan tidak sulit, yaitu cukup dengan uang Rp. 10.000/perhari dan tidak adanya dipungut biaya untuk administrasi dan juga pelayanan yang diberikan begitu baik.

[74] Nurhayati, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 10.47

Selanjutnya menurut bapak Rahman yang berusia 35 tahun beliau berkata:

“ saya melihat teman-teman saling berlomba-lomba untuk menggunakan jasa Tabungan Bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas karena itu juga saya ingin menggunakan jasa tabungan ini”[75]

Bapak Rahman merupakan pegawai yang bekerja di Kantor KemenAg Kota Solok beliau baru 6 bulan menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas. Awalnya beliau belum begitu percaya dengan sistem tabungan bajapuik ini beliau khawatir bisa saja nantinya petugas Marketing Funding tidak menyetorkan uang yang diberikan nasabah kepada teller. Karena, marketing funding hanya memberikan selembar slip setoran kepada nasabah, takutnya nanti metugas itu beralasan lupa menyetorkan uang tersebut dan dipakainya.

Sebelum beliau yakin untuk menjadi nasabah tabungan bajapuik BPRS Brakah Nawaitul Ikhlas, Bapak Rahman ini selalu mengamati dan mendengarkan cerita-cerita teman sesama kerjanya tentang tabungan Bajapuik BPRS ini. Sekitar 6 bulan yang lalu akhirnya beliau yakin dan percaya terhadap tabungan bajapuik BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas karena tidak adanya penipuan yang dilakukan oleh petugas yang menjemput tabungan, uang yang di berikan kepada petugas Marketing Funding selalu disetorkan kepada teller dan diprint ke buku tabungan.

[75] Rahman, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 22 April 2019 di tempat usahanya Jam 10 35

Selanjutnya menurut bapak Syukri yang bekerja di Dinas Kesehatan Kota Solok pendapat beliau:

"saya tertarik karena saya melihat begitu mudahnya menabung menggunakan tabungan bajapuik saya tidak perlu menghabiskan waktu untuk langsung pergi ke bank, apalagi kalau harus antrian hal itu yang saya tidak suka."[76]

Hasil wawancara penulis dengan bapak Syukri yang berusia 53 tahun, beliau tertarik menggunakan jasa tabungan bajapuik ini karena tidak banyaknya persyaratan dan prosedur yang harus di lalui untuk membuka rekening tabungan. Teman beliau yang sama bekerja disana sudah banyak menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas, sebelumnya beliau sudah banyak bertanya kepada teman beliau tentang tabungan bajapuik bprs ini. Akhirnya beliau tertarik karena dengan uang Rp. 10.000 beliau sudah bisa membuka rekening tabungan dan juga tidak dipungut biaya administrasi awal. Petugas tidak setiap hari datang ketempat bapak Syukri bekerja, marketing Funding datang menjemput tabungan 2 kali dalam seminggu. Minimal menabung itu 10.000, terkadang beliau menabung Rp 12.000 yaitu uang dari sisa membeli rokok bisa ditabungkan, tidak harus mengumpulkan uang Rp 50.000 untuk menabung ke bank, terkadang karna memakan waktu untuk pergi ke bank sering orang tidak jadi menabung karena malas atau uang tidak jadi terkumpul. Sedikit yang beliau keluhkan dari sistem Tabungan

[76]Syukri, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 19 April 2019 di rumahnya Jam 10.25

bajapuik BPRS ini karena tidak adanya ATM. Tetapi apabila ingin mengambil tabungan bapak Syukri sebelumnya mengatakan kepada petugas Marketing Funding kalau ia akan mengambil tabungan, lalu Marketing Funding datang membawakan uang tabungan bapak syukri pada saat hari yang telah di tentukan atau dijadwalkan.

Selanjutnya menurut ibu Meriana yang berusia 28 tahun beliau berkata:

" sebelumnya saya sering membandingkan antar bank yang menggunakan sistem Tabungan Bajapuik yang datang kesini, saya merasa ada nilai plus untuk pelayanan yang diberikan Marketing Funding. Itu salah satu alasan saya menggunakan jasa BPRS ini".[77]

Setelah wawancara dengan ibu Meriana dapat kita ambil informasi dari pengakuan ibu meriana yang mana beliau sebelumnya membandingkan anatar bank yang menggunakan atau menyediakan sistem yang sama yaitu sistem tabungan bajapuik. Beliau selalu ditawarkan oleh teman-temannya untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik namun beliau tidak langsung mau, tetapi beliau memperhatikan dulu sistem pelayanan yang diberikan oleh bank-bank tersebut. Ibu Meriana memutuskan menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS karena bagi beliau pelayanan yang diberikan ada nilai plus nya, petugas bank selalu ramah dan sopan terhadap nasabah dan selalu memasang raut wajah yang baik walaupun ada diantara nasabahnya yang banyak

[77] Meriana, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 14.05

pertanyaan atau juga nyinyir. Setelah itu petugas juga mudah akrab nya dengan nasabah, petugas marketing funding juga selalu jujur terhadap tabungan yang mana ia selalu menyetorkan uang tabungan nasabah kepada teller di bank. Lagi pula saat membuka tabungan baru tidak dipungut biaya administrasi, cukup dengan uang Rp. 10.000 sudah bisa menjadi nasabah tabungan BPRS. Meskipun tabungan di BPRS ini tidak menggunakan ATM tapi itu tidak menjadi kendala bagi ibu Meriana karena beliau belum punya niat untuk mengambil tabungan tersebut, jika ingin mengambil atau melakukan penarikan cukup dengan menghubungi marketing funding.

Selanjutnya ditambahkan oleh ibu Despinarni yang berusia 47 tahun, beliau berkata:

" saya melihat teman-teman yang menggunakan jasa BPRS mereka selalu puas dan tidak ada keluhan terhadap pencatatan yang dilakukan marketing funding. Jadi saya tidak ragu untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS karena petugas bank selalu menjaga kepercayaan nasabah dengan baik"[78]

Hasil wawancara dengan ibu despinarni beliau tertarik karena beliau selalu melihat teman-tean sekitar menggunakan jasa BPRS dan juga teman-teman beliau selalu mengajak untuk menggunakan jasa tabungan bajapuik. Ibu despinarni ini selalu aktif bertanya kepada teman dan petugas marketing funding untuk mencari informasi. Beliau

[78]Despinarni, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 14.30

memutuskan untuk menjadi nasabah BPRS karena melihat dan mendengarkan atas pelayanan dan pendapat teman sekitar.

Selanjutnya ditambahkan oleh pendapat ibu Yusfiana yang berusia 54 tahun beliau berkata:

" saya melihat teman yang berjualan di dekat saya banyak yang menggunakan jasa tabungan bajapuik dan urusannya dengan Bank tersebut lancar-lancar saja. Dan tidak ada salahnya juga saya mencoba jasa tabungan bajapuik tersebut karena petugas bank setiap hari datang menjemput tabungan".[79]

Wawancara dengan ibu Yusfiana yang bekerja sebagai pedagang beras di pasar solok, beliau tertarik karena teman-teman beliau banyak menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS. Marketing Funding selalu berusaha untuk menjaga kepercayaan nasabah dan juga Marketing Funding selalu memberikan pelayanan yang baik dan Nampak nya ia akrab dengan nasabahnya. Itu salah satu alasan beliau menggunakan jasa BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas.

Menurut ibu Eva yang berusia 38 tahun beliau berkata:

" saya sering mendengar teman saya bercerita tentang tabungan bajapuik, katanya sangat membantu untuk menabung orang yang menjemput tabungannya juga baik dan pandai bergaul dengan nasabah ia selalu berusaha menjaga kepercayaan nasabah.".[80]

[79] Yusfiana, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 18 April 2019 di tempat usahanya Jam 15.14

[80] Eva, nasabah BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 19 April 2019 di tempat usahanya Jam 10,25

Hasil wawancara dengan ibu eva ini beliau tertarik karena cerita temannya, temannya tidak pernah ditipu oleh petugas bank tersebut. Beliau melihat temannya selalu bisa menyisihkan uang untuk menabung, dan beliau jadi ingin tau tentang tabungan bajapuik tersebut, ternyata dengan uang Rp. 10.000 beliau bisa menabung ke bank dan itu dijemput juga ketempat usaha. Kalau langsung menabung ke bank tidak mungkin hanya Rp. 10.000 harus mengumpulkan banyak uang dulu karena merasa malu kalau seandainya menabung 50.000 harus mendatangi bank dan antrian. Akhirnya beliau memutuskan untuk menjadi nasabah di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas.

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan beberapa orang nasabah yang menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok dapat dilihat bahwa keempat faktor tersebut memiliki saling keterkaitan dalam mmendorong minat nasabah memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik. Akan tetapi dilihat dari hasil wawancara diatas faktor motivasi dan persepsi yang banyak mendorong minat masyarakat, yang mana informasi yang didapat itu dari mulut ke mulut dan juga nasabah melihat sendiri bagaimana pelayanan dan kejujuran dari petugas Marketing Funding ditambah juga dengan kebutuhan dimasa akan datang yang mendorong nasabah untuk menabung.

Selain melakukan wawancara dengan pihak nasabah, penulis juga melakukan wawancara dengan petugas marketing funding BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok yang mana petugasnya berjumlah tiga orang.

Pertama penulis melakukan wawancara dengan bapak Toni Eriston, SE yang berusia 42 tahun, beliau bekerja di sana sejak awal BPRS ini berdiri yaitu sejak tahun 2008. Kata beliau selama beliau bekerja di BPRS minat nasabah bagus terhadap bprs, dan nasabahnya selalu meningkat di setiap tahunnya.

Usaha keras yang dilakukan itu pada saat awal BPRS berdiri dimana bank syariah baru bermunculan dan masyarakat merasa asing dengan bank syariah tersebut, masyarakat mengatakan semua bank itu sama dan beliau selalu berusaha memberikan pengertian kepada nasabah. Namun pada saat ini masyarakat sudah mulai tau beda bank syariah dengan konvensional, dan juga tidak susah lagi untuk mengajak nasabah menggunakan jasa bank syariah.

Minat masyarakat selalu meningkat setiap tahunnya dibuktikan dengan selalu bertambah nya nasabah menabung di BPRS dengan jasa tabungan bajapuik, dikarenakan motivasi masyarakat untuk menabung dan banyak mendapatkan informasi dari mulut ke mulut. Dengan melihat lingkungan sekitar si calon nasabah menjadi tertarik untuk menjadi nasabah tabungan bajapuik.[81]

[81]Toni Eriston, Marketing Funding BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 16 April 2019 di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Jam 11.05

Kelebihan dari sistem ini adalah nasabah tidak perlu lagi untuk langsung pergi ke bank untuk menabung, hal itu sangat membantu nasabah yang tidak meiliki waktu untuk ke bank dan juga untuk yang berdagang di pasar kalau langsung pergi ke bank siapa yang akan menjaga dagangannhya. Maka, tabungan bajapuik ini adalah solusinya. Di balik kelebihan itu pasti terselip kekurangannya, yaitu tidak ada nya menggunakan ATM. Namun semua itu bisa ditasi dengan memberikan pelayan yang baik, apabila ada nasabah yang akan melakukan penarikan tabungan maka sebelumnya nasabah terlebih dahulu memberikan petugas marketing funding supaya dibawakan uang yang akan ditarik oleh nasabah.

Kedua, wawancara dengan bapak Junaidi Muslim yang berusia 34 tahun, beliau bekerja di BPRS sudah 6 tahun, menurut beliau minat nasabah selalu baik terhadap tabungan bajapuik ditandai dengan bertambahnya nasabah yang menggunakan jasa tabungan bajapuik. Hal yang melatar belakangi nasabah untuk menabung itu salah satunya karena tabungan nya yang dijemput ketempat usaha nasabah, sehingga tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk datang ke bank, dan juga untuk membuka tabungan bajapuik tidak susah cukup dengan uang Rp. 10.000 sudah bisa membuka tabungan tanpa dipungut biaya administrasi, karena minimal yang ditentukan itu Rp. 10.000.

Marketing Funding selalu memberikan pelayanan yang baik dan juga harus menjaga kepercayaan nasabah. menurt beliau saat ini yang

mendorong nasbah membuka tabungan itu karena informasi dari teman-teman, adan juga melihat teman-teman sekitar tempat usaha menggunakan tabungan bajapuik sehingga dengan keadaan seperti seseorang menjadi tertarik.[82]

Selanjutnya yang *ketiga*,penulis melakukan wawancara dengan bapak Dahno Angli Putra yang berusia 32 tahun, beliau bekerja di BPRS sudah 3 tahun. Pendapat beliau tidak jauh berbeda dengan bapak Toni dan Bapak Junaidi, yaitu yang mendorong minat nasabah pada saat ini adalah motivasi dari dalam diri dan yang lebih dominan itu karena melihat teman menggunakan tabungan bajapuik, maka ia akan tertarik juga dengan tabungan bajapuik ini[83]. Karena setiap orang yang bertanya kepada marketing funding petugas selalu memberi penjelasan yang baik sehingga calon nasabah menjadi yakin dan akhirnya menggunakan jasa tabungan bajapuik BPRS ini.

2. Analisis Penulis

Apabila dikaitkan dengan ajaran Islam, mengetahui faktor-faktor pendorong nasabah dalam memilih munggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok pada umumnya berada dalam koridor ajaran agama Islam. Mereka memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok karena

[82]Junaidi Muslim, Marketing Funding BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 16 April 2019 di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Jam 08,40

[83] Dahno Angli Putra, Marketing Funding BPRS, Wawancara Pribadi. Tanggal 16 April 2019 di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Jam 13.15

banyaknya faktor yang mendorong. Misalnya faktor Motivasi dan faktor Persepsi yang menjelaskan kenapa para nasabah beminat menggunakan jasa tabungan bajapuik tersebut.

Menabung merupakan menyisihkan atau menyimpan sebagian harta untuk dapat dimanfaat kan dimasa yang akan datang. Menyisihkan sebagian harta untuk ditabung tak hanya diajarkan orang tua atau guru. Ajaran Islam yang mengatur kehidupan muamalah manusia juga telah memberi penjelasan tentang cara mengurus harta. Ajaran Islam mengajarkan umat-Nya untuk tidak berlebihan, tidak juga kikir dalam urusan harta. Sebagaimana yang dijelaskan dalam surat Al Isra' ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا

Artinya: Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

Maksud dari ayat diatas adalah hendaknya jangan terlalu pelit untuk bersedekah atau membagikan rezki kepada orang lain, dan juga jangan terlalu boros dalam menggunakan harta, hendaklah ada menyisihkan sebagian untuk digunakan dimasa yang akan datang.

Dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa faktor pendorong nasabah memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik adalah motivasi dan persepsi, yang mana nasabah di dorong oleh kebutuhan dimasa yang akan datang. Nasabah juga didorong oleh faktor keyakinan yang didapat dari

pengaruh faktor lingkungan dan penginderaannya sehingga terangsang dan tertarik menyisihkan harta mereka untuk ditabungkan.

Islam mewajibkan setiap muslim untuk menabungkan sebagian harta. Karena salah satu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang adalah dengan cara menabung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor pendorong nasabah dalam memilih menggunakan jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok adalah faktor motivasi dan faktor persepsi. Faktor motivasi berupa dorongan dari dalam diri seseorang terhadap kebutuhan, Sehingga seseorang bisa mengambil keputusan atas dorongan dan juga kebutuhan tersebut. Selain dari itu nasabah juga tertarik karena faktor persepsi. Faktor persepsi itu berupa indera penglihatan dan pendengaran dan juga pengamatan terhadap sesuatu termasuk juga lingkungan sekitar. Nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing funding PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan pengamatan penulis yang terdeskripsikan dalam skripsi ini, maka penulis memberikan saran yang semoga dapat bermanfaat. Bagi petugas marketing Funding diharapkan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang baik lagi kepada nasabah. sehingga tercipta motivasi dan persepsi yang lebih baik lagi terhadap jasa tabungan bajapuik PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas. Dan juga Nasabah pengguna jasa Tabungan Bajapuik disarankan untuk mencatat juga tabungan yang diberikan kepada petugas untuk mengantisipasi jika nantinya ada kekhilafan petugas marketing funding sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Dengan demikian penyusunan skripsi ini, dan penulis menyadari akan segala kekurangan, maka saran dan kritik sangat diharapkan demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Agustinova, Danu Eko. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik.* Yogyakarta: Calpulis

Ali, Muhammad dan Muhammad Asrori. 2014. *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan.* Jakarta: Bumi Aksara

Alma, Buchari dan Donni Juni Prionsa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah.* Bandung: Alfabeta.

Arif, M. nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta

Ascarya. 2013. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali

Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah.* Jakarta: Prenadamedia Group

Kasmir. 2007. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2015. *Dasar-dasar Perbankan edisi revisi*. Jakarta: Rajawali

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi.* Jakarta: Salemba Empat

Fajri, Jerina NIM (3212106) jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi *" Praktek Jual Beli Ijon Oleh Petani di Desa Padang Belimbing Menurut Perspektif Islam"* 2016

Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia

Mardani. 2014. *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi SyariahI.* Jakarta: Rajawali Pers

Muhammad. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: rajawali Pers

Pramudiana, Yudi. Risris Rismayani, dkk. 2016. *Business Plan (bagaimana memulai dan menjalankan bisnis baru).* Bandung: Remaja Rosdakarya

Rivai, Veithzal. 2014. Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Saebani, Beni Ahmad. 2008. *Metode Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia

Sanafiyah, Faisal. 2004. *Metode Penelitian Pendidikan*. Surabaya: usaha Nasional

Setiadi,Nugroho.2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Edisi Revisi).* Jakarta: Kencana

Setiadi,Nugroho.2008.*Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Siswanto. 2011. *Pengantar Manajemen.*Jakarta: Bumi Aksara

Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasi.* Yogyakarta: Penerbit Andi

Sumar'in. 2012. *Konsep kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Thamrin, Abdullah. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan.* Jakarta: Rajawali

Wahjono, Sentot Imam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Wibowo. 2015. *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali

Wiludjeng, Sri. 2007. *Pengantar Manajemen*.Yogyakarta: Graha Ilmu

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: bumi Pustaka