

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syari'ah Mandiri Dan Karakteristik Responden

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Singkat Bank Syari'ah Mandiri

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syari'ah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syari'ah atau dengan membuka cabang khusus syari'ah.¹

PT Bank Susila Bakti (PT Bank Susila Bakti) yang dimiliki

¹ www.banksyariahmandiri.com

oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997 - 1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syari'ah dengan suntikan modal dari pemilik.

Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) ke dalam PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT Bank Susila Bakti menjadi bank syari'ah (dengan nama Bank Syari'ah Sakinah) diambil alih oleh PT Bank Mandiri (Persero).

PT Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT Bank Susila Bakti menjadi bank syari'ah, sejalan dengan keinginan PT Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syari'ah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT Bank Susila Bakti menjadi PT Bank Syari'ah Sakinah berdasarkan Akta Notaris: Ny. Machrani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999 Notaris: Sutjipto, SH nama PT Bank Syari'ah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT Bank Syari'ah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP. BI/1999

telah memberikan ijin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah kepada PT Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT Bank Susila Bakti menjadi PT Bank Syari'ah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT Bank Syari'ah Mandiri. Kelahiran Bank Syari'ah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syari'ah di PT Bank Susila Bakti dan Manajemen PT Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syari'ah di lingkungan PT Bank Mandiri (Persero).

PT Bank Syari'ah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT Bank Syari'ah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia.²

PT Bank Syari'ah Mandiri memiliki kantor cabang di beberapa kota ,salah satu kantor cabang tersebut terletak di kota Semarang. Kantor Cabang Bank Syari'ah Mandiri di Semarang mulai beroperasi pada tanggal 5 september 2003 dengan kantor pertama di Jalan Gajah Mada No.184 Semarang, kemudian pada

² *Ibid*

bulan juli 2006 Kantor cabang Bank Syari'ah Mandiri pindah ke jalan Pemuda No.583-585 Semarang, hal ini dikarenakan oleh faktor lokasi yang terletak dekat dengan pusat pemerintahan sehingga memudahkan pihak bank untuk beroperasi.

Secara garis besar dapat diuraikan data Bank Syari'ah Mandiri sebagai berikut:

Nama	: PT. Bank Syari'ah Mandiri
Alamat	: Gedung Bank Syari'ah Mandiri Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340 – Indonesia
Telepon	: (62-21)2300509, 39839000 (Hunting)
Faksimili	: (62-21)39832989
Homepage	: www.syariahmandiri.co.id
Email	: callbsm@syariahmandiri.co.id
Tanggal berdiri	: 25 Oktober 1999
Tanggal beroperasi	: 1 November 1999
Jenis usaha	: Perbankan
Modal dasar	: Rp 1.000.000.000.000,00
Modal disetor	: Rp 658.244.000.000,00
Jumlah kantor	: 360
Jumlah ATM	: 118 (BSM), 4.198 (Mandiri), 17.081 (bersama), 6.144 (BCA), 82.740 (Debit BCA)

Selain membuka kantor cabang PT Bank Syari'ah Mandiri

juga membuka kantor kas yang pertama kali terletak di jalan Siliwangi No.650 Semarang, dan mulai beroperasi pada tanggal 30 april 2004, yang kemudian relokasi ke Ruko Siliwangi Plaza Blok A5 jalan Jendral Sudirman No.187-189 Karangayu Semarang. Selain kantor cabang dan kantor kas yang berada di semarang, juga terdapat 3 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Kas, 1 Kantor Layanan Syari'ah, 1 Payment point, dan direncanakan di tahun ini akan menambah 1 Kantor Kas yang terletak di daerah Pedurungan Semarang.³

4.1.1.2 Visi Misi dan Nilai-Nilai Bank Syari'ah Mandiri

a. Visi

Menjadi Bank Syari'ah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha

b. Misi

- Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan
- Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM
- Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat
- Mengembangkan nilai-nilai syari'ah universal
- Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

³ Wawancara dengan Bapak Akhmad Nurudin Rabu 26 Agustus 2009

c. Nilai-Nilai

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan tahun 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-*shared* oleh seluruh pegawai Bank Syari'ah Mandiri yang disebut *Shared Values* Bank Syari'ah Mandiri. *Shared Values* Bank Syari'ah Mandiri disingkat “**ETHIC**”.

- *Excellence*

Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.

- *Teamwork*

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

- *Humanity*

Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius.

- *Integrity*

Menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji.

- *Customer Focus*

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syari'ah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

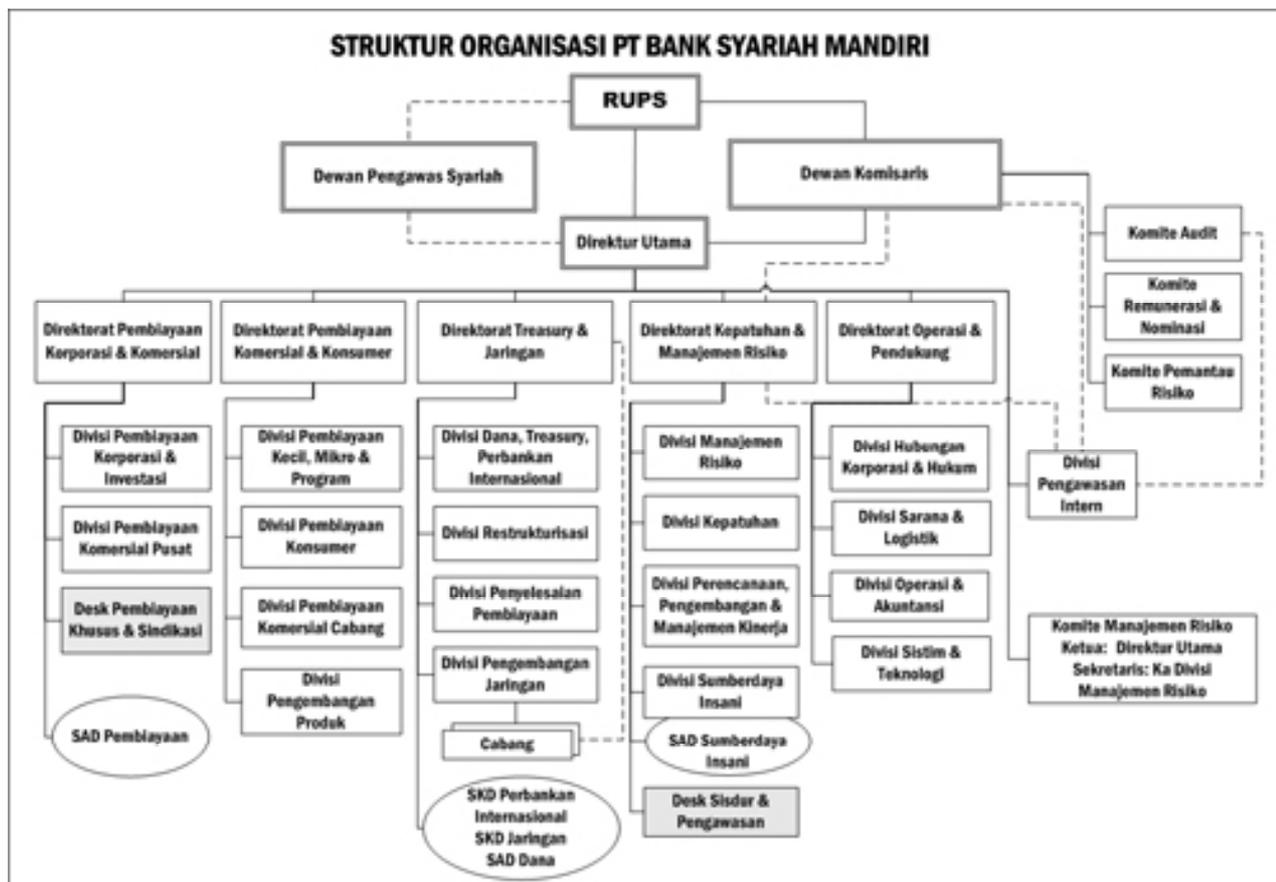
4.1.1.3 Struktur Organisasi Bank Syari'ah Mandiri

PT. Bank Syariah Mandiri memiliki struktur organisasi

yang diciptakan sesuai dengan perkembangan kebutuhan. Oleh karena itu, struktur ini dapat berubah jika kebutuhan berubah pula. Berdasarkan prinsip tersebut maka struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri adalah relatif dan fleksibel. Struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri per tanggal 31 September 2009 adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri

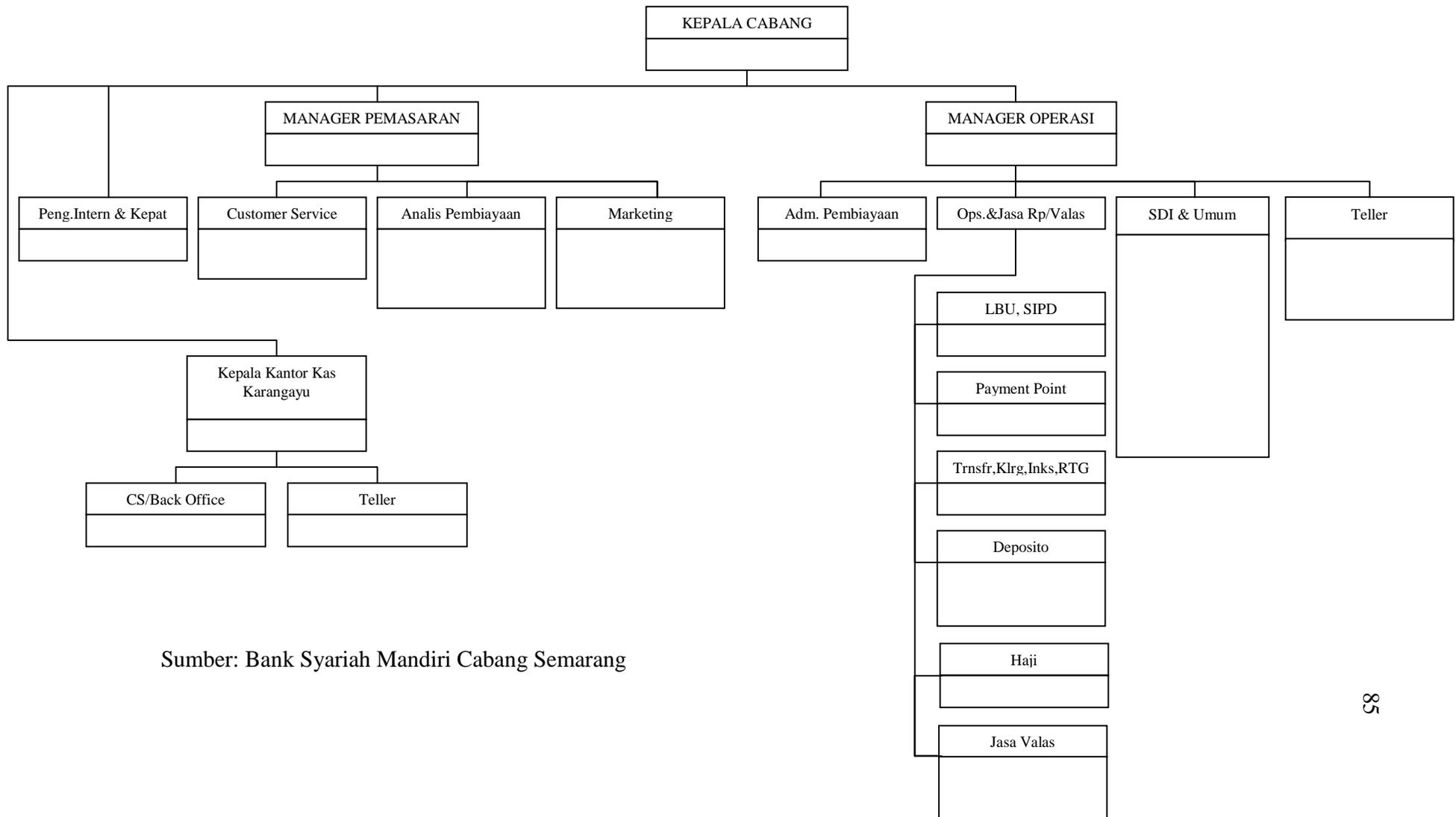


Sumber: www.banksyariahamandiri.com

Adapun sruktur organinasi PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2

Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang



Sumber: Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang

Adapun penjelasan deskripsi pekerjaan dari struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang adalah sebagai berikut :

1. Kepala Cabang.

Tugas dari Kepala Cabang, yaitu :

- a. Mengelola secara optimal sumber daya cabang agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang serta mengkoordinir pembuatan rencana kerja tahunan cabang.
- b. Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai tingkat volume/sasaran yang telah ditetapkan baik pembiayaan, pendanaan, maupun jasa-jasa.
- c. Melakukan kegiatan penghimpunan dana; pemasaran pembiayaan; pemasaran jasa-jasa untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
- d. Bersama dengan anggota komite lainnya memutuskan pembiayaan sesuai dengan batas wewenangnya atau dimintakan persetujuan ke kantor pusat.
- e. Memutuskan pencairan pembiayaan sesuai dengan wewenangnya dan melakukan pembinaan, baik terhadap nasabah maupun investor.
- f. Memantau kualitas aktiva produktif dan mengupayakan kolektibilitas lancar minimal sama dengan target yang telah ditetapkan direksi.

g. Mengarahkan para pejabat dan petugas yang diberikan wewenang pengoperasian AS-400 untuk selalu memelihara dan menjaga kerahasiaan password dan sandi masing-masing termasuk kerahasiaan *password* yang menjadi tanggung jawabnya.

2. Manajer Pemasaran.

Tugas dari Manajer Pemasaran, yaitu :

- a. Mengelola secara optimal sumber daya bidang pemasaran agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang serta membuat rencana kerja tahunan bidang pendanaan, pembiayaan, jasa-jasa dan hasil usaha.
- b. Memonitor realisasi target operasional cabang serta menetapkan upaya-upaya pencapaiannya.
- c. Melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai tingkat volume/sasaran yang telah ditetapkan baik pembiayaan, pendanaan maupun jasa-jasa.
- d. Melakukan *review* atas proses pemberian pembiayaan dengan penekanan kepada upaya antisipasi risiko pembiayaan, yang meliputi :
 - 1) *Review* kelengkapan dan keabsahan dokumen permohonan pembiayaan.
 - 2) *Review* kelengkapan/kecukupan hasil investigasi.
 - 3) *Review* ketajaman dan kedalaman analisa pembiayaan.

- 4) *Review* kewajaran limit pembiayaan dan *nisbah* bagi hasil/margin.
 - 5) *Review* kelengkapan persyaratan pembiayaan yang ditetapkan sehingga pembiayaan aman ditinjau dari segi bank.
- e. Bersama-sama dengan anggota Komite Pembiayaan lainnya memutuskan pembiayaan sesuai dengan batas wewenangnya.
3. Manajer Operasi.

Tugas dari Manajer Pemasaran, yaitu :

- a. Mengelola secara optimal sumber daya bidang operasi agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang serta membuat rencana dan sasaran kerja tahunan cabang di Bidang Operasi.
- b. Melakukan pengecekan pemenuhan prasyarat/syarat pembiayaan berdasarkan Surat Penegasan Persetujuan Pembiayaan (SP3) dan akad pembiayaan.
- c. Memberikan rekomendasi disetujui/ditundanya pencairan pembiayaan berdasarkan hasil pengecekan persyaratan pembiayaan yang telah dilakukan.
- d. Melakukan pemantauan terhadap kualitas aktiva produktif dan menginformasikan hasilnya kepada pimpinan cabang serta Manajer Pemasaran.

- e. Mengkoordinir pelaksanaan administrasi pembiayaan dan pelaporannya.
 - f. Mengkoordinir dan memastikan terselenggaranya kegiatan akuntansi, pelaporan, pelayanan dibidang kas, logistik, sumber daya insani, pengamanan, kebersihan, kearsipan dan pengoperasian komputer di cabang dengan baik dan benar.
 - g. Mengkoordinir dan memastikan terselenggaranya *filling* dokumen pembiayaan (*legal file*) secara tertib dan aman.
4. Kepala Kantor Kas

Tugas dari Kepala Kantor Kas, yaitu :

- a. Mengelola secara optimal sumber daya Kantor Kas agar dapat mendukung kelancaran operasional Bidang Operasi serta membuat rencana dan sasaran kerja tahunan Bidang Operasi di Kantor Kas.
- b. Melakukan pemantauan terhadap kualitas aktiva produktif dan menginformasikan hasilnya kepada Manajer Operasi.
- c. Mengkoordinir dan memastikan terselenggaranya kegiatan akuntansi, pelaporan, pelayanan dibidang kas, logistik, sumber daya insani, pengamanan, kebersihan, kearsipan dan pengoperasian komputer di Kantor Kas dengan baik dan benar.
- d. Memastikan pencapaian target operasional Kantor Kas dan

- berkoordinasi dengan bagian lain dalam memecahkan/menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.
- e. Mengusulkan penyempurnaan Pedoman Operasional Bank atau ketentuan lainnya kepada Manajer Operasi.
 - f. Melakukan pembinaan akhlaq pegawai secara rutin agar diperoleh bankir yang Islami dan memberi nasehat kepada pegawai yang mengalami masalah pribadi/keluarga yang dapat/telah mengganggu kelancaran tugas-tugasnya.
 - g. Melakukan evaluasi berkala terhadap kecukupan kualitas dan kuantitas sumber daya Kantor Kas guna menetapkan strategi yang akan dilakukan.
5. Pengawasan Intern dan Kepatuhan.
- Tugas dari Pengawasan Intern dan Kepatuhan, yaitu :
- a. Kebijakan atau Peraturan.
 - 1) Memastikan kebijakan intern, prosedur operasional atau peraturan lainnya telah tersedia di cabang.
 - 2) Memastikan bahwa kebijakan/ketentuan kantor pusat telah disosialisasikan.
 - b. Operasional
 - 1) Memeriksa ulang terhadap keabsahan dan kebenaran proses transaksi harian serta keabsahan bukti-bukti pendukungnya dengan *proofsheets*.
 - 2) Memastikan kebenaran *postling* transaksi pada AS-400.

- 3) Memastikan kebenaran pelaksanaan kegiatan operasional telah sesuai dengan Pedoman Operasional Bank (POB), Surat Edaran atau ketentuan lainnya baik dari kantor pusat maupun pihak ekstern (BI atau pihak ketiga lainnya).
- 4) Memastikan bahwa proses pengolahan data telah berjalan dengan benar dan tepat waktu.
- 5) Memastikan bahwa pembuatan laporan unit kerja, baik laporan kepada kantor pusat maupun kepada pihak ekstern (BI atau pihak ketiga lainnya) telah dilakukan dengan benar dan tepat waktu.
- 6) Menilai kesesuaian pelaksanaan tugas masing-masing pegawai dengan *job description*.
- 7) Melakukan pemantauan atas tindak lanjut rekomendasi auditor (baik SKAI-DPI atau auditor ekstern) maupun rekomendasi dari unit kantor pusat lainnya.
- 8) Melakukan pengawasan terhadap penyimpanan dan pengamanan *back up* data.
- 9) Memastikan bahwa keamanan dan kebersihan ruang komputer telah memadai.

c. Pembiayaan

- 1) Memastikan bahwa proses pemberian pembiayaan telah sesuai dengan kebijakan/ketentuan intern bank.

- 2) Memastikan bahwa semua pembiayaan telah mendapatkan persetujuan pejabat yang berwenang sesuai dengan batas wewenangnya.
- 3) Memastikan kebenaran administrasi pembiayaan yang diberikan.
- 4) Memastikan kelengkapan dan keabsahan legal dokumen.
- 5) Memastikan bahwa fisik jaminan telah dikuasai oleh bank dengan aman dan sesuai dengan nilai dan lokasinya.

d. Umum

- 1) Memonitor absensi pegawai.
- 2) Memastikan bahwa hak pegawai telah dipenuhi/dibayarkan sesuai ketentuan.
- 3) Memastikan kecukupan sarana logistik dan sumber daya insani serta pemanfaatannya telah dilakukan secara efektif dan efisien.
- 4) Memastikan pengelolaan arsip cabang telah berjalan sesuai ketentuan.
- 5) Menyimpan, membuat daftar file dan bertanggung jawab atas bukti/file pembukuan yang telah dilakukan pemeriksaan.

e. Pelaporan

- 1) Membuat laporan insidentil apabila terjadi hal-hal khusus yang perlu dilaporkan (kasus).
- 2) Secara mingguan membuat laporan kepada Kepala Cabang atas temuan/penyimpangan yang terjadi.
- 3) Setiap bulanan membuat laporan kepada Unit Kepatuhan atas temuan/penyimpangan yang bersifat prinsipil.

6. *Marketing Officer.*

Tugas dari Marketing Officer, yaitu :

- a. Membantu Manajer Pemasaran dalam menetapkan rencana kerja tahunan Bidang Pemasaran baik pembiayaan, pendanaan maupun jasa-jasa bank.
- b. Melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai volume/sasaran yang telah ditetapkan.
- c. Melakukan survei/pengamatan secara langsung terhadap kondisi/potensi bisnis daerah.
- d. Membuat perencanaan solisitasi nasabah maupun investor untuk memperoleh nasabah/investor yang baik.
- e. Melaksanakan solisitasi nasabah/investor sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

7. *Analisis Officer.*

Tugas dari Analisis Officer, yaitu :

- a. Membantu Manajer Pemasaran dalam menetapkan rencana kerja tahunan Bidang Pembiayaan.
 - b. Membuat Nota Analisa Pembiayaan (pendekatan 5 C atau 7 A atau pendekatan lainnya) dan mengusulkan prasyarat dan syarat pembiayaan.
 - c. Memeriksa kelengkapan dokumen sebelum fasilitas pembiayaan dicairkan.
 - d. Bersama-sama dengan anggota Komite Pembiayaan lainnya memutuskan pembiayaan sesuai dengan batas wewenang nya.
 - e. Melakukan monitoring atas masa berlakunya legalitas usaha nasabah, asuransi, dan hak atas jaminan yang diterima jika berbentuk HGB, HGU maupun Hak Pakai.
8. Administrasi Pembiayaan

Tugas dari Administrasi Pembiayaan, yaitu :

- a. Melakukan pengecekan kelengkapan pemenuhan dokumen pembiayaan sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan prasyarat/syarat yang telah disepakati.
- b. Monitoring ketertiban pelaksanaan pembayaran kewajiban nasabah (angsuran/bagi hasil).
- c. Melakukan administrasi jaminan pembiayaan.
- d. Monitoring kewajiban nasabah yang telah jatuh tempo (menunggak) untuk di informasikan kepada Manajer

Operasi dan diteruskan kepada Manajer Pemasaran untuk ditindaklanjuti.

- e. Membuat dan menyampaikan laporan di bidang pembiayaan baik kepada kantor pusat maupun kepada Bank Indonesia secara benar dan tepat waktu.

9. Pelaksana Operasi

Tugas dari Pelaksana Operasi, yaitu :

- a. Melaksanakan pemeriksaan ulang atas semua transaksi transfer keluar/masuk maupun Nota Debet keluar/masuk setiap akhir hari.
- b. Menata usahakan persediaan blangko Nota Kredit/Debet.
- c. Memeriksa kebenaran/kecocokan antara fisik blangko Nota Kredit/Nota Debet dengan kartu persediaan.
- d. Memfile berkas-berkas transfer (copy Nota Kredit/Nota Debet atau Aplikasi Transfer).
- e. Melaksanakan *corporate culture* (SIFAT).

10. Pelaksana Sumber Daya Insani dan Umum

Tugas dari Pelaksana SDI dan Umum, yaitu :

- a. Menata usahakan absensi harian pegawai (pagi dan sore hari), membayar uang lembur pegawai, penggantian uang kesehatan pegawai, cuti tahunan pegawai, pembayaran gaji pegawai dan pemberian pinjaman pegawai.
- b. Mensosialisasikan peraturan perusahaan dan ketentuan-

ketentuan bidang ketenagakerjaan kepada seluruh pegawai Cabang.

- c. Membuat analisa kebutuhan pegawai seluruh unit kerja dikaitkan dengan kondisi usaha telah dibuat secara akurat.
- d. Membuat rencana pendidikan pegawai dan memastikan bahwa rencana pendidikan dan pelatihan pegawai telah terlaksana dengan baik.
- e. Melaksanakan rotasi atau mutasi pegawai sesuai dengan keperluan atasan.
- f. Membuat Laporan Personalia Cabang ke Kantor Pusat.

11. *Customer Service*

Tugas dari *Customer Service*, yaitu :

- a. Memberikan penjelasan kepada nasabah atau calon nasabah atau investor mengenai produk-produk Bank Syari'ah Mandiri berikut syarat-syarat maupun tata cara prosedurnya.
- b. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai permohonan investor.
- c. Melayani permintaan buku Cek atau Bilyet Giro.
- d. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran (*Stop Payment*) baik rekening giro maupun tabungan.
- e. Melayani penutupan rekening giro baik atas permintaan

investor sendiri karena ketentuan bank (yang telah disepakati investor) maupun karena peraturan Bank Indonesia.

12. *Teller*

Tugas dari Teller, yaitu :

- a. Pada awal atau akhir hari mengambil atau menyimpan *box Teller* dari atau ke dalam hasanah.
- b. Bersama-sama dengan Manajer Operasi :
 - 1) Menghitung persediaan uang yang ada di *box Teller*.
 - 2) Pada awal/akhir hari membuka/menutup *box Teller*.
- c. Melayani penyetoran tunai maupun non tunai dengan benar dan cepat.
- d. Melayani penarikan tunai maupun non tunai dengan benar dan cepat dengan memperhatikan batas wewenang yang dimiliki.
- e. Membukukan (*posting*) mutasi kas secara benar melalui terminal nya.
- f. Menyerahkan cek atau bilyet giro, slip penarikan serta bloter kepada Manajer Operasi untuk diperiksa.
- g. Menyortir dan mempersiapkan bundelan uang tunai yang akan dilabel dan diikat dengan kertas BSM.
- h. Mengkompilasi daftar penerimaan dan pengeluaran kas, menghitung saldo kas akhir hari dan mencocokkan dengan

jumlah fisik saldo uang tunai yang ada dalam boksnya sendiri.

4.1.1.4 Penghargaan yang telah diraih PT. Bank Syariah Mandiri

Tabel 4.1

No.	Nama Penghargaan	Pemberi Penghargaan	Atas Prestasi	Tanggal Penganugerahan
1	Bisnis Indonesia Banking Efficiency Award 2008	Bisnis Indonesia	BSM kembali menerima sebuah penghargaan (<i>awards</i>) di tahun 2008. Penghargaan kali ini adalah dari Bisnis Indonesia, sebuah harian bisnis terkemuka dalam dunia bisnis. Bisnis Indonesia tahun ini menyelenggarakan “Bisnis Indonesia <i>Banking Efficiency Award 2008</i> ”, bekerjasama dengan <i>Management Research Centre</i> dan Fakultas Pasca Sarjana Ekonomi UI. Penghargaan ini diberikan kepada bank yang dinilai mampu mengelola kegiatannya secara efisien. Penilaian	22 Mei 2008

			<p>efisiensi bank ini merupakan salah satu indikator untuk melihat kondisi perbankan di Indonesia. Metode penghitungan tingkat efisiensi menggunakan pendekatan <i>Data Envelopment Analysis</i> (DEA), yang menggabungkan antara <i>Intermediation Approach</i> dan <i>Production Approach</i>. Hasilnya, berbagai kategori bank dinilai paling optimal dalam mengelola efisiensinya: Kategori Bank BUMN – diantaranya – adalah PT Bank Mandiri Tbk; dan untuk Kategori Bank Syariah, hanya meloloskan satu bank, yakni: PT Bank Syariah Mandiri. Bertempat di hotel JW Marriot, Jakarta, Direktur BSM, Zainal Fanani pada hari Kamis, 22 Mei 2008 kemarin</p>	
--	--	--	---	--

			telah menerima Bisnis Indonesia <i>Banking Efficiency Award</i> 2008 tersebut.	
2	<i>The Best Human Resource Development</i>	Bank Indonesia bekerja sama dengan Karim Konsulting	<i>The Best Human Resource Development</i> dari Bank Indonesia bekerja sama dengan Karim Konsulting dalam <i>Sharia Acceleration World</i> 2008. Diterima tanggal 20 Januari 2008 pada saat penutupan Festival Ekonomi Syariah	20 Januari 2008
3	Indonesian Bank Loyalty Index 2008	InfoBank bekerja sama dengan <i>MarkPlus Insight</i>	Hasil survey Indonesian Bank Loyalty Index 2008 yang dilakukan manjalah InfoBank bekerja sama dengan <i>MarkPlus Insight</i> , BSM meraih nilai tertinggi di antara semua bank Syariah (BUS & UUS) dalam layanan kepuasan nasabah melalui lima Customer Index tersebut BSM untuk di: <i>Customer</i>	01 Januari 2008

			<i>Transaction Index; Customer Relationship Index; Customer Partnership Index; Customer Satisfaction Index dan Overall Loyalty Index.</i>	
4	<i>The Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2008</i>	<i>Global Finance Magazine, New York</i>	<i>The World Best Islamic Financial Institution 2008</i>	01 Januari 2008
5	STP Award 2006	Citibank New York, USA	<i>Straight Trough Processing Award 2006 dari Citibank New York, USA atas keberhasilan BSM dalam melakukan proses outgoing transfer tanpa adanya koreksi pada tahun 2006. STP (Straight Trough Processing) Award merupakan proses transaksi outgoing transfer yang telah memenuhi kriteria yang diminta oleh format SWIFT (Society for</i>	39400

			<p><i>Worldwide Interbank Financial Telecommunication</i>). Kriteria penilaian STP Award 2006 tersebut mengacu pada prosentase efisiensi koreksi secara manual. Range prosentase penilaian tersebut berkisar antara 95% - 100% dan BSM berhasil masuk dalam range tersebut dengan prosentase sebesar 95%. BSM merupakan salah satu dari 8 bank di Indonesia yang mendapat STP Award 2006 dari Citibank New York dan salah satu dari 20 bank devisa Indonesia serta 4.500 bank di dunia yang memiliki rekening di Citibank.</p>	
6	<i>E-Company Award 2007</i>	Majalah Warta Ekonomi	Juara Kedua untuk kategori Perbankan dari Majalah Warta Ekonomi di Jakarta, <i>E-</i>	21 Agustus 2007

			<p><i>Company Award 2007 ini diikuti oleh 1314 perusahaan, akan tetapi hanya 621 perusahaan yang layak masuk dalam kualifikasi melalui 3 kriteria yang ditetapkan panitia, yaitu: Kriteria Dasar (IT Governance, IT Leadership, IT Innovation, dan Performance Improvement), Kriteria Strategy on Efficiency (Grand Strategy & Culture, Knowledge Development, Focus on Core Competence) dan Kriteria Operasional (Operating Efficiency dan Responsiveness).</i></p>	
7	Indonesia Best Brand Award	Majalah SWA dan MARS	<p>Penghargaan Brand Survey yang diselenggarakan Lembaga Survei Independen bekerjasama dengan majalah SWA Sembada di Jakarta. Penghargaan diberikan untuk</p>	27 Juli 2007

			kategori Bank Syariah Terbaik.	
8	Golden Trophy	Majalah InfoBank	BSM menerima <i>award</i> sebagai perusahaan perbankan dengan kinerja keuangan "Sangat Bagus" selama lima tahun berturut-turut 4(2002-2006).	19 Juli 2007
9	Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA Award) 2007	<i>Jacky Mussty, Partner Markplus Inc</i>	Penghargaan Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA Award) 2007 dari Jacky Mussty, Partner Markplus Inc, di Jakarta. BSM dinilai memiliki Tingkat Loyalitas Tertinggi untuk kategori bank dan unit syariah.	21 Februari 2007
10	Islamic Investment Year 2007	Karim Business Consulting (KBC)	Juara Ketiga dalam " <i>Islamic Investment Year 2007</i> " di Jakarta	17 Februari 2007
11	Kriya Pranala Award 2007	Bank Indonesia	Sebagai penghargaan atas partisipasi aktif dalam Lingkage Program. BSM memperoleh Kriya Pranala	01 Januari 2007

			Pratama untuk Kategori Bank Umum Syariah	
12	Sertifikasi ISO 9001:2000 Bidang Pelayanan (Front Line Services)	<i>Lloyd's Register Quality Assurance (LRQA)</i>	Hasil surveilliance report 20-21 Juni 2005 dan 17-18 Nopember 2005, dikemukakan bahwa BSM masih menunjukkan komitmen dan konsistensinya dalam menerapkan system mutu bidang pelayanan yang terstandarisasi sesuai persyaratan ISO 9001:2000.	38680
13	Bank SEHAT 2005	Bank Indonesia	Tingkat kesehatan bank posisi bulan Maret dan Juni 2005	38596
14	International Islamic Banking Award 2005	Karim Business Consulting	<i>The Fastest Growth of Asset for the Overall a type category</i> (Ranking 3)	30 Agustus 2005
15	International Islamic Banking Award 2005	Karim Business Consulting	<i>The Fastest Growth of Funding for the Overall/all type category</i> (Ranking 3)	30 Agustus 2005
16	International Islamic Banking Award 2005.	Karim Business Consulting	<i>The Fastest Growth of Funding</i> (Ranking 1)	30 Agustus 2005

17	<i>International Islamic Banking Award 2005.</i>	Karim Business Consulting	<i>The Most Profitable Bank</i> (Ranking 1)	30 Agustus 2005
18	<i>International Islamic Banking Award 2005.</i>	Karim Business Consulting	<i>The Fastest Growth of Asset</i> (Ranking 1)	30 Agustus 2005
19	<i>Islamic Banking Quality Award 2005</i>	Karim Business Consulting	<i>The Best Office Equipment</i>	30 Agustus 2005
20	Sertifikasi ISO 9001:2000 Bidang Pembiayaan (Provision of Loan Management)	<i>Lloyd's Register Quality Assurance (LRQA)</i>	Hasil <i>surveillance report</i> tanggal 7-8 Januari 2005 dan 22-23 Agustus 2005 menunjukkan bahwa BSM masih menunjukkan komitmen dan konsistensinya dalam menerapkan system mutu bidang pembiayaan yang terstandarisasi sesuai persyaratan ISO 9001:2000.	23 Agustus 2005
21	<i>Golden Award</i>	Majalah Infobank	Selama lima tahun berturut-turut berhasil mempertahankan predikat Sangat Bagus	19 Juli 2005
22	Penghargaan	Majelis	Perbankan Syariah Terbaik	26 Juli 2004

	MUI 2004	Ulama Indonesia (MUI)	berdasarkan kinerja, Prestasi Pengalaman Syariah Islam	
23	Bank Sangat Bagus	Majalah Info bank	Empat tahun berturut-turut dari tahun 2001 - 2004 meraih predikat sebagai Bank Sangat Bagus	30 Juni 2004
24	Bank Terbaik 2004	Majalah Investor	Bank terbaik 2004 Kategori Syariah	26 Mei 2004
25	<i>Islamic Banking Quality Award 2004</i>	Karim Business Consulting & Majalah Modal	<i>The Best Service Quality</i>	38097
26	<i>The Most Comfortable Mushala</i>	Karim Consulting & Majalah Modal	<i>Islamic Banking Quality Award 2004</i>	38097
27	<i>Islamic Banking Awareness dan Islamic Customer Satisfaction</i>	Karim Consulting dan Majalah Modal	Peringkat tertinggi dalam “ <i>Islamic Banking Customer Satisfaction</i> ”. Survey tersebut dilakukan terhadap pelayanan 9 Bank Syariah beserta analisis	38078

			kualitas pelayanan dari setiap bank Syariah tersebut.	
28	Sertifikat ISO	<i>PT Lloyd's Register Indonesia</i>	Sertifikat ISO 9001:2000 Mengenai Pengawasan Internal	26 Maret 2004
29	Bank Syariah Dengan Pertumbuhan Paling Cepat	Karim Business Consulting (KBC)	Berdasarkan rating dari KBC dan majalah Modal 2003	12 Oktober 2003
30	Sepuluh Bank Terbaik	Majalah Investor	Berdasarkan kategori Asset Rp 1-10 trilyun	11 Juni 2003
31	Bank Sehat	Bank Indonesia	Predikat dari Bank Indonesia	20 Juni 2002

4.1.1.5 Produk dan Jasa Bank Syari'ah Mandiri

4.1.1.5.1 Produk-Produk Pada Bank Syari'ah Mandiri

1. Pendanaan

a. Tabungan

1). Tabungan Berencana BSM

Tabungan Berencana BSM adalah simpanan berjangka yang memberikan *nisbah* bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

2). Tabungan Simpatik BSM

Tabungan BSM Simpatik adalah Simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

3). Tabungan BSM

Tabungan BSM adalah Simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setoran nya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di *counter* BSM atau melalui ATM.

4). Tabungan BSM Dollar

Tabungan BSM Dollar adalah Simpanan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setoran nya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM dengan menggunakan slip penarikan.

5). Tabungan Mabruur BSM

Tabungan Mabruur BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang bertujuan membantu masyarakat muslim dalam merencanakan ibadah haji & umrah,

tabungan ini dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*

6). Tabungan Kurban BSM

Tabungan Kurban BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang bertujuan membantu nasabah dalam perencanaan dan pelaksanaan ibadah kurban dan aqiqah. Dalam pelaksanaannya bekerja sama dengan Badan Amil Kurban.

7). Tabungan BSM Investa Cendekia

Tabungan BSM Investa Cendekia adalah tabungan berjangka dalam valuta rupiah dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) yang dilengkapi perlindungan asuransi.

b. Deposito

1). Deposito BSM

Deposito BSM adalah produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

2). Deposito BSM Valas

Deposito BSM Valas adalah produk investasi

berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola

3). Deposito BSM Dollar

Deposito Syariah Mandiri Dollar di Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu pilihan investasi yang menguntungkan bagi nasabah karena faktor keamanan, nilai mata uang dollar yang dapat dikatakan stabil, membantu dalam transaksi luar negeri dan membantu dalam hal pembiayaan karena dapat dijadikan agunan.

c. Giro

1). Giro BSM EURO

Giro BSM Euro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro yang disediakan bagi nasabah perorangan atau perusahaan/badan hukum dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yaddhamanah*. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanannya dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha

2). Giro BSM

Giro BSM adalah sarana penyimpanan dana yang disediakan bagi nasabah dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yaddhamanah*. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha.

3). Giro BSM Singapore Dollar

Giro BSM Singapore Dollar adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar yang disediakan bagi nasabah perorangan atau perusahaan/badan hukum dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yaddhamanah*. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha.

d. Obligasi

Obligasi Bank Syariah Mandiri (*Mudharabah*) adalah Surat berharga jangka

panjang berdasar prinsip syari'ah yang mewajibkan *Emiten* (Bank Syari'ah Mandiri) untuk membayar Pendapatan Bagi Hasil atau Kupon dan membayar kembali Dana Obligasi Syari'ah pada saat jatuh tempo.

2. Pembiayaan

a. BSM Customer *Network Financing*

BSM Customer Network Financing selanjutnya disebut BSM-CNF adalah fasilitas pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada Nasabah (agen, dealer, dan sebagainya) untuk pembelian persediaan atau *inventory* barang dari Rekanan (ATPM, produsen atau distributor, dan sebagainya) yang menjalin kerjasama dengan bank

b. Pembiayaan Resi Gudang

Pembiayaan Resi Gudang adalah pembiayaan transaksi komersial dari suatu komoditas atau produk yang diperdagangkan secara luas dengan jaminan utama berupa komoditas atau produk yang dibiayai dan berada dalam suatu gudang atau tempat yang terkontrol secara *independen* (*independently controlled warehouse*).

c. PKPA

Pembiayaan kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggotanya (PKPA) adalah penyaluran pembiayaan melalui koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan.

d. Pembiayaan Edukasi BSM

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

e. BSM Implan

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan atau Koperasi karyawan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

f. Pembiayaan Dana Berputar

Pembiayaan Dana Berputar adalah fasilitas

pembiayaan modal kerja dengan prinsip *musyarakah* yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan riil nasabah.

g. Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* maupun *non developer*, dengan sistem *murabahah*.

h. Pembiayaan Griya BSM Optima

Pembiayaan pemilikan rumah dengan tambahan benefit berupa adanya fasilitas pembiayaan tambahan yang dapat diambil nasabah pada waktu tertentu sepanjang *coverage* atas agunannya masih dapat meng-*cover* total pembiayaannya dan dengan memperhitungkan kecukupan *debt to service ratio* Nasabah.

i. Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi

Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi adalah pembiayaan untuk pemilikan atau pembelian rumah sederhana sehat (RS Sehat atau RSH)

yang dibangun oleh pengembang dengan dukungan fasilitas subsidi uang muka dari pemerintah.

Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*.

Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

j. Pembiayaan Umrah

Pembiayaan Umrah adalah pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah seperti namun tidak terbatas untuk tiket, akomodasi dan persiapan biaya umrah lainnya dengan akad *ijarah*.

k. Pembiayaan Griya BSM DP 0%

Pembiayaan Griya BSM DP 0% adalah pembiayaan untuk pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas di lingkungan *developer* maupun *non developer* tanpa dipersyaratkan adanya uang muka bagi nasabah (nilai pembiayaan 100% dari nilai

transaksi).

Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*.

Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

l. Gadai Emas BSM

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

m. Pembiayaan *Mudharabah* BSM

Pembiayaan *Mudharabah* BSM adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

n. Pembiayaan *Musyarakah* BSM

Pembiayaan *Musyarakah* BSM adalah pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai

dengan *nisbah* yang disepakati.

o. Pembiayaan *Murabahah* BSM

Pembiayaan *Murabahah* BSM adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

p. Pembiayaan Talangan Haji BSM

Pembiayaan Talangan Haji BSM merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi atau seat haji dan pada saat pelunasan BPIH.

q. Pembiayaan dengan Agunan Investasi Terikat

Investasi Terikat Syariah Mandiri adalah suatu produk dengan karakteristik sebagai berikut:

Investor (shahibul maal) menginvestasikan dananya kepada Bank disertai dengan pernyataan bahwa investasi tersebut dijaminan kepada Bank atas pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Pelaksana Usaha tertentu.

Atas investasi tersebut, *Investor* memperoleh

return dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Pelaksana Usaha tertentu tersebut.

Akad:

Akad yang di gunakan antara *Investor* dengan Bank yaitu akad *Mudharabah Muqayyadah* dengan minimal mencantumkan: jumlah dana, jangka waktu investasi, penerima pembiayaan (Pelaksana Usaha yang ditentukan), besar *nisbah* bagi hasil *Investor* tidak diperkenankan mencairkan dananya sebelum jangka waktu pembiayaan berakhir, kecuali dana yang berasal dari pengembalian cicilan atau pelunasan pinjaman dari Pelaksana Usaha, yang dikreditkan ke rekening investasi tidak terikat milik *Investor* pada Bank (*mudharabah mutlaqah*) atau rekening giro Bank (*wadi'ah*). Akad antara Bank dengan Pelaksana Usaha dapat berupa akad *murabahah*, *mudharabah*, dan *musyarakah* dengan maksimal *plafond* pembiayaan dan jangka waktu mengikuti ketentuan butir 1.

r. Pembiayaan kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan

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

s. **Pembiayaan Peralatan Kedokteran**

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

Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

4.1.1.5.2 Jasa Pada Bank Syari'ah Mandiri

1. Jasa Produk

a. **BSM Card**

BSM Card merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindah

bukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, jaringan ATM Prima-BCA dan ATM Bersama, serta ATM *Bankcard*. BSM Card juga berfungsi sebagai kartu Debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja di seluruh *merchant* yang menggunakan EDC Prima-BCA.

b. Sentra Bayar BSM

Sentra Bayar BSM merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.

c. BSM SMS *Banking*

BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

d. BSM Mobile *Banking* GPRS

BSM *Mobile Banking* GPRS (MBG) memudahkan Anda dalam melakukan transaksi perbankan dengan teknologi GPRS di ponsel Anda. Kini, dilengkapi fitur untuk melakukan transfer *real time* antar bank dengan biaya pulsa paling murah.

e. *BSM Net Banking*

BSM Net Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi internet yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

f. PPBA (Pembayaran melalui menu Pemindahbukuan di ATM) BSM

Layanan pembayaran institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahbukuan di ATM. Akad yang digunakan adalah *wakalah wal ujah*. Akad *wakalah wal ujah* adalah akad yang memberikan kewenangan bagi bank untuk mewakili nasabah dalam melakukan pembayaran tagihan-tagihannya. Atas jasanya, bank diberikan upah (yang disebut *Ujah*).

g. Jual Beli Valas BSM

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah

h. SKBDN (Surat Berdokumen Dalam Negri)

BSM

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (*applicant*) yang mengikat Bank Syari'ah Mandiri sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau *order*-nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima, atau memberi kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegosiasikan wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen (untuk saat ini khusus BSM dengan BSM).

i. BSM *Letter of Credit*

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (*applicant*) yang mengikat Bank Syari'ah Mandiri sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau *order*-nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima, atau memberi kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegosiasikan wesel-wesel yang ditarik oleh

penerima atas penyerahan dokumen.

j. BSM SUCH (Saudi Umrah & Haji Card)

BSM SUHC adalah kartu prabayar dalam mata uang *Saudi Arabiyan Riyal*.

2. Jasa Operasional

a. Layanan Kiriman Uang Domestik dan Luar Negeri Western Union

Adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik).

b. Kliring BSM

Penagihan *warkat* bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah *kliring*.

c. Intercity Clearing

Jasa penagihan *warkat* (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

d. BSM RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang

berbeda secara *real time*. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit

e. Transfer Dalam Kota (LLG)

Jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal

f. Transfer *Valas* BSM

Transfer valas terdiri dari:

- Transfer ke luar yaitu pengiriman *valas* dari nasabah BSM ke nasabah bank lain baik dalam maupun luar negeri
- Transfer masuk yaitu pengiriman *valas* dari nasabah baik lain baik dalam maupun luar negeri ke nasabah BSM.

g. Pajak Online BSM

Memberikan kemudahan kepada wajib pajak untuk membayar kewajiban pajak (bukan dalam rangka pembayaran pajak *import*) secara otomatis dengan mendebet rekening atau secara tunai

h. Pajak Import BSM

Memberikan kemudahan kepada *importir* untuk membayar pajak barang dalam rangka *import* secara *on-line* sebagai syarat untuk

mengeluarkan barangnya dari gudang kantor bea dan cukai.

i. Referensi Bank BSM

Surat Keterangan yang diterbitkan oleh Bank Syari'ah Mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.

j. BSM Standing Order

Fasilitas kemudahan yang diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada nasabah yang dalam transaksi financial nya harus memindahkan dari suatu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang. Dalam pelaksanaannya nasabah memberikan instruksi ke bank hanya satu kali saja.

3. Jasa Investasi

a. Reksadana Mandiri Investa Syari'ah Berimbang

Reksadana Mandiri Investa Syari'ah Berimbang merupakan reksadana campuran (*Mix Fund/Balanced Fund*) berbasis instrumen pasar uang, pasar obligasi dan pasar saham dengan ketentuan investasi sesuai syari'ah.

b. Reksadana Mandiri Investa Atraktif Syariah (MITRA Syari'ah)

Produk ini merupakan reksadana yang dikeluarkan oleh PT. Mandiri Manajemen Investasi (MMI). Merupakan jenis reksadana saham (*equity fund*), yaitu wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal (*investor*) untuk selanjutnya diinvestasikan oleh manajer investasi minimal 80% dalam portofolio efek Saham Syariah

4.1.2 Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang berikut ini:

a. Jenis kelamin responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT Bank Syariah Mandiri Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Sex

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	59	59.0	59.0	59.0
Perempuan	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 59 orang, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 41 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3



Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

b. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Semarang adalah sebagai berikut:

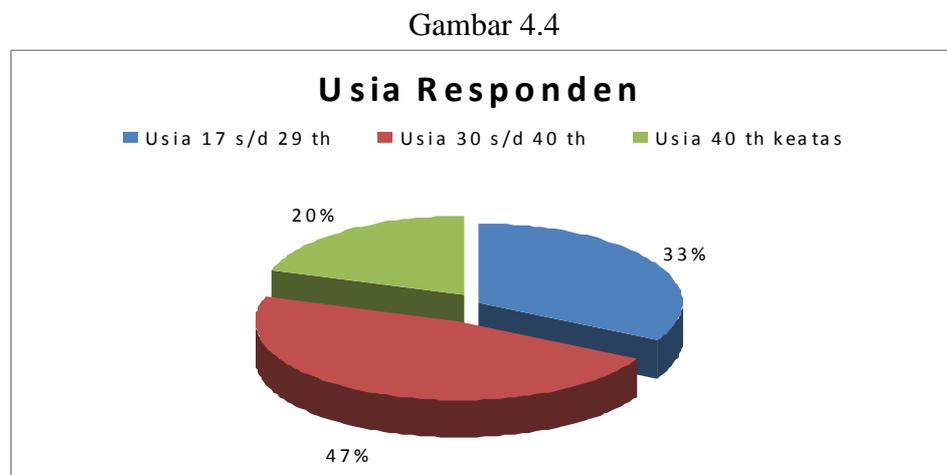
Tabel 4.3
Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 29 th	33	33.0	33.0	33.0
	30 - 40 th	47	47.0	47.0	80.0
	> 40 th	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 ini memperlihatkan bahwa nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 30-40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 30-40 tahun, sedangkan yang berusia 17-29 tahun sebanyak 33 orang dan yang berusia >40 tahun sebanyak 20 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar usia responden yang dapat peneliti peroleh:



Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

c. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pendidikan Responden

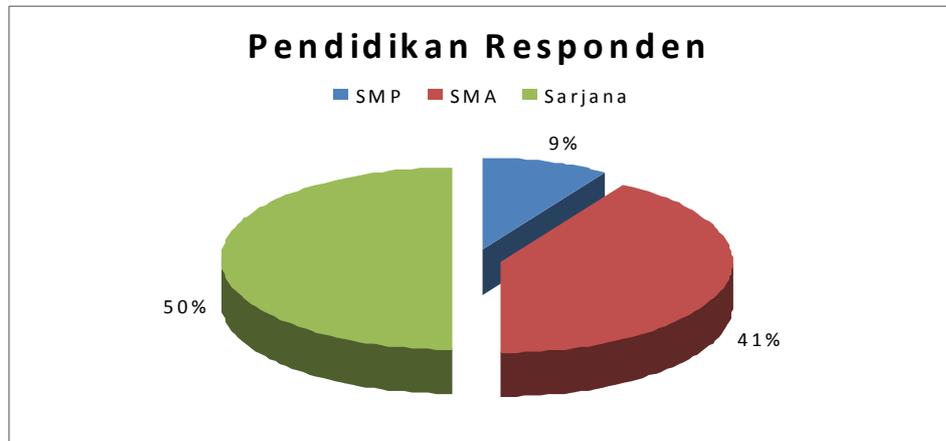
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	9	9.0	9.0	9.0
SMA	41	41.0	41.0	50.0
Sarjana	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan sarjana. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan sarjana sebanyak 50 orang, sedangkan yang berpendidikan SMA sebanyak 41 orang dan yang berpendidikan SMP 9 orang

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.5



Sumber: Data Primer yang diolah 2009

d. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden PT Bank Syari'ah Mandiri Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	12	12.0	12.0	12.0
	Swasta	38	38.0	38.0	50.0
	Wirausaha	19	19.0	19.0	69.0
	Lainnya	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan nasabah PT Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden adalah swasta yaitu

sebanyak 38 orang, wirausaha sebanyak 19 orang, PNS 12 orang dan lain-lain sebanyak 31 orang

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pekerjaan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.6



Sumber: Data Primer yang diolah 2009

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari promosi dan diferensiasi sebagai variabel bebas (Independen) dan minat nasabah sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Skor Kuesioner Regresi

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total TST	%
Promosi (X ₁)	Q1	33	33	55	55	12	12	0	0	0	0
	Q2	36	36	52	52	12	12	0	0	0	0
	Q3	34	34	49	49	16	16	1	1	0	0
	Q4	41	41	51	51	8	8	0	0	0	0
	Q5	36	36	49	49	15	15	0	0	0	0
	Q6	36	36	51	51	13	13	0	0	0	0
	Q7	56	56	42	42	2	2	0	0	0	0
	Q8	37	37	53	53	10	10	0	0	0	0
	Q9	47	47	48	48	3	3	2	2	0	0
Diferensiasi (X ₂)	Q10	31	31	62	62	7	7	0	0	0	0
	Q11	26	26	67	67	7	7	0	0	0	0
	Q12	24	24	49	49	26	26	1	1	0	0
	Q13	33	33	42	42	24	24	1	1	0	0
	Q14	43	43	53	53	4	4	0	0	0	0
	Q15	36	36	50	50	11	11	3	3	0	0
	Q16	29	29	68	68	2	2	1	1	0	0
	Q17	34	34	63	63	3	3	0	0	0	0
	Q18	39	39	55	55	6	6	0	0	0	0
Minat (Y)	Q19	63	63	34	34	3	3	0	0	0	0
	Q20	52	52	43	43	5	5	0	0	0	0
	Q21	38	38	52	52	10	10	0	0	0	0

Sumber: Data Primer yang diolah 2009

4.2.1 Promosi

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel promosi item pertanyaan 1, 33% responden menyatakan sangat setuju atas iklan yang disampaikan Bank Syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak 55% memilih setuju. Pada item pertanyaan 2, 36% responden menyatakan sangat setuju atas informasi produk Bank Syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak

52% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 3,34 % responden menyatakan sangat setuju bahwa promo hadiah langsung memberikan daya tarik bagi nasabah, sedangkan sisanya sebanyak, 49% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 4,41% responden menyatakan sangat setuju bahwa program BSM promosi mall ke mall mempermudah nasabah mengenal Bank Syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak 51% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 5, 36% responden menyatakan sangat setuju atas program BSM peduli kesehatan memberikan citra positif terhadap Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 49% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 6,36% responden menyatakan sangat setuju atas program BSM *goes to school* memberikan citra positif terhadap Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 51% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 7,56% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BSM selalu bersikap ramah dalam melayani nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 42% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 8,37% responden menyatakan sangat setuju bahwa silaturahmi antara pegawai dan nasabah terjalin dengan baik, sedangkan sisanya sebanyak, 53% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 9,47% responden menyatakan sangat setuju atas sikap dan penampilan karyawan Bank Syari'ah Mandiri yang sesuai dengan syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak 48% menyatakan setuju.

4.2.2 Diferensiasi

Untuk variabel diferensiasi item pertanyaan 10,31% responden menyatakan sangat setuju jika produk Bank Syariah Mandiri selalu

memberikan keamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, sedangkan sisanya sebanyak 62% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 11,26% responden menyatakan sangat setuju bahwa Bank Syari'ah Mandiri memperhatikan keluhan setiap nasabah, sedangkan sisanya sebanyak, 67% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 12,24% responden menyatakan sangat setuju bahwa bagi hasil yang diberikan Bank Syari'ah Mandiri lebih menarik dibandingkan dengan Bank Syari'ah lainnya, sedangkan sisanya sebanyak 49% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 13,33% responden menyatakan sangat setuju atas adanya pelayanan jemput bola yang dilakukan Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 42% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 14,43% responden menyatakan sangat setuju bahwa pihak PT Bank Syari'ah Mandiri Semarang dalam melayani nasabah selalu bersikap sopan santun dan rendah hati, sedangkan sisanya sebanyak 53% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 15,36% responden menyatakan sangat setuju jika ATM bersama memudahkan nasabah dalam tarik tunai dengan gratis, sedangkan sisanya sebanyak 50% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 16,29% responden menyatakan sangat setuju jika karyawan Bank Syari'ah Mandiri selalu bersikap sigap dan profesional dalam melayani nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 68% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 17,34% responden menyatakan sangat setuju jika keberadaan kantor cabang dan pusat memudahkan nasabah dalam transaksi tunai di bank terdekat, sedangkan sisanya sebanyak 63% menyatakan setuju. Pada item

pertanyaan 18,39% responden menyatakan sangat setuju atas sistem *On line banking* yang memudahkan nasabah bertransaksi di PT Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 55% menyatakan setuju.

4.2.3 Minat

Untuk Variabel minat item pertanyaan 19,63% responden menyatakan sangat setuju jika Bank Syari'ah Mandiri menggunakan sistem bagi hasil yang jauh dari riba, sedangkan sisanya sebanyak 34% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 20,52% responden menyatakan sangat setuju atas sikap ramah tamah karyawan yang membuat nasabah tertarik menabung di Bank Syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak 43% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 21,38% responden menyatakan sangat setuju bahwa dana yang dikelola Bank Syari'ah selalu menghasilkan hasil yang positif, sedangkan sisanya sebanyak 52% menyatakan setuju.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $100-2$ atau df 88 dengan α 0,05 didapat r tabel 0.210, jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan

nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Promosi (X1)	Q1	0.605	0.210	Valid
	Q2	0.653	0.210	Valid
	Q3	0.403	0.210	Valid
	Q4	0.598	0.210	Valid
	Q5	0.499	0.210	Valid
	Q6	0.495	0.210	Valid
	Q7	0.518	0.210	Valid
	Q8	0.548	0.210	Valid
	Q9	0.574	0.210	Valid
Diferensiasi (X2)	Q10	0.535	0.210	Valid
	Q11	0.489	0.210	Valid
	Q12	0.509	0.210	Valid
	Q13	0.662	0.210	Valid
	Q14	0.480	0.210	Valid
	Q15	0.406	0.210	Valid
	Q16	0.611	0.210	Valid
	Q17	0.532	0.210	Valid
	Q18	0.507	0.210	Valid
Minat (Y)	Q19	0.685	0.210	Valid
	Q20	0.791	0.210	Valid
	Q21	0.815	0.210	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0.210) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
X1	9 Item pertanyaan	0.697	Reliabel
X2	9 Item pertanyaan	0.665	Reliabel
Y	3 Item pertanyaan	0.647	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. dengan demikian variabel (promosi, diferensiasi dan minat) dapat dikatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.4.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent

Tabel 4.9

Uji Multikolinieritas

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi (X1)	0.687	1.455
	Diferensiasi (X2)	0.687	1.455

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel, yaitu promosi dan diferensiasi adalah 1.455 lebih kecil dari 5, sehingga bisa diduga bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

4.4.2 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 5.0

Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.539 ^a	0.291	0.276	1.162	1.444

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2009*

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin–Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1.444. Sebagai pedoman umum (S. Uyanto, 2006) *Durbin–Watson* berkisar 0 dan 4. jika nilai uji statistik *Durbin–Watson* lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka residuals atau eror dari model regresi berganda tidak

bersifat independen atau terjadi *autocorrelation*.⁴

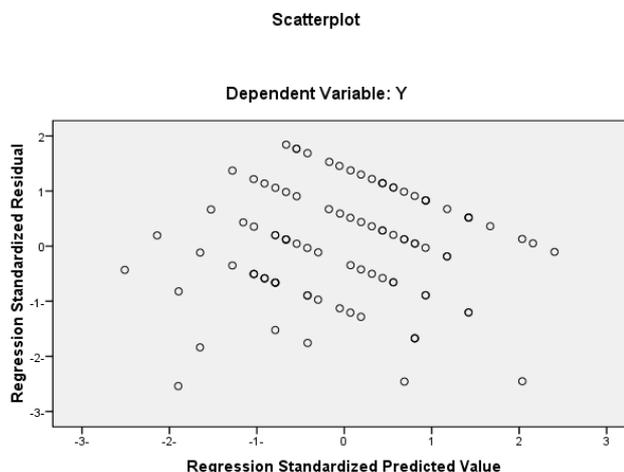
Jadi berdasarkan nilai uji statistik *Durbin–Watson* dalam penelitian ini berada diatas satu dan dibawah tiga (1.444) sehingga tidak terjadi *autocorrelation*.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik Heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.7

Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

⁴ S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graham Ilmu, 2006, 248

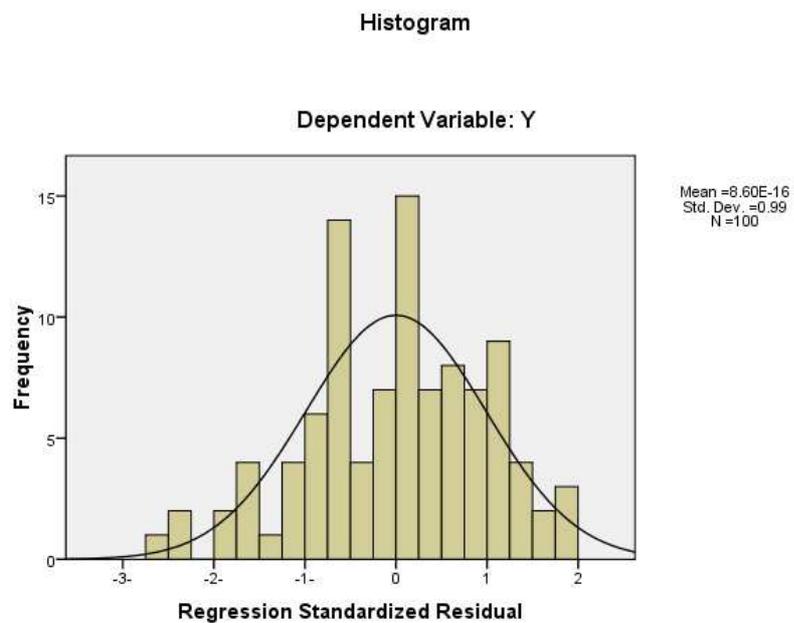
pada model regresi.

4.4.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.8

Grafik Histogram

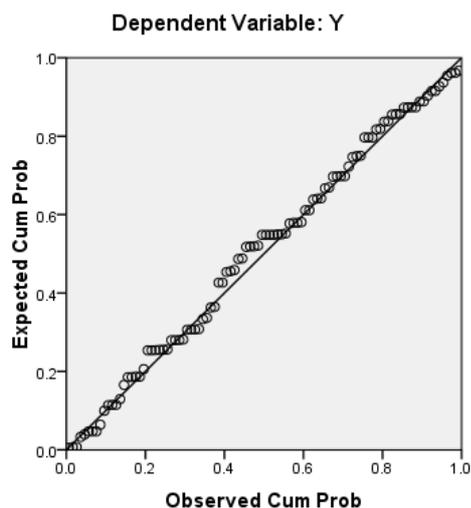


Sumber Data Primer yang diolah, 2009

Gambar 4.9

Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Berdasarkan normal probability plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, demikian juga grafik histogramnya pada gambar 4.8 menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.5 Analisis data

4.5.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (Promosi dan Diferensiasi) terhadap variabel dependen (Minat Nasabah). Hasil olahan statistik yang dibantu program SPSS 16.0 for windows menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar

29.1%, sedang yang 70.9% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Table 5.1

Uji Pengaruh Secara Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.539 ^a	.291	.276	1.162	1.444

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi minat nasabah. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

1. Uji Simultan

Sebelum membahas secara partial pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, terlebih dahulu dilakukan pengujian secara simultan. Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan “terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat nasabah”.

Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 19.895 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang jauh di bawah alpha 5%.

Tabel 5.2
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	53.740	2	26.870	19.895	.000 ^a
Residual	131.010	97	1.351		
Total	184.750	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2009*

Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen Promosi dan Diferensiasi berpengaruh terhadap Minat nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel promosi dan diferensiasi terhadap minat nasabah” tidak sanggup diterima yang berarti menerima hipotesis alternatif yang berbunyi “Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan diferensiasi terhadap minat nasabah”.

2. Uji Partial

Uji partial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji partial ini, dalam hasil perhitungan statistik *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 5.3

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.998	1.659		1.808	.074
Promosi (X1)	.090	.045	.208	2.012	.047
Diferensiasi (X2)	.181	.047	.395	3.830	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2009

Dari tabel 5.3 diatas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel Promosi sebesar 0,090 dan variabel diferensiasi sebesar 0,181 dengan konstanta sebesar 2.998 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,998 + 0,090 X_1 + 0,181 X_2$$

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut.

a) Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara promosi penjualan terhadap minat menabung, menunjukkan nilai t hitung 2.012 dan p value (Sig) sebesar 0.047 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi di Bank Syariah Mandiri cabang Semarang. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “Variabel promosi berpengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variable promosi menunjukkan angka sebesar 0.090, yang artinya adalah besaran pengaruh promosi terhadap minat nasabah adalah sebesar 9%.

b) Pengaruh Diferensiasi Terhadap Minat Nasabah

Hasil perhitungan statistik dengan data yang diperoleh dari responden, yang dibantu dengan program SPSS variabel strategi diferensiasi (X_2) menunjukkan nilai t hitung 3.830 dan p value (Sig.) 0.000, dengan menggunakan tingkat $alpha$ 5%, maka posisi nilai probabilitas berada di bawah $alpha$ -nya. Hal ini berarti bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi terhadap minat nasabah.

Koefisien regresi sebesar 0.181 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada strategi diferensiasi, maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 18.1 %, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi merupakan variabel bebas yang secara signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah.

4.6 Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (promosi dan diferensiasi) dan variabel dependen (Minat) dapat dijelaskan sebagai berikut .

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di PT. Bank

Syariaha Mandiri Cabang Semarang (P value < 0.05). Promosi merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam berinvestasi. Semakin sering promosi yang dilakukan, nasabah akan semakin menunjukkan minat untuk berinvestasi. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 1, responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju jika iklan yang disampaikan BSM menarik bagi nasabah sebanyak 33% dan 55%. Hal tersebut dikarenakan responden beranggapan bahwa tanpa adanya promosi yang menarik, calon nasabah atau masyarakat enggan untuk melihat sehingga tidak atau kurang mengetahui bagaimana kinerja bank tersebut.

Pada item pertanyaan 2, responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju jika informasi yang disampaikan BSM cabang Semarang berkenan dihati nasabah sebanyak 36% dan 52%. Hal tersebut dikarenakan responden beranggapan bahwa apa yang disampaikan oleh pihak bank sudah dapat ditangkap dan mempunyai daya persuasif kepada nasabah.

Pada item pertanyaan 3, responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju ketika bank syari'ah mandiri memberikan *direct gift* kepada nasabah dapat memberikan daya tarik tersendiri kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang sebanyak 34% dan 49%

Pada item pertanyaan 4, 4,41% responden menyatakan sangat setuju bahwa program BSM promosi mall ke mall mempermudah nasabah mengenal Bank

Syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak 51% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 5,36% responden menyatakan sangat setuju atas program BSM peduli kesehatan memberikan citra positif terhadap Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 49% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 6,36% responden menyatakan sangat setuju atas program BSM *goes to school* memberikan citra positif terhadap Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 51% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 7,56% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BSM selalu bersikap ramah dalam melayani nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 42% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 8,37% responden menyatakan sangat setuju bahwa sillaturahmi antara pegawai dan nasabah terjalin dengan baik, sedangkan sisanya sebanyak, 53% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 9,47% responden menyatakan sangat setuju atas sikap dan penampilan karyawan Bank Syari'ah Mandiri yang sesuai dengan syari'ah, sedangkan sisanya sebanyak 48% menyatakan setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel promosi masing-masing item pertanyaan sebagian besar dijawab sangat setuju dan setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara promosi dengan minat nasabah dengan ditunjukkan P value 0.047 yang lebih kecil dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang

Semarang adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa promosi penjualan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah. Dan menerima H_1 bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel promosi terhadap variabel minat nasabah berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Promosi sendiri dalam pandangan syari'ah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kulaitas dan kompetensi contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktek penipuan dan kebohongan.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel diferensiasi terhadap minat nasabah berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 10 sampai dengan pertanyaan 18 yang telah dijawab. Pada pertanyaan item pertanyaan 10,31% responden menyatakan sangat setuju jika produk Bank Syariah Mandiri selalu memberikan keamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, sedangkan sisanya sebanyak 62% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 11,26% resonden menyatakan sangat setuju bahwa Bank Syari'ah Mandiri memeperhatikan keluhan setiap nasabah, sedangkan sisanya sebanyak, 67% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 12,24% responden menyatakan sangat setuju bahwa bagi hasil yang diberikan Bank Syari'ah Mandiri lebih menarik dibandingkan dengan Bank Syari'ah lainnya, sedangkan sisanya sebanyak 49% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 13,33% responden menyatakan sangt setuju atas adanya pelayanan jemput bola yang dilakukan Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan

sisanya sebanyak 42% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 14,43% responden menyatakan sangat setuju bahwa pihak Bank Syari'ah Mandiri Semarang dalam melayani nasabah selalu bersikap sopan santun dan rendah hati, sedangkan sisanya sebanyak 53% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 15,36% responden menyatakan sangat setuju jika ATM bersama memudahkan nasabah dalam tarik tunai dengan gratis, sedangkan sisanya sebanyak 50% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 16,29% responden menyatakan sangat setuju jika karyawan Bank Syari'ah Mandiri selalu bersikap sigap dan profesional dalam melayani nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 68% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 17,34 % responden menyatakan sangat setuju jika keberadaan kantor cabang dan pusat memudahkan nasabah dalam transaksi tunai dibank terdekat, sedangkan sisanya sebanyak 63% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 18,39% responden menyatakan sangat setuju atas sistem *On line banking* yang memudahkan nasabah bertransaksi di Bank Syari'ah Mandiri, sedangkan sisanya sebanyak 55% menyatakan setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel diferensiasi masing-masing item pertanyaan sebagian besar dijawab sangat setuju dan setuju. Hal ini dikarenakan melihat dari segi pelayanan dan atribut produk Bank Syari'ah Mandiri yang memiliki banyak perbedaan dibandingkan dengan perbankan Syari'ah lainnya, dilihat dari segi pelayanannya dimana di Bank Syari'ah Mandiri bersikap sopan, santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Al-Qur'an memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum

muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. Kemudian melihat dari produk yang ditawarkan oleh Bank Syari'ah Mandiri mempunyai perbedaan tersendiri dibandingkan dengan produk-produk yang terdapat pada perbankan Syaria'ah yang lain. Dalam produknya yaitu tabungan BSM, Bank Syari'ah Mandiri memudahkan nasabah dalam proses penyimpanan dana, nasabah hanya cukup mengeluarkan uang nimal sebesar seratus ribu rupiah (RP 100.000,00) dari uang yang telah dikeluarkan nasabah memperoleh ATM dan juga buku tabungan yang didalamnya terdapat saldo. Selain tabungan yang membedakan Bank Syari'ah Mandiri dibandingkan perbankan lainnya yaitu di BSM juga memiliki teknologi GPRS *net banking* yang dapat digunakan untuk cek saldo, transfer secara *Real Time*. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara diferensiasi dengan minat nasabah dengan ditunjukkan P value 0.000 yang jauh lebih kecil dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya diferensiasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi di PT. Bank Syariah Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 100 responden yang tercatat di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa diferensiasi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah. Dan menerima H_2 bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel diferensiasi terhadap variabel minat nasabah berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.

Sedangkan hasil pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh nilai P Value sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. ini artinya variabel promosi dan diferensiasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Dan ini sekaligus menjawab bahwa hipotesa tiga (H_3) yang berbunyi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan diferensiasi terhadap minat nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Terlihat t hitung (2.012) > t tabel (1.660) yang berarti promosi mempunyai andil dalam mempengaruhi minat nasabah berinvestasi Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.
2. Variabel diferensiasi (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Terlihat t hitung (0.830) > t tabel (1.660) yang berarti Diferensiasi mempunyai andil dalam mempengaruhi minat nasabah berinvestasi Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.
3. Variabel promosi (X1) dan diferensiasi (x2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Terlihat F hitung (19.895) > F tabel (3.953) yang berarti promosi dan diferensiasi mempunyai andil dalam mempengaruhi minat nasabah berinvestasi Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian penulis mengenai pengaruh promosi dan diferensiasi diarahkan untuk menganalisis pengaruhnya terhadap minat nasabah dalam berinvestasi. Dalam suatu penelitian baik secara kuantitatif maupun kualitatif selalu melekat beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan pemakainya sampel yang hanya meliputi jangka waktu selama satu minggu. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh variable-variabel bebas (promosi dan diferensiasi) terhadap minat nasabah untuk berinvestasi.
2. Pemilihan variabel pengujian dalam menguji minat nasabah untuk berinvestasi masih perlu di uji kendalanya.
3. Keterbatasan metode penelitian serta pemahaman mengenai konsep promosi dan diferensiasi untuk berinvestasi dalam penelitian ini memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diferensiasi yang terdapat pada BSM perlu di pelihara sehingga dapat meningkatkan citra BSM dimata masyarakat dan diharapkan dapat menarik

minat nasabah untuk berinvestasi. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa diferensiasi-lah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi.

2. Reputasi, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kemudahan fasilitas perlu dipertahankan dan ditingkatkan supaya nasabah semakin menumbuhkan minat untuk berinvestasi.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk bidang yang sama.
4. Untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak.

5.4 Penutup

Alhamdulillah, segala puji dan puja milik Allah Swt semata. Teriring panjat syukur kepada Allah Swt yang telah mencurahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kurang sempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan.

Sebagai akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal Alamin*.