

**STRATEGI PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM
PENGUNAAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI
KABUPATEN DEMAK DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT ANALYSIS**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1

dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

Tsani Lukluatul Fuad

NIM. 1705036150

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdr. Tsani Lukluatul Fuad

Kepada.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Tsani Lukluatul Fuad
NIM : 1705036150
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul : **Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Demak Dengan Menggunakan Metode SWOT Analysis**

Dengan ini saya setuju dan mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

Pembimbing II

Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

PENGESAHAN

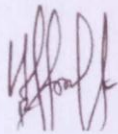
Skripsi Saudara : Tsani Lukluatul Fuad
NIM : 1705036150
JUDUL : **STRATEGI PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM
PENGUNAAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI
KABUPATEN DEMAK DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT ANALYSIS**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal :

30 Desember 2021

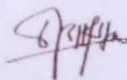
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2021/2022

Ketua Sidang



Ferry Khusnul Mubarak, S.E.I., MA.
NIP. 19900524 201801 1 001

Penguji I



Mardhiyaturrositaningsih, M.E.
NIP. 19930311 201903 2 020

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1 003



Semarang, Desember 2021

Sekretaris Sidang



Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji II



Firdha Rahmiyanti, M.A.
NIP. 19910316 201903 2 018

Pembimbing II



Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

“Dan Bahwa Manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam slalu penulis curahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, banyak sekali orang-orang baik yng sudi membantu penulis dalam hal motivasi, nasihat maupun doa. Dengan penuh rasa bersyukur, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sofyan dan Ibu Khodiroh yang dengan tulus memberikan dukungan, motivasi, nasihat dan doa sehingga tersusunnya skripsi ini.
2. Ketiga kakak saya, Ikha Aprilia, Rahajeng Putu, dan Naf'an Ulil Aniq yang telah memberikan saya kekuatan, dukungan, nasihat serta doa.
3. Kedua dosen pembimbing saya yang sangat luar biasa, Bapak Prof. Musahadi dan Ibu Heny Yuningrum yang dengan sabarnya membimbing saya, selalu memberikan motivasi, nasihat dan arahan dalam penyusunan skripsi.
4. Keluarga besar saya, terimakasih telah mendoakan saya dalam penyusunan skripsi.
5. Teman-teman terbaik saya, Nana, Leni dan Iin, terimakasih yang selalu menjadi orang baik untuk saya, selalu mendukung, memberikan motivasi dan terimakasih banyak telah berada disamping saya sampai saat ini.
6. Keluarga besar Perbankan Syariah (PBAS) D angkatan 2017.
7. Teman-teman KKN-RDR kelompok 27.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsiskripsi yang telah penulis selesaikan tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan dan benar-benar karya penulis. Demikian juga skripsi ini tidak berisikan pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam refrensi yang dijadikan sebagai rujukan yang dilakukan sesuai etika keilmuan yang berlaku.

Semarang, 30 Desember 2021

Deklarator



Tsani Lukluatul Fuad

1705036150

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan suatu pengalihan antara jenis huruf ke jenis huruf lainnya. Pada umumnya terdapat banyak istilah Arab dalam skripsi, baik berupa nama orang, jenis buku, nama lembaga dan berbagai istilah lainnya yang tertulis menggunakan huruf Arab dan kemudian diterjemahkan dengan huruf latin. Oleh karena itu, dalam skripsi ini diperlukan adanya Transliterasi yang menjadikan hal penting dalam penulisan. Untuk menjamin konsistensi tersebut ditetapkan suatu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء	'	ز	z	ق	q
ب	b	س	s	ك	k
ت	t	ش	sy	ل	l
ث	ts	ص	sh	م	m
ج	j	ض	dl	ن	n
ح	h	ط	th	و	w
خ	kh	ظ	zh	ه	h
د	d	ع	'	ي	y
ذ	dz	غ	gh		
ر	r	ف	f		

B. Vokal

- َ = a
- ِ = i
- ُ = u

C. Diftong

- ay = اَيّ
- aw = او

D. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطّب al-thibb.

E. Kata Sandang (.....ال)

Kata Sandang (.....ال) ditulis dengan al-.....misalnya الصنّاعه = alshina‘ah. Al- ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta Marbuthah’ (ة)

Setiap ta’ marbuthah ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = alma’isyah al-thabi’iyyah

ABSTRACT

This study aims to identify and understand the strengths, weaknesses, opportunities and threats to the use of Islamic banking products in Demak Regency, as well as to formulate appropriate strategies to increase public interest in the use of Islamic banking products in Demak Regency. The core problem in this research is that the majority of the people of Demak Regency are Muslim, but this does not cause high interest in the use of Islamic bank products. There are several reasons for the low public interest in the use of Islamic bank products in Demak Regency, so it is necessary to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats and formulate strategies so that interest in the use of Islamic bank products in Demak Regency increases. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. Data analysis using SWOT analysis method. The sampling technique used in this study was accidental sampling with a total sampling of 60 people. The results showed that the internal and external factors showing the IFAS (Internal Factor Analysis Summary) matrix obtained a value of 1.51 and EFAS (External Factor Analysis Summary) with a value of 0.78. Based on the position of the Demak Regency SWOT quadrant which is in quadrant I (positive quadrant), the right strategy is to support aggressive policies by taking advantage of existing strengths and opportunities. Strategies that can be formulated to increase interest in the use of Islamic bank products are to increase sub-branches and cash offices, create new innovations for Islamic bank products that suit customer needs, increase promotion through various media, take advantage of market potential to focus on MSMEs, compete globally healthy towards other financial institutions, and maintain the quality of the products offered.

Keywords: strategy to increase interest, Islamic bank products, SWOT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada penggunaan produk bank syariah di Kabupaten Demak, serta untuk merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah di Kabupaten Demak. Inti masalah dalam penelitian ini adalah mayoritas masyarakat Kabupaten Demak beragama islam, akan tetapi hal tersebut tidak menyebabkan minat dalam penggunaan produk bank syariah tinggi. Ada beberapa hal yang menjadi alasan rendahnya minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah di Kabupaten Demak, sehingga perlu dilakukan analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta perumusan strategi agar minat dalam penggunaan produk bank syariah di Kabupaten Demak meningkat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampling 60 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal yang menunjukkan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) diperoleh nilai 1,51 dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dengan nilai 0,78. Berdasarkan posisi kuadran SWOT Kabupaten Demak berada di kuadran I (Kuadran positif) maka strategi yang tepat adalah dengan mendukung kebijakan agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi yang dapat disusun untuk meningkatkan minat dalam penggunaan produk bank syariah adalah memperbanyak kantor cabang pembantu dan kantor kas, menciptakan inovasi baru terhadap produk bank syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, meningkatkan promosi melalui berbagai media, memanfaatkan potensi pasar untuk memfokuskan pada UMKM, bersaing secara sehat terhadap lembaga keuangan yang lain, dan menjaga kualitas produk yang ditawarkan.

Kata kunci : strategi meningkatkan minat, produk bank syariah, SWOT

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Peningkatkan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Demak Dengan Menggunakan SWOT Analysis” sebagai persyaratan menyelesaikan Program Sarjana (Strata 1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menyebarkan petunjuk dalam segmen kehidupan.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari perhatian serta bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah dan sekaligus Dosen Wali, dan Muyassarrah, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang.
4. Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan motivasi, bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Heny Yuningrum, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, nasihat dan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang telah membantu memberikan dukungan dan saran yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun yang dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan dan pahala yang berlimpah ganda, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik kepada penulis sendiri dan kepada para pembaca secara umum.

Semarang, 30 Desember 2021

Deklarator,

Tsani Lukluatul Fuad
1705036150

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4 Tinjauan Pustaka	4
1.5 Kerangka Berfikir.....	8
1.6 Metode Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Strategi	19
2.1.1 Pengertian Strategi	19
2.2 Minat	20
2.2.1 Pengertian Minat.	20
2.2.2 Tahapan Minat.....	21
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	21
2.3 Strategi Peningkatan Minat.....	23
2.4 Produk Perbankan Syariah.....	24
2.4.1 Penghimpun Dana	24

2.4.2 Penyaluran Dana (Pembiayaan)	26
2.4.2.1 Pembiayaan Dengan Prinsip Jual Beli	26
2.4.2.2 Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil	30
2.4.2.3 Pembiayaan Dengan Prinsip Sewa	33
2.4.2.4 Pembiayaan Dengan Akad Pelengkap	33
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
3.1 Gambaran Umum Kabupaten Demak	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1 Identitas Responden	40
4.2 Pembahasan	42
4.2.1 Analisis SWOT	42
4.2.1.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	42
4.2.1.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	46
4.2.1.3 Analisis SWOT dengan Matriks SWOT	48
4.2.2 Strategi Meningkatkan Minat Masyarakat dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah	49
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN-LAMPIRAN	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Posisi Batas Kabupaten Demak	36
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan	37
Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Menurut Agama.....	38
Tabel 3.4 Jumlah Penduduk berdasarkan umur produktif	39
Tabel 4.1 Distribusi Umur Responden.....	40
Tabel 4.2 Disribusi Pendapatan Responden.....	41
Tabel 4.3 Distribusi Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.4 Analis IFAS dan EFAS.....	47
Tabel 4.5 Matriks Strategi Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Demak.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	8
Gambar 1.2 Diagram Analisis SWOT	13
Gambar 4.1 Grafik Kuadran	48

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, industri perbankan memegang peranan yang sangat penting dalam mendorong pembangunan ekonomi suatu negara. Hampir semua bidang terkait dengan layanan perbankan. Ini berarti bahwa setiap negara atau individu tidak dapat melakukannya tanpa industri perbankan. Sektor perbankan sangat penting dan dapat dipahami sebagai “nyawa” dari operasi ekonomi suatu negara. Sesuai dengan amandemen Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 menjadi Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992, industri perbankan bertujuan untuk mendukung terselenggaranya pembangunan nasional guna meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional guna meningkatkan kesejahteraan rakyat (Pasal 4 UU No. 10 Tahun 1998).

Di Indonesia, selama ini terdapat dua industri perbankan yang saling bersaing untuk menarik perhatian pasar, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Dapat dilihat bahwa bank konvensional dan bank syariah memiliki beberapa kesamaan terutama dalam hal pendanaan, laporan keuangan, persyaratan umum untuk memperoleh pembiayaan, teknologi yang digunakan, mekanisme transfer dll. Serupa dengan bank konvensional, bank syariah juga menyediakan berbagai produk perbankan kepada nasabahnya. Produk yang diberikan tentunya produk yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk produk yang memberikan pelayanan kepada nasabah. Produk Bank Syariah adalah pendanaan, dengan menggunakan akad *wadi'ah* dan *mudharabah*, sedangkan pembiayaan, akad yang digunakan adalah *murabahah*/jual beli, *musyarakah*, *mudharabah*/bagi hasil, ijarah/sewa guna usaha dan jasa lainnya.

Bank syariah adalah lembaga keuangan perusahaan, yang terdiri dari berbagai sumber daya ekonomi dan pengelolaan barang dan jasa. Sebagai produksinya (Martono 2012).

Alasan mengapa orang terkait dengan lembaga perbankan antara lain: investasi, keamanan simpanan, kemudahan fasilitas layanan atau akses layanan pembiayaan, dan pertimbangan sistem perbankan yang berlaku. Namun, di antara semua jenis dan model produk yang disediakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah, minat masyarakat muslim untuk menggunakannya masih rendah. Dengan kata lain, sebenarnya banyak masyarakat muslim yang lebih memilih menggunakan produk yang disediakan oleh bank konvensional daripada bank syariah (Sugiarti, 2012).

Konsumen memilih produk bukan hanya karena didorong oleh permintaan, yang dimaksud dengan perilaku konsumen terlibat langsung dalam perolehan dan penggunaan barang dan jasa ekonomi Perilaku individu, termasuk keputusan membuat proses yang mendahului dan menentukan perilaku tersebut (Shinta, 2011). Sama halnya dengan perilaku nasabah dalam menentukan minat menggunakan produk perbankan syariah, nasabah tersebut perlu merencanakan sesuai dengan kebutuhan dan keuntungan yang diinginkan, kemudian memilih bank syariah dan produk mana, dan akhirnya mengambil keputusan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli berkaitan dengan perasaan dan emosi, jika seseorang senang dan puas membeli barang atau jasa maka minat beli akan meningkat, dan ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat tersebut (Swasta dan Irawan 2001). Minat beli adalah sesuatu yang diperbolehkan dari proses belajar dan proses berpikir yang membentuk persepsi. Belakangan, minat beli menimbulkan motivasi yang terus terekam di benak konsumen, menjadi keinginan yang sangat kuat yang berakhir ketika konsumen harus memenuhi kebutuhannya untuk mewujudkan idenya.

Kabupaten Demak merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang terletak di antara Kota Semarang dan Kabupaten Kudus. Sejauh ini, Kabupaten Demak memiliki 6 bank syariah, yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia), Bank Danamon Syariah, BTN Syariah, Bank Muamalat, Bank Jateng Syariah, dan Bank Ulaam Syariah.

Menurut Buku Tahunan Kabupaten Demak 2020, jumlah penduduk Kabupaten Demak adalah 1.203.956 (BPS2020). Penduduk Muslim Kabupaten Demak adalah 1.149.604 dari 1.203.956. Sebagian besar penduduk

Kabupaten Demak beragama Islam, namun tidak semua masyarakat Muslim di Kabupaten Demak menggunakan layanan perbankan Syariah. Hanya 10% orang yang menggunakan layanan perbankan syariah. Dapat disimpulkan bahwa 99% penduduk di Kabupaten Demak beragama Islam, namun hal ini tidak menyebabkan masyarakat di Kabupaten Demak memiliki minat yang kuat terhadap bank syariah

Menurut pra studi yang sudah dicoba periset jika sebagian besar warga memilih melaksanakan transaksi di bank konvensional dengan bermacam berbagai alibi semacam bunga yang diberikan lebih besar, hadiah serta bonus yang ditawarkan bank konvensional lebih menggiurkan, pelayanan bank konvensional sangat tanggap, banyak yang berpikiran bank syariah sama dengan bank konvensional, kurang yakin terhadap bank syariah dan mayoritas warga telah lebih dahulu memahami bank konvensional dari pada bank syariah, serta banyak masyarakat yang tidak berminat dalam penggunaan produk bank syariah, karena lokasi yang sangat jauh, kurang mengetahui tentang produk-produk bank syariah, bagi hasil yang ditawarkan lebih kecil, pelayanan yang kurang maksimal, hadiah dan bonus yang kurang menggiurkan. Hal ini yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah rendah.

Untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dan mendapatkan solusi untuk meningkatkan minat masyarakat di Kabupaten Demak, maka peneliti tertarik untuk meneliti di Kabupaten Demak dengan judul Skripsi "*Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Demak Dengan Menggunakan SWOT Analysis*".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada minat penggunaan produk bank syariah di Kabupaten Demak?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah di Kabupaten Demak?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui dan memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada minat penggunaan produk bank syariah di Kabupaten Demak.
- b. Untuk merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Demak.

2. Manfaat

- a. Bagi akademik, penulis berharap dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk menambah informasi latarbelakang guna meningkatkan minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah
- b. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengalaman dalam bidang penelitian tentang faktor-faktor yang meningkatkan minat masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan bank syariah dan mengetahui strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah.

1.4 Tinjauan Pustaka

Hasil dari penelitiann sebelumnya menjadi acuan penulis untuk penelitian ini, sehingga penulis dapat mereproduksi teori yang digunakan dalam tinjauan penelitian ini. Penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama denga penelitian ini dari peneliti sebelumnya, namun penulis menunjuk beberapa peneliti sebagai referensi dan menambahkan bahan penelitian dari peneitian ini. Berikut penelitian sebelumnya :

Penelitian Ayu Retno Sari dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)”. Kesimpulan yang diperoleh adalah variabel fasilitas pelayanan,

pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap rendahnya minat menabung di bank syariah pada masyarakat muslim Kabupaten Bantul. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh negatif signifikan terhadap kurangnya minat menabung di bank syariah pada masyarakat muslim di Kabupaten Bantul. Persamaan dengan peneliti ini adalah sama-sama menggunakan data primer dan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Perbedaan penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode regresi linier berganda sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT dan berfokus menentukan strategi meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah (Retno Sari, 2016).

Yulia Putri, Ani Solihat, dkk dalam penelitian yang berjudul “Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas” menyimpulkan bahwa tingkat religiusitas masyarakat berada pada kategori sangat baik pada bank syariah mandiri KCP Antapani Bandung, dan minat menabung juga sudah dalam kategori baik. Analisis korelasi menunjukkan bahwa keyakinan agama memiliki korelasi yang rendah terhadap penerapan bunga tabungan, tetapi memiliki arah yang positif, sedangkan analisis parsial variabel keyakinan agama berpengaruh terhadap minat tabungan dan signifikan. Kesamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama fokus dalam mengidentifikasi strategi untuk meningkatkan minat. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian diatas menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini pendekatan kualitatif, kemudian fokus penelitian diatas hanya minat menabung sedangkan penelitian ini terfokus ke semua penggunaan produk perbankan (Putri et al., 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Siti Chotifah yang berjudul “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*” menyimpulkan bahwa pengetahuan tentang *office channeling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada nasabah di BRISyariah Kartasuro. Pesamaan dengan peneliti ini adalah sama-sama ingin meningkatkan minat bank syariah, perbedaannya adalah

penelitian di atas berfokus pada minat menabung sedangkan penelitian ini adalah minat menggunakan produk bank syariah dan menggunakan analisis SWOT(Chotifah, 2018).

Gupron, Andri Yandi, dalam penelitiannya “*Factors Affecting The Community's Interest In Saving In Sharia Bank In Jambi City*” menyimpulkan bahwa pengetahuan, gaya hidup dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank umum syariah di Kota Jambi. Persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai minat terhadap bank syariah. Perbedaannya adalah penelitian di atas menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian ini pendekatan kualitatif, dan berfokus ke strategi peningkatan minat penggunaan produk bank syariah bukan hanya minat menabung saja(Gupron, Andri Yandi, 2021).

Syahriyal, dalam penelitian “Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung serta Dampaknya kepada Keputusan Menabung pada Perbankan Syariah di Banda Aceh” menyimpulkan bahwa dampak langsung persepsi nilai terhadap pengambilan keputusan tabungan lebih kecil dibandingkan dengan bunga tabungan, dan pengetahuan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menabung. Dampak langsung lebih kecil daripada minat menabung, karena dampak langsung lebih kecil daripada dampak tidak langsung yang dihasilkan melalui variabel perantara yaitu variabel tabungan. juga disebut variabel intervensi parsial. Dikatakan intervensi parsial karena variabel ini meminimalkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaannya adalah sama-sama mempelajari keunggulan bank syariah, perbedaannya penelitian di atas menggunakan metode kualitatif dan model analisis AMOS SEM, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. dengan model analisis SWOT, fokus penelitian ini adalah membuat strategi untuk meningkatkan minat menggunakan produk perbankan syariah (Syahriyal, 2018).

Khaif Rahmato, yang berjudul “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang untuk Menabung di Bank Syariah”. Menyimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat

desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan Syariah. Religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang minat masyarakat terhadap bank syariah. Perbedaannya yaitu lebih terfokus hanya pada minat menabung, sedangkan penelitian ini berfokus pada minat penggunaan produk bank syariah, tidak hanya minat menabung saja tetapi juga minat dalam melakukan pembiayaan atau jasa lainnya yang menjadi produk di bank syariah serta berfokus pada penerapan strategi untuk meningkatkan minat penggunaan produk bank syariah (Khaif Rahmato, 2016).

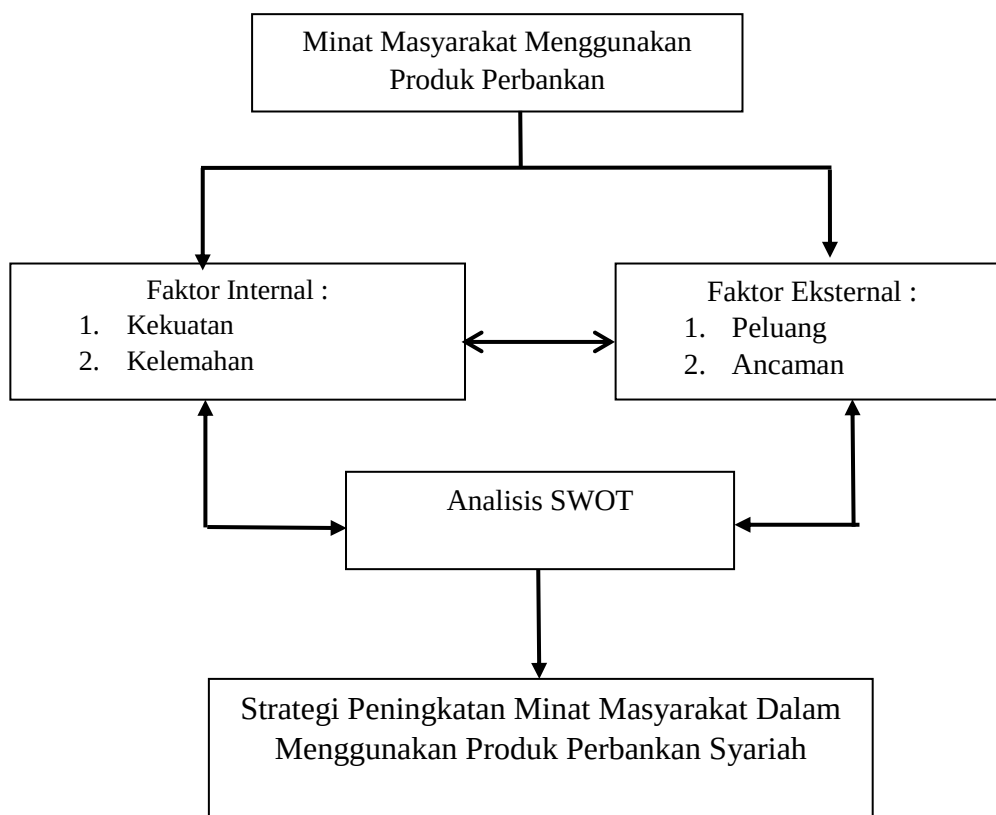
Endah Nur Rahmawati, dari penelitian skripsi berjudul, “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah”. Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa faktor lingkungan, biaya, produk, proses, pesaing, karakteristik pribadi, promosi, keinginan dan manfaat mempengaruhi karyawan untuk tidak menggunakan produk pembiayaan bank. Persamaannya adalah skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian diatas berfokus pada minat produk pembiayaan saja, sedangkan penelitian ini berfokus pada minat masyarakat dalam penggunaan semua produk pada bank syariah (Endah Nur rahmawati, 2017).

Uniyanti, dalam skripsi yang berjudul, ”Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)”. Hasil penelitian ini adalah variabel keyakinan agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Alauddin pada tabungan bank syariah. Variabel informasi produk bank berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung bank syariah pada mahasiswa FEBI UIN Alauddin. Kesamaan antara penelitian di atas dengan penelitian ini adalah bahwa makalah ini berfokus pada minat seseorang terhadap produk perbankan syariah. Perbedaannya penelitian diatas berfokus pada minat mahasiswa untuk menabung dan menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini

berfokus pada minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah dan menggunakan penelitian kualitatif dan analisis (SWOT Uniyanti, 2018).

1.5 Kerangka Berpikir

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian lapangan yang dilakukan di Kabupaten Demak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan merangkum berbagai kondisi, situasi atau fenomena yang ada dalam realitas sosial (Bungin, 2011). Penelitian ini menggambarkan kondisi alamiah bagi berkembangnya minat masyarakat terhadap penggunaan produk perbankan syariah.

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti mempresentasikan hasil penelitian secara deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa teks, hasil wawancara, catatan lapangan foto, arsip dan dokumen resmi lainnya yang menggunakan teks sebagai pengganti angka. Penelitian kualitatif lebih fokus pada proses dari pada hasil, karena penelitian ini menggunakan cara, sehingga jawabannya adalah proses. Penelitian kualitatif berfokus pada signifikansi fenomena yang sedang diteliti (Sugiyono, 2016).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Demak, Alasan pemilihan di Kabupaten Demak sebagai lokasi penelitian adalah :

Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak, 99% penduduk Kabupaten Demak beragama islam. Namun, bukan itu yang menjadi alasan masyarakat Kabupaten Demak berminat pada bank syariah. Berdasarkan pra riset yang sudah saya lakukan bahwa sekitar 35% masyarakat Kabupaten Demak mengetahui keberadaan bank syariah, baik informasi melalui orang lain maupun media sosial dan minat masyarakat dalam sektor perbankan di Kabupaten Demak pun sangat tinggi. Hal tersebut tidak menjadi alasan yang kuat tingginya masyarakat Kabupaten Demak terhadap bank syariah, namun faktanya masyarakat Kabupaten Demak memiliki minat yang sangat rendah terhadap bank syariah.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data penelitian diperoleh langsung dari sumber aslinya melalui wawancara atau hasil observasi terhadap objek dan peristiwa. Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu (Muhammad, 2008)

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara tertulis dengan masyarakat di Kabupaten Demak dan hasil survei kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian masyarakat. Penulis menggunakan data sekunder berupa buku, jurnal, dan data lain yang berkaitan dengan penelitian ini (Burhan Bugin, 2011).

Data sekunder ini yang diambil melalui BPS Kabupaten Demak untuk memberikan informasi mengenai jumlah penduduk Kabupaten Demak.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan atau himpunan universal, yang pada suatu subjek atau objek, sifat dan karakteristiknya ditentukan oleh peneliti, kemudian peneliti menarik suatu kesimpulan (Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, 2017). Penelitian ini, populasi yang digunakan oleh peneliti adalah masyarakat Kabupaten Demak yang berusia berkisar 18 tahun- 54 tahun sebanyak 552.530 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dari suatu standar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Pengambilan sampel secara kebetulan atau secara acak. Anggota populasi yang kebetulan ditemui peneliti selama penelitian, maka itu menjadi sampelnya. Sampel yang

diperoleh peneliti saat penelitian di Kabupaten Demak sebanyak 30 responden yang bersedia diwawancarai dan 30 responden yang mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif (Syaodih Sukma Dinata, 2007). Wawancara merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatapapan langsung dengan responden (Moehar Daniel, 2003). Pengumpulan data wawancara ini dilakukan secara terstruktur dan mendalam. Pengumpulan data dalam wawancara terstruktur menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis dalam bentuk kuesioner terbuka dan tertutup. Wawancara mendalam menggunakan catatan-catatan atau alat bantu berupa perekam suara untuk membantu data tersebut betul-betul dapat dicatat sebagai masukan.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah teknik atau metode yang mengumpulkan data dengan mengamati suatu kegiatan yang sedang berlangsung. (Syaodih Sukma Dinata 2007)

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data yang dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur yang nampak dalam satu gejala pada objek penelitian. Unsur tersebut menjadi data atau informasi yang harus diamati atau dicatat secara benar dan lengkap (Widoyoko, 2012).

Dalam penelitian ini observasi dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada masyarakat untuk memperoleh suatu strategi peningkatan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu kegiatan pengumpulan data berdasarkan dokumen, buku terkait, dan peraturan yang ada, baik berupa laporan, catatan, dokumen atau bahan tertulis lainnya dari pihak yang berkompeten di bidang penelitian. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, melainkan melalui dokumentasi (Iqbal Hasan 2002).

Adapun yang dimaksud dengan dokumentasi dalam penelitian ini adalah data atau dokumen yang digunakan merupakan dokumen resmi yang relevan sesuai dengan penelitian ini sehingga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian ini.

6. Teknis Analisis Data

Ada 3 komponen pokok dalam analisis data yang harus ada dalam penelitian kualitatif. Menurut Miles dan Huberman dalam Rohidi (2014) sebagai berikut :

a. *Data Reduction* (Seleksi data)

Pada proses reduksi ini bertujuan untuk memfokuskan, menyederhanakan dan mengabstraksikan data kasar yang telah diperoleh. Dalam penelitian ini perlu dilakukan reduksi data dari hasil wawancara, observasi dan pencatatan, serta meringkas, menyeleksi dan memfokuskan data sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilih, mengkategorikan dan mengabstraksikan catatan lapangan, wawancara dan dokumen.

b. *Data display* (Penyajian data)

Data Display (penyajian data) yang baik akan memudahkan untuk memahami dan menganalisis berdasarkan pemahaman yang dapat diambil dari data tersebut. Hanya dengan melihat bagaimana data disajikan, peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan dapat menganalisis atau mengambil tindakan berdasarkan data tersebut.

Penyajian data dilakukan setelah data direduksi. Data tersebut yang diperoleh dari wawancara, observasi, serta dokumentasi

dianalisis kemudian disajikan dalam wujud CW (catatan wawancara), CL (catatan lapangan) serta CD (catatan dokumentasi).

c. *Conclusion Drawing* (Penarikan kesimpulan)

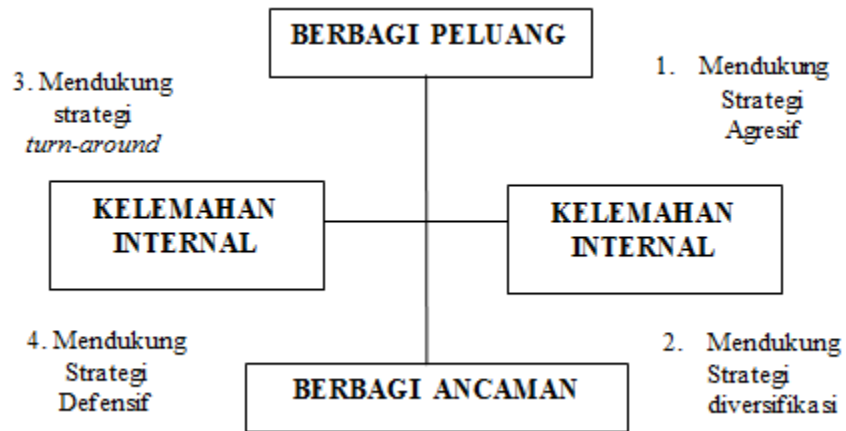
Peneliti harus memahami data apa yang dikumpulkan dan mencatat apa yang ditemukan untuk memudahkan penyajian data dan menarik kesimpulan setelah penyajian data.

Langkah terakhir merupakan penarikan kesimpulan. Kesimpulan ini ialah jawaban atas rumusan permasalahan serta persoalan yang diajukan periset semenjak dini. Dari ketiga komponen tersebut, terjadi proses siklus dari awal proses pengumpulan data hingga kesimpulan interaksi terjadi secara bersamaan dalam penelitian iniketika pengumpulan data selesai, peneliti harus mulai menarik kesimpulan dan memverifikasi berdasarkan segala sesuatu dalam proses pemulihan dan penyajian data, dan kemudian peneliti harus mengingat kembali data yang ada dan memperdalam data.

Analisis informasi dalam riset ini memakai metode analisis SWOT buat menyamakan aspek internal dengan aspek eksternal. Aspek internal meliputi kekuatan serta kelemahan, sebaliknya aspek eksternal meliputi ancaman serta kesempatan. Tata cara analisis SWOT bisa menggambarkan dengan jelas gimana mengenali kesempatan serta ancaman yang wajib dialami dan gimana mengenali kekuatan serta kelemahan yang terdapat. Dalam analisis SWOT hendak ditetapkan bermacam aspek secara sistematis buat merumuskan strategi yang pas guna tingkatkan atensi masyarat dalam memakai produk perbankan syariah.

Maksud serta arti analisis SWOT merupakan memadukan dengan keempat aspek ataupun campuran tersebut, gimana mempersiapkan kekuatan, menanggulangi kelemahan, mencari kesempatan serta strategi didapati bermacam ancaman. Analisis SWOT menyamakan kesempatan dan ancaman eksternal dengan kekuatan serta kelemahan internal (Rangkuti, 2006).

Gambar 1.2 Diagram Analisis SWOT



Berdasarkan gambar diatas, diagram analisis SWOT dapat digambarkan sebagai berikut :

a. Kuadran 1

Kuadran 1 mewakili situasi yang sangat menguntungkan. Organisasi akan memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi strategi yang perlu dilaksanakan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

b. Kuadran 2

Kuadran 2 ini menunjukkan bahwa organisasi akan menghadapi beberapa ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari internal. Jadi strategi yang tepat adalah memanfaatkan peluang jangka panjang dari strategi diversifikasi.

c. Kuadran 3

Kuadran 3 ini memiliki kelemahan internal namun organisasi memiliki peluang besar untuk berkembang dengan mengubah strategi sebelumnya, karena sulit menangkap peluang yang ada dan harus meningkatkan kinerja internal.

d. Kuadran 4

Kuadran 4 ini merupakan situasi yang kurang menguntungkan karena jelas bahwa baik pihak internal maupun eksternal sangat lemah dan akan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan.

Proses penyusunan perencanaan strategi melalui 3 tahap yaitu :

1. Identifikasi faktor internal dan eksternal

Tentu saja ada beberapa faktor yang mempengaruhi komponen analisis SWOT ketika menggunakan strategi SWOT untuk mengembangkan strategi. Faktor tersebut berasal dari internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan, perusahaan memiliki dua komponen dalam faktor ini, yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua komponen ini akan berdampak pada penelitian, dan jika kekuatan internal perusahaan lebih besar maka akan memberikan hasil penelitian lebih baik. Faktor eksternal tidak secara langsung terlibat dalam konten yang dipelajari. Faktor eksternal tersebut meliputi ancaman dan peluang. Kehadiran ancaman dan peluang akan memberikan data yang perlu dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga dapat menghasilkan strategi respons.

2. Tahap analisis matrik faktor internal dan eksternal

Setelah didapatkan faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya menentukan nilai bobot, rating dan skor. Nilai bobot adalah 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting), sedangkan rating diberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) hingga 1 (*poor*). Menurut pengaruh faktor-faktor ini pada kondisi yang terjadi, saat pemberian rating untuk faktor peluang bersifat positif atau besar diberi nilai +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi nilai +1. Pada saat yang sama, ketika pemberian rating pada faktor ancaman merupakan kebalikannya, jika ancamannya besar, diberi nilai +1, dan jika ancamannya kecil, diberi nilai +4. Skor akan ditentukan dari hasil kali bobot dan rating, kemudian dibuat matriks SWOT dalam bentuk kuadran SWOT, untuk menentukan letak kuadran menggunakan

selisih kekuatan dan kelemahan (x) dan selisih peluang dan ancaman (y).

3. Tahap analisis aspek strategi internal (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS*) dan aspek strategi eksternal (*External Strategic Factors Analysis Summary/EFAS*)

Setelah informasi terkumpul, maka tahap berikutnya merupakan menggunakan seluruh data tersebut buat model formulasi strategi. Terdapat sebagian model yang bisa digunakan buat formulasi strategi, ialah matriks SWOT, matriks BCG, matriks internal eksternal, matriks ruang, serta matriks grand strategy.

Model perumusan strategi yang sering digunakan adalah matriks SWOT. Dengan matriks SWOT ini dapat dengan jelas menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dialami serta bisa melaksanakan penyesuaian bersumber pada kekuatan serta kelemahan yang dipunyai. Setelah menganalisis matriks SWOT, akan diperoleh empat alternatif strategi.

Tabel 1.1 Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 3-5 Faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 3-5 faktor-faktor kelemahan internal
	OPPORTUNITIES (O) Tentukan 3-5 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATS (T) Tentukan 3-5 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : (Rangkuti 2016)

Setelah menganalisis matriks SWOT, akan diperoleh empat alternatif strategi untuk mengimplementasikan strategi peningkatan minat masyarakat terhadap penggunaan produk perbankan syariah di Kabupaten Demak.

Alternatif-alternatif tersebut adalah

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini dibuat bersumber pada jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan segala kekuatan untuk merebut serta menggunakan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini didasarkan pada pemanfaatan peluang/kesempatan yang terdapat dengan meminimalkan kelemahan yang ada.

c. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Ini merupakan strategi untuk menggunakan kekuatan perusahaan untuk menanggulangi ancaman.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi bersumber pada aktivitas defensif, berupaya meminimalkan kelemahan yang ada serta menjauhi ancaman (Rangkuti 2016).

4. Tahap pengambilan keputusan

Pada sesi ini diambil keputusan berupa strategi baru, dan beberapa solusi diturunkan dari hasil analisis SWOT untuk mengembangkan potensi pengembangan agar lebih lanjut.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan dalam penelitian ini menyajikan situasi penelitian secara keseluruhan. Sistem penulisan dalam penelitian ini meliputi lima bab, antara lain

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini memaparkan data penelitian termasuk gambaran umum mengenai masyarakat Kabupaten Demak dan penyebab rendahnya minat masyarakat Kabupaten Demak terhadap produk perbankan syariah.

BAB IV URAIAN ANALISIS MASALAH PENELITIAN

Bab ini menjelaskan hasil analisis yang diperoleh, serta pembahasan hasil analisis dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Sebutan strategi berasal dari bahasa Yunani ialah kata *strategia* (*stratos = militer, serta ag = mebuat*), yang diartikan seni/ilmu buat menjadi seorang jendral. Konsep ini relevan dengan atmosfer pada era dulu yang diwarnai oleh perang. Konsep strategi militer kerap kali diadaptasi serta diterapkan dalam dunia bisnis (Nur Rianto, 2015)

Strategi ialah langkah-lagkah yang wajib dijalankan oleh suatu perusahaan untuk menggapai suatu tujuan (Kasmir, 2014).

Strategi ialah tujuan jangka panjang dari suatu industri, serta rumusan pada pendayagunaan serta semua alokasi sumberdaya yang berarti buat menggapai tujuan. Strategi dapat dimaksud selaku sekumpulan opsi untuk perencanaan serta penetapan serangkaian rencana tindakan serta alokasi sumber daya yang berarti dalam menggapai sesuatu tujuan serta sasaran, dengan memcermati keunggulan kompetitif, komparatif, serta signergis sempurna berkepanjangan kearah, cakupan, serta perpektif jangka panjang totalitas yang sempurna dari orang atau organisasi (Ramadhan, Ahmad. Rahmatus Sofiyah, 2013).

Menurut Porter perusahaan dapat mengadopsi tiga strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, yaitu :

- a. *Cost Leadership*, dibandingkan dengan pesaing, jika perusahaan bisa memberikan harga jual yang lebih murah dari pesaing, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih tinggi, dengan tetap memiliki nilai/kualitas produk yang sama.
- b. Diferensiasi, perusahaan juga bisa menerapkan strategi diferensiasi dengan menciptakan kesadaran akan nilai-nilai tertentu bagi konsumen, seperti, inovasi produk, layanan yang lebih baik dan kesadaran akan keunggulan produk.

- c. Fokus, strategi fokus juga bisa diterapkan untuk mendapat keunggulan kompetitif berdasarkan segmentasi dan target pasar yang diharapkan.

Pemahaman yang baik tentang konsep strategi dan konsep berkaitan lainnya akan menentukan keberhasilan perumusan strategi, konsepnya yaitu :

- 1) *Distincitive Competence*, tindakan yang dilakukan perusahaan untuk melakukan aktivitas lebih baik dari pesaing.
- 2) *Competitive Advantage*, aktivitas spesifik yang dikembangkan perusahaan untuk mengungguli pesaing. Keunggulan bersaing adalah hasil dari pilihan strategis yang dibuat perusahaan untuk menangkap peluang pasar (Mashuri 2020).

2.2 Minat

2.2.1 Pengertian Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Minat adalah suatu kecenderungan dan tingkat kegairahan yang tinggi ataupun keinginan yang kuat terhadap sesuatu (KBBI, 2020).

Minat adalah keinginan yang ditimbulkan oleh diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk menggapai tujuan tertentu. Minat adalah tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang memberitahunya, atau umumnya cenderung menemukan objek yang disukai, dan kesukaan menjadi alasannya (Assauri, 2011). Minat merupakan kesukaan kepada sesuatu. Minat muncul dalam diri seseorang sebab tertarik pada sesuatu perihal tersebut dirasa bermanfaat untuk kebutuhannya. Minat ialah sumber motivasi seseorang buat melaksanakan apa yang di idamkan apabila orang tersebut diberi kebebasan untuk memilah (Hurlock, 1999).

Maka dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu dorongan untuk melakukan sesuatu yang menjadi daya tarik tersendiri yang disebabkan oleh beberapa faktor.

2.2.2 Tahapan Minat

Tahapan-tahapan minat yaitu :

1. Informasi yang jelas saat sebelum memilih
2. Pertimbangan yang matang saat sebelum memilih
3. Keputusan memilih (Assauri, 2011).

Terdapat empat tahapan dalam memastikan minat yaitu :

- 1) *Attention*. Tahapan ini ialah tahapan dini dalam memperhitungkan sesuatu produk ataupun jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, tidak hanya itu calon pelanggan pula menekuni produk ataupun jasa yang ditawarkan.
- 2) *Interest*. Sesi ini calon pelanggan mulai tertarik membeli ataupun menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan, setelah memperoleh data yang lebih terperinci mengenai produk ataupun jasa yang ditawarkan.
- 3) *Desire*. Calon pelanggan mulai memikirkan dan berdiskusi mengenai produk ataupun jasa yang ditawarkan. Tahap ini diisyaratkan dengan timbulnya minat yang kokoh dari calon pelanggan untuk memakai produk ataupun jasa yang ditawarkan.
- 4) *Action*. Tahapan ini calon pelanggan sudah memiliki kemantapan besar untuk membeli ataupun memakai produk yang ditawarkan (Kotle, 2008).

2.2.3 Faktor yang mempengaruhi minat

Terdapat sebagian aspek yang mempengaruhi minat, yaitu :

1. Sosial Ekonomi, maksudnya seorang yang memiliki sosial ekonomi yang besar bakal gampang menggapai apa yang diinginkan dari pada yang memiliki sosial ekonomi rendah.
2. Pengetahuan publik, maksudnya seluruh data yang dipunyai masyarakat mengenai bermacam produk serta jasa dan data lain yang berhubungan dengan guna selaku konsumen (Shinta 2011).
3. Lokasi, posisi pelayanan yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju ialah keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi yang hendak digunakan

mengaitkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada penduduk serta dimana hendak berlangsung (Adam, 2015).

4. Lingkungan

Area disekitar bisa pengaruhi minat konsumen dalam pemilihan sesuatu produk tertentu (Assael, 2004).

5. Religiusitas, agama merupakan peraturan, ialah peraturan yang mengendalikan kondisi manusia, ataupun mengenai seluruh suatu yang ghaib, pergaulan hidup bersama serta mengenai budi pekerti (Ismal, 1997).

Terdapat sebagian istilah dari agama, antara lain religi, *religion* (Inggris), *religie* (Belanada), *religio/relagere* (Latin) dan *dien* (Arab) (Kahmad, 2002).

Religiusitas dimaksud selaku seberapa jauh pengetahuan, seberapa kuat keyakinan, seberapa penerapan ibadah serta kaidah yang seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Untuk seseorang muslim religiusitas terpancar dari gimana pengetahuan, penghayatan atas agama Islam penerapan dan kepercayaan (Nashori, Fuad. Diana, 2002).

Religiusitas ini salah satu aspek berguna mendorong minat masyarakat untuk memakai produk perbankan syariah.

6. Umur atau usia

Usia termasuk ke dalam salah satu faktor minat, karena umur kanak-kanak, anak muda, dewasa serta orang tua itu hendak berbeda minatnya terhadap sesuatu barang, kegiatan barang serta orang.

7. Jenis Kelamin

Sama halnya denga usia, jenis kelamin juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat, sebab minat wanita hendak berbeda dengan minat pria.

2.3 Strategi Peningkatan Minat

Bisa disimpulkan kalau strategi peningkatan minat ialah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan keinginan yang besar terhadap sesuatu ataupun tertarik pada sesuatu objek ataupun aktivitas tanpa terdapat yang menyuruh ataupun umunya terdapat kecenderungan buat mencari objek yang disenangi (Setyo Soedrajat, 1994).

Dalam strategi peningkatan minat terdapat beberapa strategi yaitu :

1. Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar ataupun penerobosan pasar merupakan usaha industri menaikkan total nasabah baik secara kuantitas ataupun mutu pada pasar lewat promosi serta distribusi secara aktif.

2. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk maksudnya usaha menaikkan jumlah konsumen dengan metode peningkatan ataupun memperkenalkan produk-produk baru industri. Inovasi serta kreativitas dalam penciptaan produk jadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Industri senantiasa berupaya melaksanakan pembaharuan ataupun pengenalan produk baru kepada konsumen. Industri tiada henti terus melaksanakan pencarian terhadap kebutuhan pasar serta berupaya untuk terpenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar ialah salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka ataupun mendirikan ataupun anak cabang baru yang dikira lumayan strategis ataupun menjalankan kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk meresap konsumen baru. Manajemen memakai strategi ini apabila pasar telah padat serta kenaikan bagian pasar telah sangat besar ataupun pesaing kokoh.

4. Strategi Intergrasi

Strategi integrasi ialah strategi pilihan akhir yang umunya ditempuh oleh para industri yang menghadapi kesusahan likuiditas sangat parah. Umumny yang hendak dicoba merupakan strategi diversifikasi horizontal, ialah penggabungan perusahaan-perusahaan

5. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik konsentrasi ataupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang diartikan disini merupakan industri memfokuskan pada sesuatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan bermacam varian produk industri yang dipunyai. Sedangkan diversifikasi konglomerat merupakan perbankan fokus dalam membagikan bermacam jenis produk industri kepada kelompok konglomerat (korporat) (Hari Suminto, 2002).

2.4 Produk Perbankan Syariah

Bank syariah sebagai *financial* intermediasi terletak di antara unit-unit ekonomi yang kelebihan dana dan unit-unit lain yang kekurangan dana. Untuk memainkan peran intermediasi, lembaga keuangan harus melaksanakan aktivitas berupa penghimpunan dana, pengalokasian dana dan menyediakan berbagai layanan transaksi keuangan kepada masyarakat.

Produk bank syariah tersebut adalah sebagai berikut :

2.4.1 Penghimpunan Dana

Penggalangan dana atau produk penghimpunan dana bertujuan untuk memobilisasi serta menginvestasikan tabungan secara yang adil untuk mendorong pembangunan ekonomi, sehingga memastikan bahwa semua pihak menerima manfaat yang adil. Tujuan aliran dana penting karena islam jelas mengutuk penimbunan tabungan dan membutuhkan penggunaan sumber dana yang efektif untuk mencapai tujuan sosial ekonomi islam. Dalam hal ini bank syariah tidak menggunakan bunga, melainkan menggunakan prinsip hukum islam yaitu *Wadi'ah* dan *Mudharabah* (Ascarya, 2013).

a. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* berlaku buat produk rekening giro. *Wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan ataupun badan hukum, wajib dilindungi serta dikembalikan bilamana dikehendaki oleh penyimpan (Antonio, 2001).

Akad *Wadiah* ini dibagi jadi dua bagian ialah *Wadiah yad al-amanah* serta *wadiah yad adh-dhamanah*. *Wadiah yad alamanah* merupakan titipan dari pihak penitip yang memiliki barang/aset kepada pihak penyimpan yang berwewenang atau yang dipercaya. Benda/harta yang ditaruh merupakan benda yang berharga, semacam uang, dokumen, surat berharga ataupun benda berharga lainnya. Bersumber pada prinsip ini, pihak penyimpan tidak boleh memakai ataupun menggunakan benda/harta yang terletak dalam penitipan, tetapi Cuma menjaganya saja (Ascarya, 2013). *Wadiah yad dhamanah* merupakan akad antara dua pihak, ialah satu pihak berperan selaku pemberi titipan serta pihak lain selaku penerima titipan, pihak penerima titipan bisa memakai benda/harta titipan serta penerima titipan harus mengembalikan benda yang dititipkan dengan kondisi utuh (Ismail, 2013). Selaku konsekuensi dari *Wadiah yadh dhamanah*, seluruh keuntungan yang dihasilkan dari dana titipan tersebut jadi kepunyaan bank serta pula bank wajib menanggung dari seluruh kerugian yang terdapat, selaku imbalannya, pemilik benda/harta mendapatkan jaminan keamanan atas harta bendanya. Tidak hanya itu, bank selaku penerima titipan pula bisa membagikan bonus kepada nasabah dari keuntungan bank, dengan syarat bonus tersebut belum ditetapkan, namun murni atas kebijaksanaan manajemen bank (Syafi'i Antonio, 2001).

b. Prinsip *Mudharabah*

Akad yang cocok dengan investasi merupakan *mudharabah* yang memiliki tujuan kerjasama antara *owner* dana serta pengelola. Pelaksanaan prinsip *mudharabah* merupakan nasabah berperan selaku *owner* dana, bank berperan selaku pengelola dana, serta dana tersebut digunakan bank buat melakukan penyaluran dana/pembiayaan. Hasilnya ini setelah itu dibagi antara nasabah dan bank sesuai dengan

nisba bagi hasil yang disepakati. Prinsip *mudharabah* ini berlaku untuk produk deposito dan tabungan.

2.4.2 Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana kepada nasabah yang dilakukan oleh bank syariah, terbagi menjadi empat kategori yaitu :

- a. Pembiayaan menggunakan prinsip jual beli
- b. Pembiayaan menggunakan prinsip bagi hasil
- c. Pembiayaan menggunakan prinsip sewa
- d. Pembiayaan menggunakan akad pelengkap

Pembiayaan prinsip jual beli untuk pemilihan barang, sedangkan pembiayaan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa, dan pembiayaan bagi hasil ditujukan untuk kerjasama usaha.

2.4.2.1 Pembiayaan menggunakan prinsip jual beli

1) *Bai' Al-Murabahah*

Bai' al-murabahah ataupun disebut *murabahah* mengacu pada jual beli benda dengan harga aslinya ditambah keuntungan yang disepakati. Dalam *bai' al-murabahah* ini, penjual wajib mengatakan harga beli produk serta pula tingkat keuntungan wajib ditetapkan yang diminta (Syafi'i Antonio, 2001).

Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual dikurangi harga benda yang dibuat atas dasar sukar, dengan kata lain dibayar lunas pada waktu yang disepakati. Dari segi hukum, wajar dalam islam menggunakan prinsip *murabahah* dalam bertransaksi. *Murabahah* adalah transaksi pembelian barang bersumber pada harga pokok ditambah dengan margin yang disepakati oleh belah pihak, penjual mengkonfirmasi harga pembelian dengan pembeli terlebih dulu (Muhammad, 2014).

Landasan Hukum, Q.S An-Nisa/4 : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

“Hai orang-orang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Mardani, 2001).

وَأِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan jika (orang beruntung itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 280)

Fatwa DSN Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah*, No. 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang *wakalah*, No. 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam *murabahah*, No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam *murabahah*, No. 23/DSN-MUI/III/2000 tentang potongan pelunasan dalam *murabahah*, No. 46/DSN-MUI/II/2005 tentang potongan tagihan *murabahah*, No. 47/DSN-MUI/II/2005 tentang penyelesaian piutang *murabahah* bagi nasabah yang tidak mampu membayar, No. 48/DSN-MUI/II/2005 tentang penjadwalan kembali tagihan *murabahah*, No. 49/DSN-MUI/II/2005 tentang konversi akad *murabahah* (Soemitra, 2009).

2) *Bai' As-Salam*

Secara sederhana *bai' As-salam* adalah membeli beberapa barang yang diserahkan dikemudian hari dengan pembayarannya dilakukan di muka sekaligus. Akad salam merupakan pembiayaan sesuatu benda dengan memesan serta membayar harga dimuka bersumber pada ketentuan serta syarat yang disepakati (Syafi'i Antonio, 2001).

Dari segi terminologi dapat diartikan menjual sesuatu benda dengan keterlambatan penyerahan ataupun menjual sesuatu benda yang ciri-cirinya dikatakan dengan jelas, dengan terlebih dulu membayar modalnya, baru setelah itu penyerahan barang tersebut (Misbach, 2013). Dalam mekanisme akad *salam* bank syariah, pembelian dibayar dimuka oleh bank dan nasabah pada bertepatan dengan penyerahan yang disepakati bersama, serta harga yang dibayar dalam akad *salam* tidak boleh berupa hutang, dan harus tunai lekas dibayar.

Landasan hukum akad *salam* ini adalah fatwah DSN MUI No. 5/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *salam*. (Soemitra 2009)

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ
الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ
يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-jani. Hewan ternak dihalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji ata umrah). Sesungguhnya allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.” (Q.S Al-Maidah [5]: 1)

3) Bai' Al-Istishna'

Bai' as-istishna' merupakan akad jual beli antara pembeli serta pembentuk benda. Akad *istishna'* ini ialah akad pembiayaan dalam wujud pemesanan benda tertentu dengan kriteria tertentu serta persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustahsni'*) dan penjual (*shani'*). akad *istishna'* ini menyamai produk *salam*, tetapi dalam *istishna'* pembayarannya bisa dilaksanakan dengan beberapa kali termin pembayaran (Soemitra, 2009). Pelaksanaan *bai al-istishna'* ini di dalam bank syariah

memakai *istishna'* paralel, ialah bank menerima pesanan dari nasabah setelah itu bank memesankan permintaan benda nasabah kepada produsen dengan pembayaran di muka, cicil atau dibelakang, serta jangka waktu penyerahannya disepakati bersama (Ascarya, 2013).

Landasan hukum *istishna'* adalah fatwah DSN MUI No.06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *istishna'* dan No. 22/ DSN-MUI/III/2002 tentang jual beli *istishna'* paralel (Soemitra, 2009).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى
فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كِتَابُ أَنْ يَكْتُبَ
كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ
وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا
أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ
وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ
وَأَمْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرَوْ ضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا
فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَالُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا
تَسْأَلُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ
اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُوهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۚ
وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا
فَإِنَّهُ فُسُوقٌكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka

hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun dari padanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akal nya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual-beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Q.S Al-Baqarah [2]: 282)

2.4.2.2 Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan yang bersumber atas bagi hasil yaitu :

1) Pembiayaan *musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah*, transaksi ini didasarkan pada kemauan kedua belah pihak untuk

berkolaborasi untuk meningkatkan nilai aset yang dipunyai bersama. Seluruh wujud usaha yang mengaitkan dua pihak ataupun lebih serta mereka bersama-sama mencampurkan seluruh wujud sumber daya berwujud dan tidak berwujud (Karim, 2014)

Musyarakah merupakan akad bagi hasil dua atau lebih pengusaha dengan dana/modal bekolaborasi sebagai mitra usaha guna menyediakan dana untuk investasi pada bisnis baru ataupun yang telah ada. Mitra usaha yang mempunyai modal berhak untuk berpartisipasi dalam pengelolaan usaha, namun tidak harus. Kedua belah pihak bisa mengelola usaha bersumber pada pembagian kerja sesuai dengan kesepakatan, serta pula bisa menuntut upah/gaji atas tenaga kerja dan kemampuan yang mereka tanamkan di industri. Bagian keuntungan dipecah di antara mereka menurut kesepakatan yang sudah ditetapkan, serta bila terjadi kerugian, itu dibagi menurut penanaman modal masing-masing (Ascarya, 2013)

Landasan hukum pembiayaan *musyarakah* adalah Fatwah DSN MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *musyarakah*.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُم بَهِيمَةُ
الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ
إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan

hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.” (Q.S Al-Mā'idah [5]: 1)

2) Pembiayaan *mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* merupakan bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih, dimana pemilik modal menitipkan sejumlah modal kepada pengelola melalui perjanjian bagi hasil. Hal ini termasuk bentuk menekankan kerjasama yang menekankan 100% donasi tunai *shahibulmaal* dan keahlian *mudharib*.

Transaksi tidak memerlukan perwakilan *shahib al-maal* untuk berpartisipasi dalam manajemen perusahaan. Sebagai orang yang amanah, *mudharib* harus berhati-hati dan bertanggung jawab atas segala kerugian yang karena kelalaiannya. Pada saat yang sama, sebagai perwakilan *shahibulmaal*, manajer diharapkan mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan lebih banyak keuntungan (Karim, 2014).

Landasan hukum akad *mudharabah* adalah fatwah DSN MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah* (*qiradh*).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Jangankan kamu saling memakan haerta sesemamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku batas dasar suka masa suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa [4]: 29)

2.4.2.3 Pembiayaan dengan prinsip sewa

Ijarah merupakan akad yang mengalihkan hak guna barang ataupun jasa dengan membayar sewa, dan kemudian tidak mengalihkan kepemilikan dari barang itu sendiri. Pada akhir masa sewa, bank bisa menjual barang yang disewa kepada nasabah, itulah sebabnya disebut *ijarah muntahiyah bitamlik* (pengalihan kepemilikan setelah sewa) (Syafi'i Antonio, 2001). Pembiayaan dengan berbasis sewa adalah *ijarah*. Transaksi *ijarah* didasarkan pada perpindahan manfaat, oleh karena itu, pada dasarnya prinsip *ijarah* sama dengan prinsip jual beli, hanya saja objek transaksinya berbeda. Jika objek transaksinya adalah komoditas, maka dalam *ijarah* objek transaksinya adalah jasa (Karim, 2014). Landasan hukum dari akad *ijarah* ini adalah fatwa DSN MUI No.09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *ijarah*, Fatwah DSN MUI No. 44/DSN-MUI/VII/2004 tentang pembiayaan multijasa.

Q.S Az-Zukhruf : 4/32

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُلْخًا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kamilah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”

2.4.2.4 Pembiayaan dengan akad pelengkap

Akad pelengkap bukan untuk mencari keuntungan, tetapi untuk mendorong pelaksanaan pembiayaan. Meskipun

tidak untuk mencari keuntungan, dalam kontrak pelengkap ini diperbolehkan untuk meminta penggantian biaya pelaksanaan pembiayaan. Besarnya biaya penggantian hanya digunakan untuk membayar biaya yang sebenarnya. (Karim 2014) Akad tambahan meliputi :

1. Hawalah adalah mengalihkan hutang/piutang kepada orang lain yang wajib bertanggung jawab. Para ulama berpendapat bahwa beban hutang dialihkan dari *muhir* (debitur) kepada keluarga orang yang berkewajiban membayar utang (Ascarya, 2013).
2. *Wakalah* berarti penyerahan pendelegasian atau pemberian kekuasaan. Namun, *al-wakalah* disini berarti bahwa satu orang mendelegasikan kekuasaan kepada orang lain dalam hal-hal yang diperlukan. (Syafi'i Antonio 2001) *Wakalah* muncul dalam aplikasi perbankan ketika nasabah memberikan wewenang kepada bank untuk melakukan tugas-tugas tertentu atas nama sendiri, seperti, *later of credit*, *collections* dan *remittances* (Karim, 2014).

Adapun landasan hukum dari akad wakalah Q.S (Al-Kahf [18]: 19)

وَكَذَٰلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ ۚ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ
قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ ۚ قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ
بِمَا لَبِئْتُمْ فَأَبْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا
أَزْكَىٰ طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ
أَحَدًا

“Dan demikianlah Kami bangunkan mereka, agar di antara mereka saling bertanya. Salah seorang di antara mereka berkata, "Sudah berapa lama kamu berada (di sini)?" Mereka menjawab, "Kita berada (di sini) sehari atau setengah hari." Berkata (yang lain lagi), "Tuhanmu lebih mengetahui berapa lama kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang di antara kamu pergi ke kota

dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, dan bawalah sebagian makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah lembut dan jangan sekali-kali menceritakan halmu kepada siapa pun.” (Al-Kahf [18]: 19)

3. *Qard*. *Qard* menawarkan aset lain yang dapat dipulihkan, yaitu meminjam tetapi tidak mengharapkan pengembalian. Dalam literatur keuangan klasik, *qard* digolongkan sebagai akad *tathaawwui* atau akad gotong royong, bukan transaksi komersial. Meskipun penerapannya di dunia perbankan syariah dapat berupa *Al-Qardh Al-Hasan* sebagai bentuk kontribusi terhadap dunia usaha kecil. Di Indonesia dana tersebut berasal dari dana Badan Amil Zakat, Infak dan Sedekah (Bazis). Pada prinsipnya *qhardul hasan* adalah sejenis pinjaman permanen yang hanya perlu mengembalikan pinjaman tanpa membayar biaya tambahan.
4. *Sharf* adalah transaksi pertukaran antara mata uang dan mata uang. Yang dimaksud mata uang ini adalah mata uang asing, yaitu penukaran mata uang asing dengan mata uang domestik atau mata uang lainnya. Harus diserahkan pada saat yang sama dalam proses jual beli mata uang tersebut (Karim, 2014).

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Kabupaten Demak

Kabupaten Demak sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah terletak pada koordinat 6043'26" - 7009'43" Lintang Selatan dan 110027'58" - 110048'47" Bujur Timur.

Tabel 3.1 Posisi Batas Kabupaten Demak

Bagian	Desa
Sebelah Utara	Kabupaten Jepara dan Laut Jawa
Sebelah Timur	Kabupaten Kudus dan Kabupaten Grobogan
Sebelah Selatan	Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Semarang
Sebelah Barat	Kota Semarang

Berdasarkan data administrasi luas wilayah Kabupaten Demak adalah 897,43 km², terdiri atas 14 kecamatan, 243 desa, dan 6 kelurahan. (BPS Kabupaten Demak 2020)

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan

Kecamatan di Kabupaten Demak	Jumlah Penduduk
Kecamatan Demak	110.165
Kecamatan Wonosalam	84.662
Kecamatan Dempet	59.689
Kecamatan Karangtengah	68.781
Kecamatan Sayung	105.712
Kecamatan Guntur	86.122
Kecamatan Karangawen	94.653
Kecamatan Mranggen	175.722
Kecamatan Bonang	106.712
Kecamatan Wedung	82.621
Kecamatan Mijen	58.287
Kecamatan Karanganyar	77.535
Kecamatan Gajah	51.735
Kecamatan Kebonagung	41.560

Kabupaten Demak mayoritas penduduknya beragama islam, 1.143.902 orang yang beragama islam, terdiri dari 576.889 laki-laki dan 567.013 perempuan. Tidak hanya beragama islam saja tetapi penduduk Kabupaten Demak juga ada yang beragama protestan, katolik, budha dan hindu. (BPS Kabupaten Demak 2021)

Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Menurut Agama

Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Budha	Hindu	Lainnya
Kecamatan Demak	106.925	1.475	888	23	17	0
Kecamatan Wonosalam	80.417	116	26	6	6	0
Kecamatan Dempet	58.160	60	5	0	3	0
Kecamatan Karangtengah	66.781	62	19	0	0	4
Kecamatan Sayung	101.863	430	396	3	7	3
Kecamatan Guntur	81.617	364	16	0	0	0
Kecamatan Karangawen	90.593	946	41	9	5	0
Kecamatan Mranggen	153.087	2.824	1.494	79	13	6
Kecamatan Bonang	102.075	10	1	0	0	0
Kecamatan Wedung	80.108	20	0	0	0	0
Kecamatan Mijen	56.576	96	6	1	0	0
Kecamatan Karanganyar	74.254	96	14	0	0	0
Kecamatan Gajah	49.984	69	2	1	0	0
Kecamatan Kebonagung	41.192	134	29	0	0	0

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak 2020

Jumlah Penduduk Kabupaten Demak berdasarkan umur produktif (18-54 tahun) (BPS, 2020).

Tabel 3.4 Jumlah Penduduk berdasarkan umur produktif

Kecamatan	Perempuan	Laki-laki	Jumlah
Bonang	2339	25943	48.682
Demak	24965	24552	49.517
Dempet	12849	12919	25768
Gajah	10243	10634	20877
Guntur	18452	18241	36693
Karangtengah	15360	15244	30604
Karanganyar	16836	16198	33034
Karangawen	22856	22041	44897
Mijen	11910	12529	24439
Mranggen	47103	47584	94687
Sayung	26029	25714	51743
Wedung	17255	17590	34845
Wonosalam	18458	18675	37133
Kebonagung	9760	9851	19611
Total			552530

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1.1. Identitas Responden

1. Umur

Dalam penelitian ini umur responden berkisar 17-55 tahun, hal ini dapat dikatakan bahwa rata-rata masyarakat Demak berusia produktif. Dapat dilihat dalam distribusi frekuensi umur responden pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Distribusi Umur Responden

UMUR (Tahun)	Frek (Org)	(%)
18-25	17	28,33
26-35	22	36,67
36-45	11	18,33
>46	10	16,67
Jumlah	60	100

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas maka persentase umur responden tertinggi pada kisaran 26-35 tahun yaitu 36,67%. Sedangkan persentase umur terendah adalah >46 tahun yaitu 16,67%. Rata-rata umur responden dalam kategori umur produktif. Dengan tinggi frekuensi umur produktif maka menimbulkan peningkatan minat penggunaan produk bank syariah. Menurut Krisnawati mengatakan jika umur seseorang dapat mempengaruhi karakteristik sehingga akan membentuk persepsi yang berbeda, kemudian persepsi itu akan mempengaruhi sikap yang akan diambil yaitu tindakan atau perilaku seseorang.

2. Pendapatan

Dalam penelitian ini, pendapatan responden kisaran Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.500.000,00. Dengan presentase 36,67%, pendapatan masyarakat ini sangat mempengaruhi minat penggunaan produk bank syariah karena semakin pendapatannya tinggi, maka akan menggunakan produk bank syariah untuk mengelola pendapatannya.

Tabel 4.2 Distribusi Pendapatan Responden

Pendapatan (Rp)	Frek (Org)	(%)
0 – 1.000.000	12	20
1.000.001 – 2.500.000	22	36,67
2.500.001 – 4.000.000	20	33,33
> 4.000.001	6	10
Jumlah	60	100

3. Jenis kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan presentase 63,33%. Dari respon ini kebanyakan perempuan yang tertarik atau berminat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Berikut distribusi frekuensi menurut jenis kelamin :

Tabel 4.3 Distribusi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frek (Org)	%
Laki-laki	22	36,67
Perempuan	38	63,33
Jumlah	60	100

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman)

Penyusunan strategi yang digunakan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah ini salah satu memajukan perekonomian khususnya meningkatkan persentase bank syariah. Penyusunan strategi ini dimulai dari menentukan faktor internal dan eksternal.

4.2.1.1 Identifikasi faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan analisis dalam penelitian ini terbagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Faktor Internal

Yang termasuk faktor internal antara lain :

1) Kekuatan :

- a) Religiusitas masyarakat Demak. Seluruh responden di Demak mayoritas beragama islam, dan tingkat religiusitas masyarakat Demak tinggi, hal ini dibuktikan bahwa hampir seluruh masyarakat Demak beragama islam, pengetahuan tentang islam yang diwujudkan dengan mengamalkan nilai-nilai agama dengan mematuhi aturan-aturan dan menjalankan kewajibannya dengan ikhlas hati dalam kehidupan sehari-hari. Kabupaten Demak yang beragama islam sebanyak 1.149.604 orang atau 99%.
- b) Pengetahuan tentang haramnya riba. Hampir seluruh masyarakat Kabupaten Demak mengetahui mengenai haramnya riba, dalam islam riba diharamkan hal ini tertera dalam Al-Qur'an QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

- c) Tingkat pendidikan responden. Seluruh responden mengikuti pendidikan formal seperti, SD, SMP, SMA hingga perguruan tinggi. Ada sebanyak 70% responden yang tingkat pendidikannya dalam kategori tinggi.
 - d) Umur responden produktif. Umur responden di Demak termasuk kategori umur produktif yaitu kisaran 25-60 tahun.
 - e) Pengalaman responden. Seluruh responden mempunyai pengalaman termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah karena semakin masyarakat berpendidikan tinggi akan semakin mudah untuk menentukan yang lebih baik.
 - f) Lokasi. Lokasi bank syariah di Kabupaten Demak sangat strategis karena berada di pusat kota, mudah dijangkau dengan transportasi umum, hal ini memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah.
- 2) Kelemahan :
- a) Kurangnya pengetahuan tentang produk bank syariah. Banyak responden yang tidak mengetahui tentang produk yang ditawarkan bank syariah, ada sebanyak 80% responden yang tidak mengetahui produk bank syariah, 8% responden mengetahui tetapi kurang paham mengenai produk bank syariah sedangkan 12% paham mengenai produk yang ditawarkan bank syariah.
 - b) Minimnya pengetahuan mengenai perbankan syariah. Dari pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan salah satu fakta ternyata banyak masyarakat yang belum mengetahui perbankan syariah secara keseluruhan. Padahal tingkat religiusitas masyarakat Kabupaten Demak sangat tinggi, akan tetapi hal itu tidak mempengaruhi tingkat pengetahuan mengenai perbankan syariah yang rendah. Dari wawancara dan kuesioner yang peneliti sebar menghasilkan yang mengetahui tentang perbankan syariah hanya 18% dari 60 responden.

- c) Kemampuan akses informasi perbankan syariah. Masyarakat Demak belum maksimal dalam mengakses informasi perbankan syariah, hal ini membuktikan bahwa tingkat pengetahuan mengenai perbankan syariah rendah. Akses informasi mengenai perbankan syariah sangat penting, karena masyarakat bisa mencari tahu tentang perbankan syariah, produk yang digunakan, mekanisme operasional bank syariah dan sebagainya. Hal tersebut menjadi salah satu akses promosi untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah.

b. Faktor Eksternal

Yang termasuk dalam kategori faktor eksternal antara lain :

1) Peluang

- a) Minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah.

Dapat diketahui bahwa masyarakat mempunyai minat terhadap bank syariah sangat tinggi, karena bank syariah termasuk lembaga keuangan yang tidak ada bunganya atau mneghindari riba. Akan tetapi kurangnya kepercayaan masyarakat ini lah yang menimbulkan minat masyarakat terhadap bank syariah menjadi rendah. Bukan hanya kurangnya kepercayaan saja tetapi juga banyak sekali yang mempengaruhi masyarakat belum tertarik dengan bank syariah.

- b) Memiliki potensi pasar yang baik.

Di Kabupaten Demak lembaga keuangan sangat menunjang perekonomian, hal ini menunjukkan bahwa bank syariah di Demak mempunyai potensi pasar yang sangat baik. Hingga sekarang bank syariah banyak membantu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), memudahkan masyarakat melakukan transaksi keuangan dan lain-lain, dapat diartikan bank syariah mempunyai pangsa pasar yang luas dan tingkat potensi pasar yang baik.

- c) Adanya penggabungan BSI (Bank Syariah Indonesia).

Penggabungan BSI ini menjadi keuntungan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) karena *marge* (penggabungan) antar bank syariah ini menjadikan bank syariah sangat besar dan mampu bersaing antar perbankan lainnya. Semakin besar bank syariah tersebut maka semakin percaya masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.

d) Lingkungan.

Lingkungan bisa menjadi peluang untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah, karena dalam suatu lingkungan masyarakat ada salah satu orang yang menggunakan produk bank syariah, maka akan mempengaruhi masyarakat sekitar.

2) Ancaman

a) Persaingan dengan bank lain. Persaingan antar bank sangat ketat hal ini bank syariah harus bisa bersaing dengan bank konvensional agar minat masyarakat terhadap bank syariah meningkat.

b) Adanya produk yang sejenis.

Lembaga keuangan mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan, namun ada beberapa kesamaan produk atau produk yang ditawarkan sejenis, hal ini salah satu ancaman yang dimiliki bank syariah.

c) Kurangnya kepercayaan masyarakat.

Kebanyakan masyarakat belum sepenuhnya percaya terhadap bank syariah, hal ini bank syariah harus bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Dengan adanya penggabungan antar beberapa bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) inilah yang bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat, dalam hal ini bank syariah akan menjadi kuat, besar dan kokoh untuk bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

d) Minimnya promosi yang dilakukan.

Promosi yang dilakukan bank syariah sangat minim, hal ini akan mengancam potensi pasar bank syariah sendiri. Kurangnya promosi itu sangat berpengaruh terhadap berkembangnya bank syariah itu. Semakin banyak promosi akan semakin berkembanglah bank syariah tersebut.

e) Jumlah kantor terbatas.

Kantor bank syariah di Demak sangat terbatas, hanya ada beberapa kantor bank syariah, dibandingkan dengan kantor bank konvensional, hal ini juga menjadi ancaman tersendiri untuk bank syariah. Dengan adanya kantor yang terbatas menimbulkan masyarakat enggan untuk menggunakan bank syariah dan memilih menggunakan bank konvensional yang memiliki kantor dimana-mana.

4.2.1.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Tahap selanjutnya menentukan strategi minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah adalah melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal. Berikut adalah hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

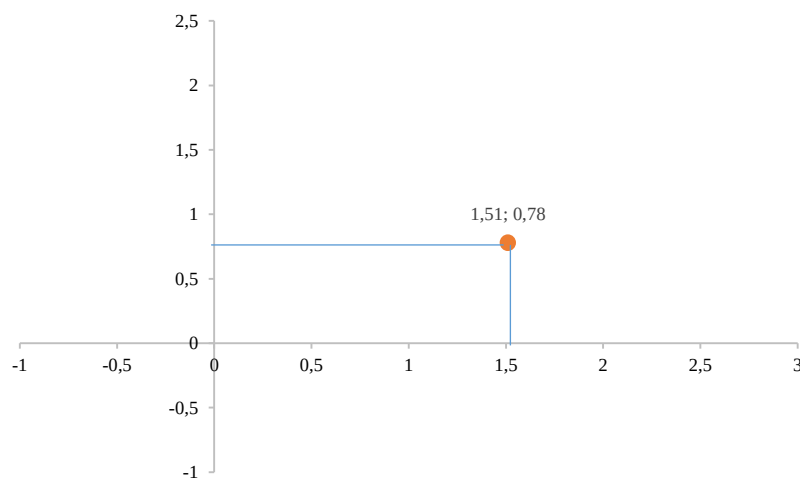
Tabel 4.4 Analis IFAS dan EFAS

Faktor Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan/ <i>Strenght</i> (S) :			
1. Relegiusitas masyarakat Demak	0,15	4	0,60
2. Pengetahuan tentang haramnya riba	0,15	3	0,45
3. Tingkat pendidikan masyarakat sangat tinggi	0,12	3	0,36
4. Lokasi bank syariah yang strategis	0,10	3	0,30
5. Tingkat pengalaman responden sangat tinggi	0,10	3	0,30
Jumlah			2,01
Kelemahan/ <i>Weakness</i> (W) :			
1. Minimnya pengetahuan tentang produk-produk bank syariah	0,15	1	0,15
2. Minimnya pengetahuan mengenai perbankan syariah	0,15	1	0,15
3. Kemampuan akses informasi perbankan syariah terbatas	0,10	2	0,20
Jumlah	1.00		0,50
Selisih (S-W)			(+) 1,51
Faktor Internal (EFAS)	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang/ <i>Opportunities</i> (O) :			
1. Minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah	0,14	4	0,56
2. Memilikipotensi pasar yang baik	0,14	4	0,56
3. Adanya penggabungan BSI (Bank Syariah Indonesia)	0,09	3	0,27
4. Lingkungan	0,05	3	0,15
Jumlah			1,54
Ancaman/ <i>Threats</i> (T) :			
1. Persaingan antar bank	0,14	1	0,14
2. Adanya produk yang sejenis	0,09	2	0,18
3. Kurangnya kepercayaan masyarakat	0,09	2	0,18
4. Minimnya promosi yang dilakukan	0,13	1	0,13
5. Jumlah kantor yang terbatas	0,13	1	0,13
Jumlah	1.00		0,76
Selisih (S-W)			(+) 0,78

4.2.1.3 Analisis SWOT dengan Matriks SWOT

Setelah menganalisis faktor internal dan faktor eksternal maka diperoleh informasi untuk dapat menyusun rumusan strategi meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah di Demak. Matrik SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan secara jelas kekuatan dan kelemahan yang dapat menjadikan kelebihan untuk menghadapi peluang dan ancaman yang timbul dalam meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah. Dalam penyusunan matrik SWOT membutuhkan sumbu x dan y, dimana sumbu x adalah IFAS (kekuatan dan kelemahan) sedangkan sumbu y adalah EFAS (peluang dan ancaman). berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jika sumbu x adalah (+)1,51 dan sumbu y adalah (+)0,78. maka bentuk titik posisi analisis SWOT dapat dilihat pada grafik dibawah ini.

Gambar 4.1 Grafik Kuadran



Berdasarkan gambar 4.1 Titik posisi Analisis SWOT di atas diketahui jika titik posisi berada pada kuadran positif. Hal ini menunjukkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah dapat ditingkatkan di Kabupaten Demak. Kekuatan dan peluang di Kabupaten Demak lebih besar dari pada kelemahan dan ancaman yang ada.

Langkah selanjutnya adalah menyusun strategi untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah di Kabupaten Demak.

4.2.2 Strategi Meningkatkan Minat Masyarakat dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah.

Berdasarkan posisi kuadran SWOT Kabupaten Demak berada pada kuadran positif, maka strategi yang dapat diterapkan adalah dengan mendukung kebijakan secara agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Analisis SWOT yang dapat disusun untuk membentuk strategi yang tepat sebagai berikut.

Tabel 4.5 Matriks Strategi Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Demak

Faktor Internal		Kekuatan / Strength (S)		Kelemahan / Weakness	
Faktor Eksternal	1)	Relegiusitas masyarakat Demak	1)	Minimnya pengetahuan tentang produk-produk bank syariah	
	2)	Pengetahuan tentang haramnya riba	2)	Minimnya pengetahuan mengenai perbankan syariah	
	3)	Tingkat pendidikan masyarakat sangat tinggi	3)	Kemampuan akses informasi perbankan syariah terbatas	
	4)	Lokasi bank syariah yang strategis			
	5)	Tingkat pengalaman responden sangat tinggi			
Peluang / Opportunities (O)		Strategi S-O		Strategi W-O	
1)	Minat masyarakat dalam perbankan syariah	Meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah dengan cara memperbanyak promosi di dalam acara keagamaan		Melakukan sosialisasi secara rutin terhadap produk dan mekanisme bank syariah	
2)	Potensi pasar yang baik	Memanfaatkan potensi pasar untuk memfokuskan pada UMKM		Memberi pemahaman serta kejelasan mengenai produk yang ditawarkan bank syariah	
3)	Adanya penggabungan BSI (Bank Syariah Indonesia)	Memanfaatkan penggabungan BSI untuk memperbanyak kerjasama dengan perusahaan atau instansi lain		Memberikan informasi mengenai keunggulan bank syariah dan meningkatkan standar pelayanan terhadap nasabah	
Ancaman / Threats (T)		Strategi S-T		Strategi W-T	
1)	Persaingan antar bank	Bersaing secara sehat terhadap lembaga keuangan yang lain		Memperluas akses informasi bank syariah	
2)	Adanya produk yang sejenis	Menjaga dan mempertahankan ciri khas kualitas produk yang ditawarkan		Menciptakan inovasi baru terhadap produk bank syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah	
3)	Kurangnya kepercayaan masyarakat	Meningkatkan prinsip-prinsip syariah agar masyarakat percaya terhadap bank syariah dan memperkecil kesalahan		Cepat tanggap dalam merespon nasabah	
4)	Minimnya promosi	Memperluas dan mengoptimalkan promosi disemua sektor		Meningkatkan promosi melalui berbagai media	
5)	Jumlah kantor yang terbatas	Memperbanyak kantor cabang pembantu dan kantor kas		Meningkatkan fasilitas berbasis teknologi yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi	

Hasil analisis yang telah dilakukan menghasilkan beberapa strategi sebagai berikut :

1. Strategi S-O (*Streanght - Opportunities*)

- 1) Meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah dengan cara memperbanyak promosi di dalam acara keagamaan.

Bank syariah harus memperbanyak dan mengoptimalkan promosi di dalam acara kajian atau di lingkungan pondok pesantren. Hal ini akan menjadikan salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah. Pondok pesantren di Kabupaten Demak sangat banyak dan perkembangannya sangat pesat sehingga mampu minkatkan minat dalam penggunaan produk bank syariah.

- 2) Memanfaatkan potensi pasar untuk memfokuskan pada UMKM

Potensi pasar bank syariah sangat bagus dan luas, salah satunya memfokuskan pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) karena UMKM di Kabupaten Demak sangat banyak dan sangat memerlukan dukungan tersendiri dari lmbaga keuangan khususnya perbankan syariah. Dengan membantu UMKM maka akan meningkatkan perekonomian Indonesia khusunya di kabupaten Demak.

- 3) Memanfaatkan penggabungan BSI untuk memperbanyak kerjasama dengan perusahaan atau instansi lain.

Dengan adanya penggabungan beberapa bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia ini akan memperkuat bank syariah itu sendiri, dapat diartikan bahwa penggabungan BSI ini berpengaruh positif, semakin besar bank syariah, maka semakin banyak masyarakat tertarik untuk menggunkan bank syariah termasuk perusahaan dan instansi di Kabupaten Demak.

2. Strategi W-O (*Weakness - Opportunities*)

- 1) Melakukan sosialisasi secara rutin terhadap produk dan mekanisme bank syariah.

Sosialisasi ini harus dilakukan karena banyak masyarakat Demak yang belum tau maupun paham dengan bank syariah. Sosialisasi dilakukan paling tidak 1 bulan sekali, bank syariah harus bersosialisai secara menyebar di semua pelosok Demak atau bisa ditakan harus menyeluruh ke desa-desa terpencil.

- 2) Memberi pemahaman serta kejelasan mengenai produk yang ditawarkan bank syariah.

Bank syariah harus memberikan kejelasan tentang produk yang ditawarkan kepada seluruh masyarakat secara jelas, karena banyak masyarakat yang kebingungan dengan produk yang ditawarkan bank syariah.

- 3) Memberikan informasi mengenai keunggulan bank syariah dan meningkat standar pelayanan terhadap nasabah.

Informasi keunggulan bank syariah ini sangat penting untuk diketahui oleh masyarakat karena hal ini bisa menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Dan bank syariah harus memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diterima nasabah.

3. Strategi S-T (*Streangth - Treaths*)

- 1) Bersaing secara sehat terhadap lembaga keuangan yang lain

Bank syariah harus bersaing secara sehat dengan lembaga keuangan lain, sehingga bank syariah harus mempunyai strategi yang efisien untuk menunjang perkembangan bank syariah agar bisa bersaing dengan bank lain.

- 2) Menjaga kualitas produk yang ditawarkan

Kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan, karena melalui ini minat masyarakat akan meningkat dengan adanya kualitas suatu produk, invasi dalam produk yang membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan produk bank syariah.

- 3) Meningkatkan prinsip-prinsip syariah agar masyarakat percaya terhadap bank syariah dan memperkecil kesalahan.

Bank syariah memang tertinggal jauh dari bank konvensional, hal ini menimbulkan beberapa persepsi negatif masyarakat mengenai bank syariah yang kurang dapat dipercaya. Dalam hal ini, bank syariah harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah, dalam mekanisme maupun kegiatan operasional bank syariah serta bank syariah harus meminimalisir kesalahan yang mengakibatkan kerugian nasabah. Hal tersebut akan menjadi perhatian masyarakat dalam menentukan keputusan ketertarikan dalam bank syariah.

4) Memperluas dan mengoptimalkan promosi disemua sektor

Promosi yang dilakukan bank syariah belum beluas, banyak masyarakat desa yang belum mengetahui bank syariah, maka dari itu bank syariah harus mengoptimalkan dan memperluas promosi disemua sektor, tidak hanya pada sektor perekonomian saja, akan tetapi bank syariah harus memperluas ke sektor pendidikan, kesehatan, industri, dan lain-lain agar minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah meningkat.

5) Memperbanyak kantor cabang pembantu dan kantor kas.

Sekarang ini kantor bank syariah masih tergolong sedikit, hal tersebut membuat nasabah kesulitan untuk bertransaksi karena tidak semua daerah memiliki kantor cabang bank syariah. Hal ini bank syariah harus memperbanyak kantor cabang atau kantor kas, karena semakin banyak kantor cabang maka akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi, sehingga minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah akan meningkat.

4. Startegi W-T (*Weakness - Treaths*)

1) Memperluas akses informasi bank syariah

Akses informasi bank syariah harus diperluas karena adanya informasi mengenai bank syariah masyarakat akan mengetahui dan memahami bagaimana prinsip-prinsip yang berlaku, mengetahui produk yang ditawarkan, memahami mekanisme yang digunakan bank syariah. Dengan hal ini akan meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.

2) Menciptakan inovasi baru terhadap produk bank syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah

Inovasi dalam produk bank syariah sangat penting karena bisa memperkembangkan produk bank syariah yang berkualitas dan sesuai dengan pangsa pasar agar bisa bersaing dengan bank lain. Jika produk bank syariah berkembang maka minat masyarakat juga akan meningkat.

3) Cepat tanggap dalam merespon nasabah

Dalam menangani komplain nasabah, bank syariah harus cepat tanggap agar tidak ada kesalah pahaman, dan nasabah akan puas dalam pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah. Jika kepuasan dalam pelayanan tinggi maka minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah juga meningkat.

4) Meningkatkan promosi melalui berbagai media

Promosi yang dilakukan oleh bank syariah saat ini masih kurang, karena itu bank syariah harus melakukan promosi diberbagai media. Saat ini media sosial menjadi tren disemua kalangan. Jadi bank syariah harus memingkatkan promosi melalui media sosia, mampu memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, keunggulan, hadiah dan bonus bank syariah dengan baik, dengan itu masyarakat bisa tertarik menggunakan produk bank syariah.

5) Meningkatkan fasilitas berbasis teknologi yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi

Mengingat saat ini teknologi yang semakin canggih membuat bank syariah juga harus meningkatkan fasilitas yang berbasis teknolgi yang canggih, agar tidak ketinggalan dengan bank lain yang sudah melakukan perubahan fasilitas berbasis teknologi yang canggih terlebih dahulu. Dengan adanya ini akan meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap bank syariah, karena fasilitas yang diberikan memudahkan masyarakat bertransaksi dan dengan teknogi yang semakin canggih ini masyarakat tidak perlu repot-repot pergi ke bank untuk bertransaksi, masyarakat bisa bertransaksi dimanapun mereka berada melalui mobile banking.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan yang dapat diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang menunjuka matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) diperoleh nilai 1,51 dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dengan nilai 0,78. Dari hasil analisis SWOT kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat Demak adalah Tingkat Religiusitas yang sangat tinggi. Sedangkan kelemahannya masyarakat Demak belum tahu atau belum paham mengenai produk, mekanisme bank syariah, peluangnya yaitu adanya penggabungan BSI yang membuat masyarakat yakin akan bank syariah, sedangkan ancamannya minimnya kantor cabang bank syariah, ini bisa menjadi ancaman paling serius karena kebanyakan masyarakat memilih menggunakan bank yang bisa ditemukan dimana-mana.
2. Hasil Analisis Strategi SWOT dapat diambil kesimpulan bahwa bank syariah harus memperbanyak promosi dan memperluas promosi agar minat masyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah meningkat, tidak hanya promosi bank syariah juga harus memperluas kerjasamanya agar tidak kalah saing dengan bank-bank yang lain, bank syariah juga harus memperluas akses informasi mengenai bank syariah, dan juga harus memperbanyak kantor cabang agar memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah, tidak hanya itu bank syariah harus menjaga kualitas produk agar bisa menarik minat masyarakat. Berdasarkan posisi kuadran SWOT Kabupaten Demak berda di kuadran I (Kuadran positif) maka strategi yang tepat adalah dengan mendukung kebijakan agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Berikut adalah bebrapa strategi untuk meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah di Kabupaten Demak antara lain :
 - 1) Meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan produk bank syariah dengan cara memperbanyak promosi di dalam acara keagamaan.
 - 2) Memanfaatkan potensi pasar untuk memfokuskan pada UMKM
 - 3) Memanfaatkan penggabungan BSI untuk memperbanyak kerjasama dengan perusahaan atau instansi lain.
 - 4) Melakukan sosialisasi secara rutin terhadap produk dan mekanisme bank syariah.

- 5) Memberi pemahaman serta kejelasan mengenai produk yang ditawarkan bank syariah.
- 6) Memberikan informasi mengenai keunggulan bank syariah dan meningkat standar pelayanan terhadap nasabah.
- 7) Bersaing secara sehat terhadap lembaga keuangan yang lain
- 8) Menjaga kualitas produk yang ditawarkan
- 9) Meningkatkan prinsip-prinsip syariah agar masyarakat percaya terhadap bank syariah dan memperkecil kesalahan.
- 10) Memperluas dan mengoptimalkan promosi disemua sector
- 11) Memperbanyak kantor cabang pembantu dan kantor kas.
- 12) Memperluas akses informasi bank syariah
- 13) Menciptakan inovasi baru terhadap produk bank syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah
- 14) Cepat tanggap dalam merespon nasabah
- 15) Meningkatkan promosi melalui berbagai media
- 16) Meningkatkan fasilitas berbasis teknologi yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa saran untuk perbaikan :

- 1) Bagi perbankan syariah, meskipun ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih perbankan syariah seperti riba dan religiusitas, namun juga harus mempertimbangkan faktor lain agar jumlah masyarakat yang memilih perbankan syariah bertambah dan juga dapat bersaing dengan bank konvensional, seperti penggabungan BSI, hal itu dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah strategi yang efektif untuk meningkatkan minat terhadap perbankan syariah dalam skala yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Cetakan Pe. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. 2013. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Edisi 1 Ce. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assael, H. 2004. *Cunsumer Behavior : A Strategic Approach*. New York: Haoghton Mifflin.
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swastha, dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Bungin, Burhan. 2011. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chotifah, Yuliana Siti. 2018. "*Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling*." *Journal of Finance and Islamic Banking* Vol. 1 No.
- Daniel, Moehar. 2003. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Firmansyah, Fani. Fadilah, Abdilah, Kotijah. 2014. "*Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. Panin Bank Syariah, Tbk Kantor Cabang Malang*." 10 No. 2: 79.
- Gupron, Gupron. Yandi, Andri. 2021. "*Factors Affecting The Community's Interest In Saves In Sharia Bank In Jambi City*." *Dinasti International Journal of Management Science* Volume 2(Issue 5).
- Hurlock, Elizabeth B. 1999. *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.
- Iqbal Hasan, M. 2002. *Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ismail, Faisal. 2013. *Perbankan Syariah*. Edisi 1 Ce. Jakarta: Kencana Pranamedia Group.
- Ismal, Faisal. 1997. *Paradigma Kebudayaan Islam, Studi Kritis Dan Refleksi Historis*. Yogyakarta: Titian Ilahi Pers.
- Kahmad, Dadang. 2002. *Sosiologi Agama*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Karim, Adiwarman A. 2014. *Bank Islam : Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotle, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Mardani. 2001. *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Martono. 2012. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: Ekonomi UII.
- Mashuri, Dwi Nurjanah. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)." Volumi 1 N: 97–112.
- Misbach, Irwan. 2013. *Bank Syariah : Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan*. Cetakan ke. Makassar: Alauddun Press.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Cetakan ke. Jakarta: Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Muhammad. 2008. *Metedologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Nashori, Fuad. Diana, Rachmy. 2002. *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Manara Kudus.
- Nur Rianto Al-Arif, M. 2015. *Perencanaan Strategi Pada Asuransi Syariah, Merancang Pemasaran Strategi*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Pasal 4 Undang-Undang No.10 Tahun 1998
- Putri, Yulia et al. 2019. "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas." 16(1): 77–88.
- Ramadhan, Ahmad. Rahmatus Sofiyah, Fivi. 2013. "Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (StudiMCDonald's Ring Road)."
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating Dan OCAI)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Retno Sari, Ayu. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul)*. Yogyakarta.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

- Soemitra, Andri. 2009. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Cetakan Pe. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiarti, I. 2012. *Analisis Pengaruh Pemerintahan Produktif Di BNI Syariah*. Surakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Cetakan Pe. Jakarta: Gema Insani.
- Syaodih Sukma Dinata, Nana. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan 3. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Widoyoko E P. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER

STRATEGI PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT

DALAM PENGGUNAAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH

DI KABUPATEN DEMAK DENGAN MENGGUNAKAN SWOT ANALYSIS

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya Tsani Lukluatul Fuad, mahasiswi jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Saya memohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini yang bertujuan untuk penelitian skripsi saya mengenai minat nasyarakat dalam penggunaan produk perbankan syariah di Kabupaten Demak. Atas perhatiannya dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

A. Petunjuk pengisian

1. Mohon beri tanda lingkaran (O) pada jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling sesuai.
2. Mohon diisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
3. Hasil survey ini akan digunakan untuk menyusun skripsi.

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Alamat :
4. Agama :
 - a. Islam
 - b. Non Islam

- a. 17-25 Tahun c. 36-45 Tahun
- b. 26-35 Tahun d. >46 Tahun

6. **Pekerjaan :**

C. Daftar Pertanyaan :

Petunjuk :

Silahkan berikan tanda centang (✓) pada pertanyaan-pertanyaan dibawah ini yang dianggap paling sesuai menurut pendapat bapak/ibu/saudara/i

Keterangan Pilihan :

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

3 : Setuju (S)

2 : Tidak Setuju (TS)

4 : Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Penilaian			
		4	3	2	1
		SS	S	TS	STS
1.	Bank syariah terletak di lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh saya				
2.	Bank syariah dapat dijangkau dengan transportasi umum				
3.	Gedung bank syariah dapat dilihat dari jalan raya				
4.	Bank syariah mudah ditemukan dimana saja menjadi alasan saya menggunakan produk bank syariah				
5.	Bank syariah melakukan promosi dalam bentuk (tayangan, gambar, dll)				
6.	Saya mengetahui tentang bank syariah				
7.	Saya mengetahui bahwa riba tidak diperbolehkan dalam islam.				
8.	Saya mengetahui tentang bank syariah dari TV, medsos, majalah, dll				

9.	Bank syariah melakukan praktik perbankan sesuai dengan syariat islam.				
10.	Apakah anda mempunyai rekening bank syariah?				
11.	Saya berminat menggunakan produk bank syariah				
12.	Saya tertarik menggunakan produk bank syariah karena banyaknya diskon, hadiah atau bonus yang ditawarkan.				
13.	Saya terdorong untuk menggunakan produk bank syariah karena melihat promosi penjualan yang ditawarkan.				
14.	Saya menjadi nasabah bank syariah karena adanya dorongan dari pihak lain				
15.	Saya mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah.				
16.	Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah menjadi alasan saya menggunakan produk bank syariah.				
17.	Saya memahami tentang mekanisme dan operasional bank syariah				

Daftar Pertanyaan Wawancara :

1. Apakah saudara mempunyai rekening bank?
2. Apakah alasan saudara menggunakan rekening bank?
3. Apakah saudara memiliki rekening bank syariah?
4. Apakah alasan saudara menggunakan bank syariah?
5. Dibandingkan bank syariah dan bank konvensional, saudara lebih nyaman yang mana? dan apa alasannya?
6. Apakah saudara berminat untuk menggunakan bank syariah? dan apa alasannya?
7. Apakah saudara beragama islam?
8. Apakah saudara melakukan kegiatan keagamaan paling tidak 1 minggu 2x?
9. apakah kendala yang mengakibatkan saudara tidak menggunakan bank syariah?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Tsani Lukluatul Fuad

Tempat, dan Tanggal Lahir : Demak, 9 Juni 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Dk. Galan 1 RT 05/04 Mangunrejo, Kebonagung, Demak

Status : Belum Menikah

Kewarganegaraan : Indonesia

Nama Ayah : Sofyan

Pekerjaan Ayah : Buruh Sopir

Nama Ibu : Khodiroh

Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

No. Telepon : 083839445368

Email : tsaniifuad@gmail.com

Jenjang Pendidikan

1. SD : SDN Mangunrejo 3
2. SMP : SMP N 2 Dempet
3. SMA : SMK N 1 Demak
4. Universitas : UIN Walisongo Semarang