

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK BTN SYARIAH  
SEMARANG PERIODE 2011-2016**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Ekonomi Islam (EI)



Oleh:

**SANTI AROFAH**

NIM: 122411019

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2018**

Drs. H. Wahab Zaenuri. MM.  
Bangetayu Wetan Rt. 02/ Rw. 01 Genuk Semarang  
H. Johan Arifin, S.Ag., MM  
Perum BPI Blok D No. 1 Ngalian Semarang

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Santi Arofah

Kepada Yth.

Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini. Saya kirim naskah Skripsi saudara:

Nama : Santi Arofah

NIM : 122411019

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Besarnya Deposito Mudharabah  
Di Bank BTN Syariah Semarang Periode 2011-2016

Demikian ini saya mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.  
Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.  
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 26 Mei 2017

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. H. Wahab Zaenuri. MM.  
NIP. 19690908 200003 1 001



H. Johan Arifin. S. Ag., MM.  
NIP. 19710908 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

Nama : Santi Arofah  
NIM : 122411019  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Besarnya Deposito Mudharabah Di Bank BTN Syariah Semarang Periode 2011-2016  
Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dinyatakan lulus pada predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal :

25 Januari 2018

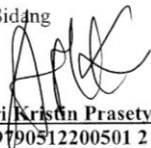
Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

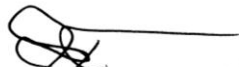
Semarang, 25 Januari 2018

Mengetahui,

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang


  
Dr. Ari Kriston Prasetyoningrum, SE, M.Si  
NIP. 19790512200501 2 004

  
Drs. H. Wahab Zainuri, MM.  
NIP. 19690908 200003 1 001

Penguji I


Penguji II


  
Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatu, M.  
NIP. 19590413 198703 2 001

  
M. Khoirul Anwar, M.Ag.,  
NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Drs. H. Wahab Zainuri, MM.  
NIP. 19690908 200003 1 001

  
Johann Arifin, S. Ag., MM  
NIP. 19790512 200501 2 004



## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Santi Arofah

NIM : 122411019

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam (EI)

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 9 Januari 2018

Saya yang menyatakan,



**SANTI AROFAH**

**NIM. 122411019**

## **ABSTRAK**

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito Mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang Periode 2011-2016

Penulis : SANTI AROFAH

NIM : 112411123

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah berdeposito mudharabah Bank BTN Syariah Semarang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian ini dilaksanakan di Bank BTN Syariah Semarang.. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data empirik di lapangan yang relevan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah berdeposito mudharabah Bank BTN Syariah Semarang.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Dalam melakukan analisis data peneliti akan menggunakan metode eksploratory yakni menggali data yang diperoleh melalui sumber data sekunder atau menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan obyek dalam penelitian. Karena penelitian ini kuantitatif maka peneliti menggunakan analisis faktor untuk mengurai faktor utama yang mempengaruhi besarnya deposito mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya deposito mudharabah Bank BTN Syariah Semarang terdapat empat faktor utama yaitu faktor shiddiq, faktor amanah, dan faktor fatanah.

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah apa yang terdapat pada suatu golongan, sehingga mereka sendiri mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri”(QS. Ar-Ra'd : 11)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya ayahanda Alm. Sukarsan dan ibunda Mutiah yang senantiasa mendo'akan untuk keberhasilan putra-putranya.
2. Saudara-saudaraku, kakak-ku M. Fatoni dan adekku Aida Nurma Silfia yang aku sayangi, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam hari-hariku. Semoga kita menjadi anak yang sholeh, sholehah dan berbakti kepada orang tua.
3. Keluarga untuk sahabat-sahabat yang saya cintai terima kasih atas do'a dan perhatiannya.
4. Untuk sahabat-sahabatku Aini, Aisyah, Asiyah, Jamal, Yuniar, ucha, Ira, Vita terima kasih atas nasihat, dukungan dan bantuannya selama ini.
5. Untuk teman-teman EIC 2012 dan KKN 2016 posko 17 desa Tlogo Harum Kec. Wedarijaksa Kab. Pati kalian yang telah mengajarkanku arti dari persahabatan untuk menjadi sebuah persaudaraan dalam satu keluarga besar yang saling mendukung dan mendo'akan disetiap langkah perjuangan hidup ini.
6. Untuk keluarga besar PMII Rayon Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terima kasih atas Do'a, dukungan dan semangatnya.
7. Untuk keluarga besar Ikatan Mahasiswa Demak (IMADE) Walisongo terima kasih atas Do'a, dukungan dan semangatnya.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan taufik, hidayah dan inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan pengikut-pengikutnya yang senantiasa setia mengikuti dan menegakkan syariat-Nya *amin ya rabbal 'aalamin*.

*Alhamdulillah* atas izin dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah berkenan membantu terselesaikannya Skripsi ini, antara lain :

1. Bapak Prof. Dr.H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr.H.Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Ahmad Furqon Lc.MA Selaku Kajur Ekonomi Islam
4. Bapak M. Nadhir M.Ag Selaku Sekjur Ekonomi Islam
5. Bapak Drs. H. Wahab Zaenuri. MM. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Johan Arifin. S. Ag., MM. selaku pembimbing II dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Orang tuaku Alm. Bapak Sukarsan dan Ibu Muti'ah yang senantiasa mendukung dalam setiap langkahku. Dan selalu memberikan kasih syang, bantuan dan dorongan dengan tulus, ikhlas dan moril serta materil.
8. Teman-teman seperjuangan, yang setia melangkah bersama dalam suka maupun duka.



9. Sahabat-sahabat semua dari jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan motivasi dan do'a.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis percaya bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurna Skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat.

Semarang, 9 Januari 2018

Penulis

Santi Arofah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4. Telaah Pustaka .....	7

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Bank Syariah .....	9
2.1.1. Fungsi Bank Syariah .....	9
2.1.2. Tujuan Bank Syariah.....	10
2.1.2.1. Hukum Ekonomi Islam dan Bank Syariah Islam .....	10
2.1.2.2. Prinsip Ekonomi Islam dalam Bank Syariah.....	12
2.1.2.3. Prinsip Syari'ah dalam Bank Syariah .....	13
2.1.2.4. Dasar Hukum Bank Syariah Syariah Menurut Ketentuan Hukum Islam.....	13
2.2. Konsep Bank Syariah.....	17
2.2.1. Shiddiq .....	17
2.2.2. Amanah .....	19
2.2.3. Fathanah .....	21
2.2.4. Tabligh .....	23
2.3. Kepercayaan Anggota.....	27
2.3.1. Pengertian Kepercayaan Anggota.....	27

2.3.2. Kepuasan Nasabah .....	33
2.3.2.1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	33
2.3.2.2. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Nasabah .....	34
2.4. Pengertian Deposito .....	36
2.5. Teori mudharabah .....	39
2.5.1. Prinsip Mudharabah.....	44
2.6. Bank BTN Syariah .....	47

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian.....	53
3.2. Sumber Data.....	53
3.2.1. Data Primer ( <i>Primary data</i> ) .....	53
3.2.2. Data Sekunder ( <i>Secondary data</i> ) .....	54
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.3.1. Observasi .....	54
3.3.2. Wawancara atau <i>Interview</i> .....	55
3.3.3. Dokumentasi .....	55
3.4. Teknik Analisis Data .....	56

### **BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Besarnya Deposito Mudharabah Bank BTN Syariah .....	60
4.2. Setrategi Peningkatan Kepercayaan Anggota Yang Dilakukan Bank BTN Syariah .....	67
4.2.1. Strategi Pemasaran Bank BTN Syariah Semarang .....	69
4.2.1.1. Produk sebagai Objek Pemasaran	71
4.2.1.2. Analisis terhadap Sebuah Produk	73
4.2.1.3. Melakukan Kegiatan Promosi .....	74
4.2.2. Shiddiq.....	77
4.2.3. Amanah.....	82
4.2.4. Fathanah.....	86
4.2.4.1. Produk .....	87
4.2.4.2. Solisitasi atau <i>Walk in Client</i> .....	89
4.2.5. Tabligh.....	93
4.3. Pembahasan Strategi Peningkatan Kepercayaan Anggota Bank BTN syariah Semarang .....	99

**BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran .....	106

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Distribusi Pendapatan Bagi Hasil Dana Pihak ke 3 pada tahun 2011-2016.....	5
-----------	---	---

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Lembaga keuangan berperan penting dalam kehidupan suatu negara, terutama negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Peran strategis bank disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Melalui perantara antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat, serta masyarakat diberi kebebasan untuk memilih antara bank BTN syariah maupun bank konvensional. Bagi mereka yang mempunyai kekhawatiran adanya bunga bank (riba). Adapaun lembaga perbankan syari'ah yang secara umum dimaksud dengan lembaga bank syariah adalah lembaga keuangan dengan usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi, dan disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>1</sup> Maka bank BTN syariah bisa menjadi alternatif sebagai sarana peminjaman modal atau menginvestasikan dana.<sup>2</sup> Lembaga keuangan syari'ah

---

<sup>1</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Cet. III, Yogyakarta: Ekonomi, 2005, hlm. 27.

<sup>2</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Cet. III, Yogyakarta: Ekonomi, 2005, hlm.96.

mempunyai peran penting sebagai lembaga ekonomi berbasis syari'ah dengan prinsip-prinsip muamalah dalam bentuk ekonomi islam.<sup>3</sup>

Berbagai studi menunjukkan bahwa sistem keuangan memainkan peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Perkembangan sistem keuangan mempengaruhi tingkat tabungan, investasi, inovasi teknologi, dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang di suatu Negara, bahkan perkembangan ekonomi ke depan. Umumnya, Negara-negara yang berhasil mengembangkan sistem keuangan yang relative lebih maju dan berfungsi dengan baik.<sup>4</sup> Dari sekian lembaga keuangan nasional adapun Lembaga Keuangan Internasional baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki kaitan dengan operasional lembaga keuangan atau perbankan di Indonesia. Secara umum, peranan lembaga keuangan internasional lebih banyak dirasakan oleh pemerintah, namun dapat dilihat bagaimana sektor swasta (perbankan) dapat pula merasakan pentingnya peranan yang dimainkan oleh lembaga-lembaga Internasional tersebut.

Pada takaran praktis,keberadaan lembaga-lembaga keuangan syariah sekarang ini menunjukkan adanya perkembangan yang semakin pesat. Hal ini sejalan dengan

---

<sup>3</sup>Muhamad (ed.), *Bank Syari'ah Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahandan Ancaman*, Yogyakarta: Ekonisa, 2006, hlm. 135.

<sup>4</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet.1 ,Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2009, h. 17

meningkatnya kesadaran besar umat Islam untuk melaksanakan Islam secara kaffah, perkembangan ini tentu memberikan harapan baru bagi para pelaku usaha untuk menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material semata, tetapi juga dengan hukum syariah yang menjanjikan pemenuhan kebutuhan batiniyah. Namun nilai-nilai keseimbangan ini tentu tidak boleh berjalan sendiri tanpa adanya upaya kondifiksi ilmu pengetahuan hukum.<sup>5</sup> System keuangan islam harus memfasilitasi hal tersebut. Untuk mewujudkan sistem keuangan yang efisien, maka setiap tipe dan lapisan masyarakat harus terwadahi keinginannya dalam berinvestasi dan berusaha, sesuai dengan kemampuan dan keinginan mereka. Prinsip kerja dengan kemampuan perbankan Islam juga memberikan fasilitas kepada masyarakat yang memiliki modal relatif kecil dan *risk averter*. Khususnya lembaga keuangan mikro syari'ah.

Lembaga keuangan mikro syariah khususnya Perkoperasian Syariah pada saat ini juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal itu dibuktikan dengan seiring dimunculkannya sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an di Indonesia. Lembaga keuangan syariah mempunyai peran yang sangat penting sebagai lembaga ekonomi berbasis syariah di tengah proses

---

<sup>5</sup>Burhanudin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm. 2.



pembangunan nasional yang merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalah dalam ekonomi Islam.<sup>6</sup>

Bank BTN syariah adalah organisasi otonom, yang berada di dalam lingkungan sosial ekonomi yang berbasis syariah. Salah satu faktor yang mendukung Bank BTN syariah di Indonesia berkembang pesat, yaitu dengan melihat kondisi penduduk di Indonesia yang mayoritas beragama Islam, sedangkan praktik Riba sangat di haramkan oleh Islam dan menganggap bunga adalah sesuatu yang haram. Salah satu ayat yang menerangkan bahwa riba itu Haram adalah surat Al Baqarah 278-279 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

*Artinya: “Hai orang-orang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba yang belum dipungut, jika kamu termasuk orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kamu. Dan jika kamu bertaubat dari mengambil riba, kamu tidak akan dianiaya dan tidak pula dianiaya”*<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Muhammad (ed), *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*, Yogyakarta: Ekonisa, 2006, hlm.135.

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Toha Putra, 1997, h. 48.

Jadi Bank BTN syariah menangkap peluang segmentasi pasar yang profit dengan membuat sistem Syariah dengan pola bagi hasil atau profit sharing mendapat respon yang positif oleh masyarakat.

Dari uraian di atas, terlihat bahwa Bank BTN syariah memiliki potensi perkembangan yang cukup besar dan menguasai segmentasi pasar dalam bidang keuangan syariah dengan pola bagi hasil. Bank BTN syariah yang cukup berkembang di Indonesia menawarkan Deposito mudharabah berasaskan syariah. Berbeda dengan bank konvensional yang menawarkan bunga, bank BTN syariah menawarkan produknya dalam hal ini deposito mudharabah dengan bagi hasil sesuai dengan landasan hukum di atas.

Tabel 1.1  
Daftar Distribusi Pendapatan Bagi Hasil Dana  
Pihak ke 3 pada tahun 2011-2016

Tahun.	Jenis Mudharabah	
	Tabungan Mudharabah (Rupiah)	Deposito Mudharabah
2011	5.185.000.000	2.754.000.000
2012	7.107.000.000	3.932.000.000
2013	9.914.000.000	4.105.000.000
2014	12.643.000.000	4.075.000.000
2015	18.674.000.000	5.683.000.000
2016	25.821.000.000	7.707.000.000

Dari tabel di atas menunjukkan adanya tingkat perkembangan besarnya deposito mudharabah bank BTN syariah Semarang periode 2011-2016 sangat signifikan. Hal

ini menunjukkan bahwa bank BTN syariah memiliki potensi pengembangan yang cukup besar, keberhasilan ini tak luput dari peran loyalitas masyarakat dan kinerja para karyawan dalam membina anggota dengan profesionalitas yang tinggi serta pelayanan yang sangat baik.

Berdasarkan Uraian di atas, penulis membahas lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya mudharabah di bank BTN syariah Semarang. Apa sajakah yang di lakukan bank BTN Syariah dalam meningkatkan besarnya mudharabah di bank BTN Syariah. Sehingga penulis mengangkat dengan judul, **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK BTN SYARIAH SEMARANG.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas dapat penulis kemukakan permasalahan sebagai berikut: Apa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah berdeposito mudharabah di bank BTN syariah?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah berdeposito mudharabah di bank BTN syariah.

#### 1.4 Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini ada beberapa penelitian terdahulu berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan anggota terhadap produk siraya adalah “ *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*”<sup>8</sup> skripsi ini membahas tentang kepercayaan nasabah di wilayah Semarang dengan tujuan mengetahui seberapa besar pengaruh positif yang dihasilkan antara variabel kepercayaan nasabah terhadap variabel loyalitas nasabah.

Dalam penelitian ini Awaludin Ahmad melakukan penelitian yang berjudul “ *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo* ”<sup>9</sup> tesis ini membahas tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan yang mencakup beberapa aspek yaitu ( tangibles, reability, responsiveness, assurance, empathy) terhadap kepercayaan nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variable intervening

Sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya deposito mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang pada tahun

---

<sup>8</sup> Astri Dhiah Maharani, *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010, h. 80.

<sup>9</sup> Awaluddin Ahmad, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo*, Wonosobo: Universitas Sains Al-Qir’an, 2014, h. 157.

2011-2016. Sehingga Anggota senantiasa menyimpan sejumlah dananya di Bank BTN Syariah Semarang. Penelitian ini juga di harapkan juga memiliki perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini diharapkan memberikan penjelasan dalam sistem pelayanan dan penerapan prinsip syariah terhadap kepercayaan anggota.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Bank Syariah**

##### **2.1.1 Fungsi Bank Syariah**

Fungsi Bank Syariah Syariah antara lain:

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya, guna meningkatkan kesejahteraan social ekonominya.
2. Memperkuat untuk sumber daya insane anggota, agar menjadi lebih amanah, professional (*fathonah*), Konsisten, dan konsekuen prinsip-prinsip syariah islam.
3. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
4. Sebagai mediator antara penyandang dana dengan pengguna dana sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan harta.
5. Menguatkan kelompok-kelompok anggota, sehingga mampu bekerjasama melakukan kontrol terhadap Bank Syariah secara efektif.
6. Mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja.
7. Menumbuhkembangkan usaha-usaha produktif anggota.

### **2.1.2 Tujuan Bank Syari'ah**

Meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip islam.<sup>1</sup>

1. Membantu meningkatkan dan mengembangkan potensi umat dalam program pengentasan kemiskinan.
2. Menciptakan sumber pembiayaan dan penyediaan modal bagi anggota dengan prinsip syari'ah.
3. Mengembangkan sikap hemat dan mendorong kegiatan gemar menabung.
4. Meningkatkan wawasan dan kesadaran umat tentang sistem dan pola perekonomian islam.
5. Membantu para pengusaha lemah untuk mendapatkan modal pinjaman.
6. Menjadi lembaga keuangan alternatif yang dapat menopang percepatan pertumbuhan ekonomi nasional.<sup>2</sup>

#### **2.1.2.1 Hukum Ekonomi Islam dan Bank Syariah**

Sri Redjeki Hartano mengemukakan definisi hukum ekonomi, sebagai berikut: bahwa hukum ekonomi merupakan perangkat hukum yang mengatur berbagai

---

<sup>1</sup>Danang Sunyoto, *Studi Kelayakan ...*, hlm.474.

<sup>2</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hlm.35*

kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi baik nasional maupun internasional.<sup>3</sup>

Al-qur'an sebagai sumber hukum ekonomi islam karena kedudukan Al-Qur'an sebagai sumber utama dan pertama bagi penetapan hukum, maka apabila seseorang ingin menemukan hokum untuk suatu kejadian, tindakan yang pertama yang harus ia lakukan adalah mencari penyelesaian dari Al-Qur'an. Selama Hukumnya dapat diselesaikan dengan Al-Quran, maka ia tidak boleh mencari jawaban lain dari luar Al-Quran. Demikian juga sesuai dengan kedudukan Al-Quran sebagai sumber utama atau pokok hukum islam, berarti Al-Quran itu menjadi sumber dari segala sumber hukum. Kekuatan Al-Quran sebagai sumber dan dalil hokum syariah termasuk didalamnya syariah perekonomian terkandung dalam ayat Al-Quran yang memerintahkan umat manusia mematuhi Allah SWT.

Kedudukan ekonomi dalam ajaran Islam sangat penting sekali untuk diterapkan, adapun kedudukan ekonomi dalam ajaran Islam meliputi hal-hal sebagai berikut:

---

<sup>3</sup>Neni Sri Imaniyati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, Bandung: Mandar Maju, 2002, hlm. 71.



## 1) Akidah (imam)

Imam kepada Allah, Malaikat, kitab, rasul, hari akhir, qsdha dan qadar.

## 2) Akhlaq (ihsan)

Engkau beribadah kepada Allah seolah-olah engkau melihatnya ,jika engkau tidak melihatnya maka ia melihatmu.

## 3) Syariah (Islam)

Ketentuan hukum muamalah adalah ketentuan hukum yang mengatur hubungan antara sesama manusia. Asas yang digunakan dalam muamalah adalah semua muamalah dibolehkan, kecuali ada dalil yang melarang. Salah satu dari hukum muamalah adalah hukum ekonomi syariah.<sup>4</sup>

### **2.1.2.2 Prinsip Ekonomi Islam dalam Bank Syariah**

Prinsip ekonomi dalam Bank Syariah Syariah, antara lain:

1. Kekayaan adalah amanah Allah SWT yang tidak dapat dimiliki oleh siapapun secara mutlak.
2. Manusia diberi kebebasan bermua'amalah selama bersama dengan ketentuan syariah
3. Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur di muka bumi.

---

<sup>4</sup>Veithzal Rivsi, *Ekonomi Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 324.

4. Menjunjung tinggi keadilan, serta menolak setiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja.

### **2.1.2.3 Prinsip Syari'ah dalam Bank Syariah**

Prinsip syariah islam pada Bank Syariah syariah, antara lain:

- 1) Keaggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
- 2) Keputusan ditetapkan secara musyawarah dapat dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen (*istiqomah*).
- 3) Pengelolaan dilakukan secara transparan dan profesional.
- 4) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil, sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
- 5) Pemberian balas jasa modal dilakukan secara terbatas dan profesional menurut system bagi hasil.

### **2.1.2.4 Dasar Hukum Bank Syariah Syariah Menurut Ketentuan Hukum Islam**

Setiap lembaga keuangan syariah, mempunyai dasar mencari keridhoan Allah untuk memperoleh kebajikan di dunia dan di akhirat. Maka, setiap kegiatan lembaga keuangan yang

dikhawatirkan menyimpang dari tuntutan agama harus di hindari.<sup>5</sup>

Al-Qur'an tidak menyebutkan lembaga keuangan secara langsung akan tetapi penekanan langsung tentang konsep organisasi sebagaimana organisasi keuangan telah terdapat dalam al-qur'an. Konsep dasar kerjasama muamalah dengan berbagai cabang-cabang kegiatannya yang cukup banyak dalam al-qur'an.<sup>6</sup> Al-Qur'an telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berhubungan dengan transaksi. Semua hal yang berhubungan dengan harta benda hendaknya dilihat dan di hukumi dengan kedua kriteria halal dan haram. Orang-orang makkah yang hidup di zaman Rasullallah sama sekali tidak membedakan antara bisnis dan riba, Bagi mereka keduanya adalah sama. Akhirnya Al-Qur'an membangun konsep halal dan haram. Bahwa, bisnis adalah di halalkan, sedangkan riba di haramkan.<sup>7</sup>

Pengharaman riba apapun bentuk dan namanya karena merupakan kedzaliman terhadap

---

<sup>5</sup>Suhrawardi Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, Cet.III, 2004, hlm.35.

<sup>6</sup>Suhrawardi Lubis, *Hukum Ekonomi Islam...*, hlm.36.

<sup>7</sup>Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang: UIN-Malang Press, 2007, hlm.148.

orang lain sehingga muncul rasa ketidakadilan. Sebab, Semua bentuk transaksi yang dilakukan dengan praktik jahat dilarang oleh Islam. Semua larangan itu berdasarkan pada satu prinsip : “ jangan ada ketidakadilan dan jangan ada penipuan dalam segala aktifitas bisnis yang dilakukan oleh siapapun”.<sup>8</sup>

Pedoman lembaga keuangan syariah dalam beroperasi adalah al-qur'an surat al-Baqarah ayat 275 tentang sistem menjauhkan diri dari unsur riba dan menerapkan sistem bagi hasil dalam perdagangan.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ  
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ  
(البقرة: ٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu,

---

<sup>8</sup>Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi...*, hlm.149.

*adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS.Al-Baqarah: 275)<sup>9</sup>*

Dalam proses jual beli ada hal-hal yang menghendaki halalnya suatu proses jual beli, sedangkan dalam riba terdapat *mafsadat* yang menghendaki haramnya suatu riba.<sup>10</sup>

Riba berarti memberi uang ataupun barang, kemudian mengambil kembali dalam waktu yang ditentukan dengan melipat gandakan. Semakin bertambah lama waktu yang ditentukan maka semakin banyak pula nilai tambah pembayaran yang di lakukan.<sup>11</sup>

Syaikh Muhammad Rasyid Ridha dalam Tafsir Al-Manar mengungkapkan, Tidak termasuk riba, jika seseorang yang memberikan kepada orang lain harta untuk diinvestasikan sambil menetapkan baginya dari hasil usaha tersebut. Karena transaksi ini menguntungkan bagi pengelola dan bagi pemilik harta, sedangkan riba yang diharamkan merugikan salah satu pihak.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 1997, hlm.63.

<sup>10</sup>Teuku Hasbi ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Madjied An-Nur*, Jakarta: Bulan Bintang, 1965, hlm.68.

<sup>11</sup>Teuku Hasbi ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Madjied An-Nur...*, hlm.69.

<sup>12</sup>Muhammd Rasyid Ridha, *Tafsir Al-Manar*, Mesir: Dar al-Manar, 1376 H, Jilid III. hlm.113-114.

## **2.2 Konsep Etika Bisnis dalam Islam**

Konsep Etika Bisnis dalam Islam amat luas, tidak hanya terbatas pada pencapaian material saja tetapi merupakan ibadah Fardhu Kifayah yang dituntut Allah SWT. Dalam melakukan ibadah ini manusia jangan melakukan perbuatan yang mencemarkan kesuciannya. Jadi mereka harus melakukannya dalam batas-batas yang telah ditetapkan oleh Islam. (Syeikh Abod dan Zamry Abdul Kadir, 1991: 291). Nabi Muhammad telah meletakkan dasar-dasar moral, manajemen dan etos kerja mendahului zamannya dalam melakukan perniagaan. Dasar-dasar etika dan manajemen bisnis tersebut telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademisi dipenghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan, pelayanan yang unggul, kompetensi, efisiensi, transparansi, semuanya telah menjadi gambaran pribadi dan etika bisnis Nabi Muhammad SAW ketika ia masih muda. Prinsip-prinsip bisnis Rasulullah diantaranya adalah:

### **2.2.1 Shiddiq**

Shiddiq adalah Suatu sikap yang jujur dan selalu berbuat baik dan menghindari perbuatan seperti tidak menepati janji yang belum atau telah disepakati, menutupi cacat atau aib barang yang dijual dan membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar. Rasulullah telah

melarang pebisnis melakukan perbuatan yang tidak baik, seperti beberapa hal yaitu: a) Larangan tidak menepati janji yang telah disepakati; b) Larangan menutupi cacat atau aib barang yang dijual; c) Larangan membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar.

Dan kadang Shiddiq tersebut datang dari manusia itu sendiri, sebagaimana yang tertera dalam QS. al-Baqarah: 283:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ.

Artinya: “Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya”.<sup>13</sup>

Sedangkan jika dilihat dari objeknya (orang yang melaksanakan amanah), maka amanah diberikan kepada malaikat, jin, manusia, baik para nabi maupun bukan nabi.

Setelah Allah SWT. menerangkan bahwa betapa besar perkara taat kepada Allah dan Rasul-Nya, dan bahwa orang yang memelihara ketaatan tersebut akan memperoleh kemenangan yang besar, dan orang yang meninggalkan akan mendapatkan azab, lalu dilanjutkan dengan menerangkan betapa besar hal yang berkaitan dengan ketaatan tersebut,

---

<sup>13</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur’an, *al-Qur’an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma’ al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

yaitu melakukan beban-beban syariat, dan bahwa prakteknya sangat berat dan sukar bagi jiwa. Kemudian, diterangkan pula bahwa ketaatan yang mereka lakukan atau penolakan yang berupa tidak menerima dan tidak melazimkan diri melakukannya, semua itu tidaklah karena pemaksaan.

### **2.2.2 Amanah**

Amanah adalah salah satu bahasa Indonesia yang telah disadur dari bahasa Arab. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, kata yang menunjuk makna kepercayaan menggunakan dua kata, yaitu amanah atau amanat. Amanah memiliki beberapa arti, antara lain 1) pesan yang dititipkan kepada orang lain untuk disampaikan. 2) keamanan: ketenteraman. 3) kepercayaan.<sup>14</sup> Amanah berarti tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga tidak menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Amanah bias juga diartikan tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga tidak menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Amanah berarti tidak melakukan penipuan,

---

<sup>14</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 48



memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan komisi yang diharamkan. Maka seorang yang diberi Amanah harus benar-benar menjaga dan memegang Amanah tersebut, ayat tersebut adalah sebagai berikut:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا

وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

“Sesungguhnya kami Telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh” (Al-Ahzab: 72)<sup>15</sup>

Sikap Amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap Amanah diantaranya tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan komisi yang diharamkan.

---

<sup>15</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma' al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

### 2.2.3 Fathanah

Fathanah berarti cakap atau cerdas. Dari penjelasan diatas bisa kita petik suatu pelajaran yang berharga bahwa prinsip-prinsip bisnis Rasulullah SAW adalah Shiddiq, Amanah dan Fathanah.

Fathanah berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini Fathanah meliputi dua unsur: Fathanah dalam hal administrasi/manajemen dagang dan Fathanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta.<sup>16</sup> Dengan demikian fathanah di sini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). kiat membangun citra dari uswah Rasulullah SAW meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi dan pemuasan.

Dalam pandangan Islam, akal (kecerdasan) merupakan salah satu aspek kelebihan manusia dibandingkan dengan makhluk-makhluk lainnya. Dengan akal, manusia dapat mendesain ilmu pengetahuan, kebudayaan dan peradaban. Begitu pentingnya akal, sehingga tidak sedikit ayat al-Qur'an menyuruh manusia menggunakan potensi akalnya dengan baik.

---

<sup>16</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 58

Dalam konteks ini, Harun Nasution mengatakan, kata *al-'aql* sebagai kata benda tidak dijumpai dalam al-Qur'an, tetapi dalam bentuk kata kerja yang terdapat dalam 30 ayat lebih, yakni;

1. *Afala ta'qilun* (15 ayat): tidaklah kamu pikirkan.
2. *La'allakum ta'qilun* (8 ayat): semoga kamu pikirkan.
3. *La ya'qilun* (7 ayat): tidak mereka pikirkan.
4. *In kuntum ta'qilun* (2 ayat): jika sekiranya kamu pikirkan.

Selanjutnya, kata-kata yang dipakai dalam al-Qur'an untuk menggambarkan perbuatan berpikir bukan hanya kata *'aqala*, tetapi juga kata-kata lain, seperti;

1. *Dabbara* (8 ayat): merenung.
2. *Faqiha* (20 ayat): mengerti.
3. *Nazhara* (30 ayat): melihat dalam arti merenung.
4. *Tafakkara* (16 ayat): berpikir.

Berdasarkan keterangan di atas jelaslah bahwa al-Qur'an telah menempatkan potensi akal pada kedudukan yang tinggi dan mulia. Potensi akal yang dimiliki manusia sesungguhnya secara filosofis memiliki relevansi dengan tujuan penciptaan manusia, yakni untuk menyembahkan Allah SWT (QS. Adz-Dzariyat: 56):

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembahKu”. (Qs, Adz Dzaariyat: 56)

Menyembah kepada Allah SWT menurut penafsiran mayoritas ulama, bukan sekedar beribadah dalam arti sempit, tetapi juga beramal saleh yang perwujudannya memerlukan bantuan berpikir (akal). Karenanya, terdapat titik temu antara tujuan pendidikan akal dengan tujuan penciptaan manusia.

#### **2.2.4 Tabligh**

*Tabligh* artinya menyampaikan.<sup>17</sup> Segala firman Allah SWT yang ditujukan oleh manusia, disampaikan oleh Baginda. Tidak ada yang disembunyikan walaupun ianya menyinggung Baginda sendiri. *Tabligh* berarti menyampaikan. Segala firman Allah yang ditujukan oleh manusia, disampaikan oleh Nabi. Tidak ada yang disembunyikan meski itu menyinggung beliau. Sudah menjadi tugas beliau sebagai nabi dan rasul untuk menyampaikan firman Allah dan segala petunjuk untuk membimbing manusia.<sup>18</sup> Namun, satu hal yang

---

<sup>17</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 58

<sup>18</sup>Sula Muhammad Syakir & Hemawan Kertajaya, *Syriah Marketing*, (Bandung: Pustaka Mizan, 2006), hlm.122

pasti, dalam menyampaikan segala firman Allah pastilah diperlukan kemampuan komunikasi. Karena mengkomunikasikan segala firman Allah dalam kondisi dan lingkungan masyarakat *jahiliyah* tentu diperlukan teknik yang tepat dan visi yang kuat. Bagaimanapun pesan yang disampaikan Allah untuk umat manusia, nabi Muhammad mengkomunikasikan semuanya walaupun satu atau beberapa ayat menyinggung dan mengkritik beliau. Orang yang memiliki sifat tabligh, akan menyampaikan sesuatu dengan benar (*berbobot*) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*).

لِيَعْلَمَ أَن قَدْ أَبْلَغُوا رِسَالَاتِ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَىٰ كُلَّ شَيْءٍ  
عَدَدًا ﴿٢٨﴾

Artinya: “Supaya Dia mengetahui, bahwa sesungguhnya rasul-rasul itu telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedang ilmu-Nya meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu.” (QS Al-Jin: 28)<sup>19</sup>

عَبَسَ وَتَوَلَّى (1) إِنَّ جَاءَهُ الْأَعْمَى (2)

---

<sup>19</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur’an, *al-Qur’an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma’ al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

Artinya: “Dia (Muhammad) bermuka masam dan berpaling, kerana telah datang seorang buta kepadanya.” (QS 'Abasa: 1~2)<sup>20</sup>

Dalam suatu riwayat dikemukakan bahwa firman Allah (QS 'Abasa: 1) turun berkenaan dengan Ibnu Ummi Maktum yang buta yang datang kepada Rasulullah SAW sambil berkata: “Berilah petunjuk kepadaku, ya Rasulullah.” Pada waktu itu Rasulullah SAW sedang menghadapi para pembesar kaum musyrikin Quraisy, sehingga Rasulullah berpaling daripadanya dan tetap melayani pembesar-pembesar Quraisy. Ummi Maktum berkata: “Apakah yang saya katakan ini mengganggu tuan?” Rasulullah menjawab: “Tidak.” Maka ayat ini turun sebagai teguran di atas perbuatan Rasulullah SAW. (Diriwayatkan oleh at-Tirmidzi dan al-Hakim yang bersumber dari 'Aisyah. Diriwayatkan pula oleh Ibnu Ya'la yang bersumber dari Anas.)

Sebetulnya apa yang dilakukan Rasulullah SAW itu menurut standard umum adalah hal yang wajar. Ketika sedang berbicara di depan umum atau dengan seseorang, tentu kita tidak suka diganggu oleh

---

<sup>20</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma' al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

orang lain. Namun untuk standard Nabi, itu tidak cukup. Oleh kerana itulah Allah SWT telah menegur Baginda SAW. Sebagai seorang yang tabligh, meski ayat itu menyindirnya, Nabi Muhammad SAW tetap menyampaikannya kepada kita. Itulah sifat seorang Nabi. Jadi, mustahil Nabi itu 'kitman' atau menyembunyikan wahyu.

Sedangkan pilar terakhir adalah tabligh. Kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Disiplin ilmu yang berkembang adalah Komunikasi Bisnis, sedangkan dalam konteks pribadi adalah Komunikasi efektif dan empati. Media marketing dan periklanan adalah sistem yang lahir dari kemampuan tabligh (kecerdasan komunikasi). Tanpa kemampuan komunikasi sebuah produk dan jasa, maka pedagang tidak mampu menyakinkan pemakai untuk membeli dan memanfaatkan barang yang telah diproduksi. Pengembangan empat sifat yang menjadi sistem bisnis, mampu menghantarkan setiap orang dan badan usaha menjadi kekuatan. Hal ini melahirkan hubungan harmonis antara pedagang dengan konsumen, antara pengusaha dengan pekerja dan akhirnya menjadi keunggulan bersama suatu entitas bisnis.

## 2.3 Kepercayaan Anggota

### 2.3.1 Pengertian kepercayaan anggota

Kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan kepada sesuatu yang di anggap benar.<sup>21</sup> Nasabah dalam Bank Syariah disebut sebagai anggota adalah orang yang mempunyai hubungan kerja sama dengan suatu lembaga atau perusahaan, dalam artian sebutan untuk orang atau badan usaha yang memiliki rekening simpanan atau pinjaman.<sup>22</sup> Untuk menjaga kepercayaan antara Bank Syariah dan nasabah sebaiknya transaksi dilakukan dengan cara yang baik tidak dengan cara yang bathil. Hal ini sesuai dengan firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.” [An-Nisaa': 29]*

Dapat dijelaskan bahwa hukum asal semua jenis perdagangan adalah halal sampai ada dalil yang mengaramkannya. Haram karena barang yang

---

<sup>21</sup>Purwadaminta, *Kamus umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), hlm.872.

<sup>22</sup>Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 609.



diperjualbelikan, misalkan menjual babi, bangkai atau berjual beli barang curian. Catatan penting: Segala barang yang haram dimakan atau dipakai berarti haram pula untuk diperjual belikan. Segala unsur transaksi yang mengandung Riba adalah haram, faktor lain yang menyebabkan haramnya transaksi adalah adanya unsur Gharar (ketidakjelasan). sebagai contoh orang menjual ikan di kolam (saya jual seluruh ikan di kolam ini dengan harga sekian).

Jadi, kepercayaan anggota adalah keyakinan seseorang yang mempunyai kerjasama dengan perusahaan atau lembaga, bahwa perusahaan atau lembaga tersebut memang sudah dapat dipercaya.<sup>23</sup> Kepercayaan pelanggan adalah keyakinan setiap saat melakukan transaksi bisnis dengan mereka, pimpinan dan karyawan perusahaan tersebut bertindak adil, kompeten, etis dan dapat dipercaya. Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan tumbuh karena pengalaman baik mereka melakukan transaksi bisnis.<sup>24</sup> Hubungan yang dibangun dari rasa percaya pembeli kepada penjual memungkinkan penjual memenuhi dengan baik kebutuhan pembeli dan ini merupakan satu langkah penting dalam membentuk hubungan jangka panjang. Adanya

---

<sup>23</sup>Ronny Sautma Hotma, *Hubungan Bank dan Nasabah Terhadap Produk Tabungan dan Deposito*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1996), hlm.40.

<sup>24</sup>Siswanto Sutojo, *Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan*, (Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka, 2003), hlm.51

komitmen keterhubungan antara pelanggan dan penyedia jasa akan memperlancar proses penyampaian pelayanan karena antara kedua belah pihak saling memahami dan mempercayai. Dalam hal ini tindakan Bank Syariah untuk mempertahankan hubungan baik dengan nasabah adalah dengan tidak melakukan riba, karena riba akan mencederai kepercayaan nasabah dan dilarang dalam agama:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿البقرة: ٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat *berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS.Al-Baqarah: 275)*<sup>25</sup>

Kepercayaan adalah asas utama bagi lembaga keuangan untuk berkembang dan bertumbuh. Berkembang dan bertumbuh secara kuantitas dan diiringi dengan kualitas

---

<sup>25</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 1997, hlm.63.

membawa lembaga keuangan tersebut semakin dapat dipercaya. Hubungan antara bank dan nasabah didasarkan pada dua unsur yang saling terkait yaitu hukum dan kepercayaan. Suatu bank hanya dapat melakukan kegiatan dan mengembangkan banknya, apabila masyarakat percaya untuk menempatkan uangnya pada produk-produk perbankan yang ada pada bank. Berdasarkan kepercayaan masyarakat tersebut, bank dapat memobilisir dana dari masyarakat untuk ditempatkan pada banknya, dan bank akan memberikan jasa-jasa perbankan.<sup>26</sup>

Menurut Barnes, beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:<sup>27</sup>

- 1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- 2) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- 3) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin padadiri mitra

Komponen-komponen kepercayaan ini dapat diberi label sebagai dapat diprediksi, dapat diandalkan

---

<sup>26</sup> Ronny Sautma Hotma, *Hubungan Bank dan Nasabah Terhadap Produk Tabungan dan Deposito*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995, hlm. 32

<sup>27</sup>[www.formulabisnis.com/?id=ken\\_kanaidi](http://www.formulabisnis.com/?id=ken_kanaidi)

dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya.” Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu—kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan “menjaga mereka.”

Perkembangan kepercayaan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan nasabah sejati. Nasabah harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam

sektor industri tertentu—terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang. Peppers and Rogers menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:<sup>28</sup>

- 1) Kredibilitas. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya mengenai ....” bentuk lain yang berhubungan adalah *believability* dan *truthfulness*.
- 2) Reliabilitas. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat *reliable* atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan; “saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya. ...” Bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability* dan *familiarity*  
*Intimacy*. Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat.

---

<sup>28</sup>Wijaya, Serly dan Thio, Sienny "Implementasi Membership Card Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran di Surabaya" Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra; 206, hlm. 33

Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

### **2.3.2 Kepuasan Nasabah**

#### **2.3.2.1 Pengertian kepuasan nasabah**

Spreng et al. menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan puas pelanggan timbul ketika konsumen membandingkan persepsi mereka mengenai kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka.

Kotler and Keller (2000), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari beberapa uraian tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen dihasilkan dari proses perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya, yang menghasilkan *disconfirmation paradigm*.<sup>29</sup>

Fornell et al. (dikutip oleh Kusmayadi 2007) dalam temuannya menyebutkan bahwa (1)

---

<sup>29</sup>Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Prenhallindo*, Jakarta, 2000, hlm. 71

kepuasan konsumen secara menyeluruh adalah hasil evaluasi dari pengalaman konsumsi sekarang yang berasal dari keandalan dan standarisasi pelayanan; (2) kepuasan konsumen secara menyeluruh adalah hasil perbandingan tingkat kepuasan dari usaha yang sejenis, dan (3) bahwa kepuasan konsumen secara menyeluruh diukur berdasarkan pengalaman dengan indikator harapan secara keseluruhan, harapan yang berhubungan dengan kebiasaan, dan harapan yang berhubungan dengan keterandalan jasa tersebut.

Oliver and De Sarbo (dikutip oleh Kusmayadi 2007) memandang tingkat kepuasan (*satisfaction*) timbul karena adanya suatu transaksi khusus antara produsen dengan konsumen yang merupakan kondisi psikologis yang dihasilkan ketika factor emosi mendorong harapan (*expectations*) dan disesuaikan dengan pengalaman mengkonsumsi sebelumnya (*perception*).

#### **2.3.2.2 Faktor-faktor pendorong kepuasan nasabah**

Menurut Handi Iraqian, kepuasan pelanggan atau nasabah dapat dimaksimalkan oleh suatu perusahaan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kualitas produk  
Pelanggan atau nasabah akan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, yang mana kualitas produknya baik.
- b. Harga  
Untuk pelanggan atau nasabah yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan.
- c. Kualitas pelayanan  
Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi, dan manusia.
- d. Faktor emosi  
Faktor emosi relatif penting. Kepuasan pelanggan atau nasabah dapat timbul pada saat memakai produk yang memiliki brand image yang baik.
- e. Kemudahan  
Pelanggan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan yang telah disampaikan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa hal-hal yang mendorong munculnya kepuasan tidak lain



bermuara pada proses kinerja secara menyeluruh yang harus terlaksana dalam suatu produk. Apabila proses tersebut tidak atau belum terpenuhi, maka kepuasan pelanggan atau nasabah tidak dapat maksimal.<sup>30</sup>

## 2.4 Pengertian Deposito

Deposito adalah produk simpanan di bank yang penyetorannya maupun penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu saja. Apabila dana yang disimpan diambil sebelum waktunya, maka siap-siap lah untuk terkena denda penalti. Menariknya lagi, semakin besar dan semakin lama Anda menyimpan dana dalam bentuk deposito, maka semakin besar pula bunga yang ditawarkan.

Selain berfungsi sebagai tabungan berjangka, manfaat lain dari deposito yaitu sebagai salah satu produk investasi yang paling menguntungkan. Mengutip pendapat dari PT Bursa Efek Indonesia, Selasa (5/5/2015), bahwa ternyata produk investasi berupa deposito memiliki rerata keuntungan yang relatif stabil dibanding produk lainnya seperti saham, emas dan obligasi pemerintah. Bahkan sampai 20 April 2015 ini, produk deposito menduduki rerata keuntungan nomor dua terbesar setelah saham, yaitu dengan persentase 7,21% dengan imbal hasil dari deposito adalah rata-rata bunga deposito 1

---

<sup>30</sup> M.syukron Efendi, *Skripsi tentang Korelasi Citra Produk Tabungan Harian Mudharabah dengan Kepuasan Nasabah di Kantor Cabang Kospin Tawakal Kaliwungu*,

bulan. Artinya, peluang untuk berinvestasi berupa deposito masih memiliki peluang yang bagus dari tahun ke tahun.<sup>31</sup>

Berikut ini adalah ciri khas deposito yaitu :

a. Minimal Setoran

Pertama, pada umumnya, ketika akan membuka rekening di Bank, maka ada batas setoran minimal yang harus dibayar pertama kali. Begitu juga dengan deposito, ada setoran minimal yang harus dibayarkan. Perbedaan dengan tabungan biasa, deposito mensyaratkan setoran minimal berkisar Rp5 juta. Akan tetapi setiap bank mempunyai kebijakan masing-masing.

b. Jangka Waktu Simpanan

Seperti yang telah diuraikan di awal tadi, deposito memiliki jangka waktu simpanan. Dan simpanan tidak bisa diambil sebelum jangka waktu tersebut. Biasanya nasabah akan diberikan beberapa opsi untuk jangka waktu ini mulai dari 1, 3, 6, 12 atau 24 bulan. Mengenai jangka waktu ini sangat penting untuk diperhatikan karena ini akan menentukan bagaimana Anda menggunakan simpanan tersebut.

Misalnya, ketika akan memfungsikan simpanan deposito ini sebagai dana darurat maka

---

<sup>31</sup> . <https://www.cermati.com> › Artikel dan Tips › Deposito, di akses pada tanggal 15 desember 2016

jangan memilih jangka waktu 24 bulan. Karena bila sewaktu-waktu membutuhkan akan sulit untuk mengambil simpanan tersebut (ada biaya penalti). Maka dari itu jika simpanan deposito ini fungsikan sebagai dana darurat, maka pilih jangka waktu yang paling pendek misalnya 1 bulan.

Deposito ini sangat cocok bagi yang kesulitan untuk menabung. Dengan memanfaatkan deposito maka akan kesulitan jika ingin 'boros' karena ada aturan jangka waktu tersebut dan tidak bisa mengambil simpanan seenaknya.

c. Pencairan Dana

Berhubungan dengan jangka waktu seperti dijelaskan di atas, pencairan dana deposito tidak bisa sembarangan seperti tabungan. Setelah menentukan atas pilihan jangka waktu yang telah ditawarkan, maka pencairan dana deposito harus sesuai dengan jangka waktu tersebut. Kalau tidak, akan dikenakan sejumlah denda penalti yang membuat keuntungan menjadi tidak maksimal.

d. Bunga Deposito

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa bunga deposito relatif lebih tinggi dibanding tabungan. Hal tersebut sangat masuk akal karena adanya limitasi jangka waktu yang diberikan. Dan hal

inilah yang dimaksudkan bahwa deposito merupakan produk investasi yang menguntungkan selain obligasi, saham dan emas.

Meskipun demikian, hal yang perlu diingat adalah suku bunga yang ditetapkan. Untuk itu bunga harus disesuaikan dengan kebijakan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Pasalnya, besaran suku bunga tertentu ditetapkan dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan.

e. Deposito Sebagai Jaminan

Mungkin untuk poin yang ini banyak orang yang belum mengetahui. Ya, deposito ternyata tergolong dalam salah satu aset yang bisa jadi jaminan untuk pinjaman ke bank. Namun, tidak semua bank mau dan bersedia menerima jaminan dalam bentuk deposito ini. Meskipun demikian, jaminan deposito ini bisa menjadi alternatif jaminan selain aset yang biasa kita ketahui seperti tanah atau rumah.

## 2.5 Teori Mudharabah

Secara etimologis, mudharabah diambil dari kata *adhdharby fil ardhi* yang artinya melakukan perjalanan untuk berdagang.<sup>32</sup> Dalam bahasa Arab mudharabah berasal dari kata *dharaba* yang berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul

---

<sup>32</sup> . Ahmad Wardi Muslich, Fiqh Muamalat, Jakarta: Amzah, 2010, h. 365

atau berjalan ini lebih tepatnya yaitu proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.<sup>33</sup> Mudharabah atau qiradh<sup>34</sup> termasuk dalam kategori syirkah<sup>35</sup> atau kerjasama dengan cara sistem bagi hasil. Dalam Al-Qur'an kata mudharabah tidak disebutkan secara jelas dengan istilah mudharabah. Al-Qur'an hanya menyebutkannya secara musytaq dari kata *dharaba* yang diulang sebanyak 58 kali.<sup>36</sup>

Secara istilah, Mudharabah adalah akad kerja sama antara shahibul maal (pemilik modal) dengan mudharib (yang mempunyai keahlian atau keterampilan) untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati, jika terjadi kerugian ditanggung shahibul maal.<sup>37</sup> Mudharabah dalam perspektif fiqih merupakan kontrak yang melibatkan antara dua kelompok, yaitu pemilik modal (investor) yang mempercayakan modalnya kepada pengelola (mudharib) untuk digunakan dalam

---

<sup>33</sup>. Muhammad Syafi'i Antonio, Op. Cit, h. 95

<sup>34</sup>. Dalam bahasa Irak digunakan kata mudharabah, sedangkan penduduk Hijaz menyebutnya qiradh. Nurul Huda dan Mohamad Heyk\ I, Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 71

<sup>35</sup>. Syirkah adalah kerja sama dengan prinsip bagi hasil, produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil yaitu pembiayaan mudharabah dan mudharabah. Adiwarmar Karim, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003, h. 90

<sup>36</sup>. Nurul Huda dan Mohamad Heykal, Lembaga Keuangan Islam (Tinjauan Teoretis dan Praktis), Cet 1, Jakarta: Kencana, 2010, h. 71

<sup>37</sup>. Ibid, h. 72

aktifitas perdagangan. Sedangkan keuntungan dagang itu dibagi menurut kesepakatan bersama.<sup>38</sup> Mudharib dalam hal ini memberikan kontribusi pekerjaan, waktu dan mengelola usahanya sesuai dengan ketentuan yang dicapai dalam kontrak, salah satunya untuk mencapai keuntungan (profit) yang dibagi antara pihak investor dan mudharib berdasarkan proporsi yang telah disetujui bersama. Namun apabila terjadi kerugian yang menanggung adalah pihak investor saja.<sup>39</sup> Mudharabah menurut istilah pada dasarnya terdapat kesepakatan ulama dalam substansi pengertian mudharabah. Hanya saja terdapat beberapa variasi bahasa yang mereka gunakan dalam mengungkapkan definisi tersebut. secara umum, variasi pengertian mudharabah atau qiradh yang dikemukakan oleh para ulama sebagai berikut.<sup>40</sup> Menurut para fuqaha, mudharabah ialah akad antara dua pihak (orang) saling menanggung, salah satu pihak menyerahkan hartanya kepada pihak lain untuk diperdagangkan dengan bagian yang telah ditentukan dari keuntungan, seperti setengah atau sepertiga dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Dapat dipahami bahwa mudharabah adalah suatu akad atau perjanjian antara dua orang atau lebih, dimana pihak pertama memberikan modal usaha, sedangkan pihak lain menyediakan

---

38 . M Ali Hasan, Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat), Rajawali Pena, 2000, h. 169

39 . Abdullah Saeed, Bank Islam dan Bunga, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 91

40 . Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010, h. 136

tenaga dan keahlian dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi diantara mereka sesuai dengan kesepakatan yang mereka tetapkan bersama. Dengan kata lain dapat dikemukakan bahwa mudharabah adalah kerja sama antara harta dengan tenaga atau keahlian. Dengan demikian, dalam akad mudharabah ada unsur syirkah atau kerja sama, hanya saja bukan kerja sama harta dengan harta ataupun tenaga dengan tenaga, melainkan antara harta dengan tenaga. Disamping itu, juga terdapat unsur syirkah (kepemilikan bersama) dalam keuntungan. Namun apabila terjadi kerugian maka kerugian tersebut ditanggung oleh pemilik modal, sedangkan pengelola tidak dibebani kerugian, karena ia telah rugi waktu, fikiran dan tenaga.<sup>41</sup>

Menurut Mudharabah berasal dari kata *adh dharby fil ardh* yaitu bepergian untuk urusan dagang. *Qiradh* yang berasal dari kata *alqardhu* yang berarti potongan, karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan.<sup>42</sup> Secara teknis mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara pemilik dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha, laba dibagi atas dasar nisbah bagi hasil menurut kesepakatan kedua belah pihak, sedangkan bila terjadi kerugian akan ditanggung oleh si pemilik

---

<sup>41</sup> . M Ali Hasan, Op. Cit, h. 170

<sup>42</sup>Muhammad. Kontribusi Mudharabah dalam Bisnis Syari'ah: Mudharabah dalam wacana fiqh dan praktik ekonomi modern, (Yogyakarta: Februari 2005)hal 61.

dana kecuali disebabkan oleh misconduct, negligence atau violation oleh pengelola dana.

Akad mudharabah merupakan suatu transaksi pendanaan atau investasi yang berdasarkan kepercayaan. Kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam akad mudharabah, yaitu kepercayaan dari pemilik dana kepada pengelola dana. Oleh karena kepercayaan merupakan unsur terpenting maka mudharabah dalam istilah bahasa Inggris disebut trust financing. Pemilik dana yang merupakan investor disebut beneficial ownership atau sleeping partner dan pengelola dana disebut managing trustee atau labour partner.

Kepercayaan ini penting dalam akad mudharabah karena pemilik dana tidak boleh ikut campur di dalam manajemen perusahaan atau proyek yang dibiayai dengan dana pemilik dana tersebut, kecuali sebatas memberikan saran-saran dan melakukan pengawasan pada pengelola dana. Apabila usaha tersebut mengalami kegagalan dan terjadi kerugian yang mengakibatkan sebagian atau bahkan seluruh modal yang ditanamkan oleh pemilik dana habis, maka yang menanggung kerugian keuangan hanya pemilik dana. Sedangkan pengelola dana sama sekali tidak menanggung atau tidak harus mengganti kerugian tas modal yang hilang, kecuali kerugian tersebut terjadi sebagai akibat kesengajaan, kelalaian atau pelanggaran akad yang dilakukan oleh pengelola `dana.



Dalam mudharabah, pemilik dana tidak boleh mensyaratkan sejumlah tertentu untuk bagiannya karena dapat dipersamakan dengan riba yaitu meminta kelebihan atau imbalan tanpa ada faktor penyeimbang (iwad) yang diperbolehkan syariah.

Hikmah dari sistem mudharabah adalah dapat memberi keringanan kepada manusia. Terkadang ada sebagian orang yang memiliki harta, tetapi tidak mampu untuk membuatnya menjadi produktif. Terkadang pula, ada orang yang tidak memiliki harta tetapi ia mempunyai kemampuan untuk memproduktifkannya. Sehingga dengan akad mudharabah kedua belah pihak dapat mengambil manfaat dari kerja sama yang terbentuk.

### **2.5.1 Prinsip Mudharabah**

Aplikasi prinsip mudharabah adalah bahwa deposan atau penyimpan bertindak sebagai shahibul mal dan bank sebagai mudharib. Dana yang digunakan bank untuk melakukan pembiayaan akad jual beli maupun syirkah. Jika terjadi kerugian maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi.

Rukun mudharabah:

- 1) Ada pemilik dana
- 2) Ada usaha yang akan dihasilkan
- 3) Ada nisbah
- 4) Ada ijab kabul

Apabila prinsip mudharabah:

- 1) Tabungan berjangka
- 2) Deposito berjangka

Berdasarkan kewenangan, prinsip mudharabah:

#### 1. Mudharabah Mutlaqah

Penerapan mudharabah mutlaqah dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana yaitu: tabungan mudharabah dan deposito mudharabah.<sup>43</sup>

Berdasarkan prinsip ini tidak ada batasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Ketentuan umum:

- a. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara memberitahukan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana, yang dicantumkan dalam akad.
- b. Untuk tabungan mudharabah, Bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan. Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan deposito kepada deposan.
- c. Tabungan mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuatu dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
- d. Deposito mudharabah harga dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah

---

<sup>43</sup> Muhammad, Bank Syariah : Analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, (Jogjakarta: Ekonisia, 2002), hal. 103

dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad yang baru.

- e. Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan deposito atau tabungan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan Syariah.

## 2. Mudharabah Muqayyadah pada Neraca (*on Balance Sheet*)

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus yang terikat (*restricted investment*) di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.<sup>44</sup>

Karakteristik jenis simpanan ini:

- a. Pemilik wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank
  - b. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tatacara pemberitahuan keuntungan
  - c. Sebagai tanda bukti simpanan, bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lain.
  - d. Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan deposito kepada deposan
- ## 3. Mudharabah muqayyadah

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksanan usahanya, dimana

---

<sup>44</sup> Ibit. hal 122

bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dilayani dan pelaksana usahanya.

Karakteristiknya:

- a. Sebagai tanda bukti simpanan, bank menerbitkan bukti simpanan khusus
- b. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya
- c. Rekening khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamatkan oleh pemilik dana.
- d. Bank menerima komisi natas jasa mempertemukan kedua belah pihak.
- e. Antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil

## **2.6 Bank BTN Syariah**

### **1. Sekilas tentang Deposito di Bank BTN Syariah**

Bank BTN Syariah memiliki produk deposito dengan nisbah (bagi hasil) yang menguntungkan nasabah dapat menyimpan dana dalam bentuk simpanan deposito yang mana nasabah dapat bebas memilih jangka waktu sesuai dengan kebutuhan yaitu 1 bulan , 3 bulan , 6 bulan , 12 bulan atau 24 bulan.

Deposito Bank BTN Syariah menggunakan akad sesuai dengan syariah islam syariah yaitu Akad Mudharabah (Investasi). Dimana Bank akan memberikan bagi hasil yang cukup menarik kepada nasabah atas dana yang disimpan dalam deposito syariah ini, sehingga tabungan anda akan terus bertambah seiring berjalannya waktu selama jangka waktu yang telah anda pilih.

Pembukaan Simpanan Deposito dan Penarikan Dana ketika jangka waktu telah berakhir dapat dilakukan diseluruh Kantor Cabang Syariah Bank BTN dan Layanan Syariah pada Kantor Cabang / Kantor Cabang Pembantu Bank BTN (Konvensional) di seluruh Indonesia, jika anda tidak mengambil dana deposito maka sistem akan melakukan perpanjangan otomatis.

Ternyata BTN tidak hanya mengeluarkan produk perbankan yang sangat bermanfaat bagi konsumen yang ingin memiliki rumah dengan dana terbatas melalui program Kredit Perumahan Rakyat (KPR), namun juga memiliki produk simpanan berupa deposito yang sangat bermanfaat bagi masyarakat yang ingin menginvestasikan uangnya dengan cara yang aman dan minim resiko. Dengan simpanan Deposito BTN, nasabah akan mendapatkan berbagai keuntungan dan manfaat yang beberapa diantaranya memiliki nilai lebih dibandingkan produk deposito sejenis. Hal ini memang merupakan komitmen BTN yang sejak awal

berdirinya ditujukan untuk melayani masyarakat menengah ke bawah, termasuk dalam pemberian kredit dan produk simpanan lainnya. Berikut beberapa gambaran manfaat yang diberikan deposito BTN bagi nasabahnya yang ingin menginvestasikan uangnya dalam bentuk Deposito BTN.<sup>45</sup>

- a. Suku bunga yang kompetitif dan menarik, sehingga investasi Anda akan berkembang secara signifikan dari waktu ke waktu.
- b. Tersedia dalam mata uang Rupiah (Rp).
- c. Pilihan jangka waktu penempatan yang bervariasi, mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, dan 24 bulan, sesuai dengan kebutuhan Anda.
- d. Pilihan fasilitas di mana bunga deposito dapat ditransfer ke rekening tabungan atau untuk menambah pokok simpanan deposito, dimana keduanya memberikan keuntungan dan nilai lebih bagi nasabah atau deponan.
- e. Atau Anda bisa memanfaatkan fasilitas dimana bunga deposito dapat dipindahbukukan untuk pembayaran angsuran rumah, rekening listrik, telepon, atau aneka tagihan bulanan lainnya.
- f. Dapat dijadikan sebagai jaminan kredit (Kredit Swadana).

---

<sup>45</sup>Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal 59

## 2. Beberapa Kelebihan Deposito BTN Syariah

Hingga saat ini, BTN telah tumbuh menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia yang menjadi pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan kredit lunak, terutama dalam kepemilikan rumah secara kredit. Deposito BTN sebagai salah satu produk simpanan BTN juga berafiliasi dengan kredit ini, di mana salah satu fiturnya memberi banyak kemudahan serta tambahan fasilitas bagi deposan yang memiliki kredit di BTN.<sup>46</sup> Berikut beberapa kelebihan Deposito BTN yang bisa Anda pertimbangkan sebagai salah satu cara untuk menginvestasikan uang Anda.

- a. Setiap investasi pasti bertujuan untuk mendapatkan imbal balik atau nilai lebih, dan Deposito BTN memberikan imbal balik atau suku bunga yang sangat kompetitif sehingga tujuan investasi Anda tidak akan sia-sia dan mendapatkan hasil yang signifikan.
- b. Investasi melalui Deposito BTN sangat aman dan minim resiko di banding produk investasi lainnya.
- c. Terdapat berbagai pilihan jangka waktu penyimpanan yang disesuaikan dengan kebutuhan Anda.
- d. Rekening deposito dapat di buat atas nama pribadi atau perusahaan/lembaga sesuai kebutuhan Anda, dan manfaat yang diperoleh tetap sama.

---

<sup>46</sup>Muhamad. Teknik Penghitungan Bagi Hasil dan Profit Mrgin pada Bank Syariah. (Yogyakarta : UII Press, 2004).hal.7

- e. Bunga deposito dapat dimanfaatkan untuk membayar angsuran kredit di BTN, atau membayar berbagai tagihan rumah tangga setiap bulan secara otomatis sehingga Anda tidak perlu mengalami kesulitan untuk membayar tagihan tersebut setiap bulan.
  - f. Dengan Deposito BTN, Anda akan mendapatkan passive income yang akan ditransfer secara teratur setiap bulan dan dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan bulanan, seperti membayar angsuran kredit sehingga Anda tidak perlu repot untuk menyiapkan dana angsuran setiap bulan.
  - g. Dana awal untuk membuka rekening Deposito BTN sangat terjangkau sehingga seluruh lapisan masyarakat terutama menengah ke bawah dapat memanfaatkan fasilitas perbankan ini.
3. Keuntungan dan Kegunaan Deposito BTN Syariah

Deposito BTN sebagai salah satu produk perbankan juga memiliki beberapa keuntungan dan kegunaan yang bertujuan memberikan manfaat secara maksimal bagi nasabahnya, bukan hanya untuk nasabah deposito melainkan untuk nasabah lainnya yang memiliki rekening tabungan di BTN, dalam bentuk :

- a. Suku bunga yang kompetitif dan dihitung berdasarkan jumlah hari yang sebenarnya sehingga Anda tidak perlu khawatir jika ada perubahan dalam penentuan besarnya suku bunga. Jika suku bunga naik, maka imbal balik



yang akan didapatkan juga ikut naik, atau sebaliknya jika suku bunga turun maka imbal balik yang Anda dapatkan hanya turun pada saat penetapan suku bunga tersebut sedangkan waktu sebelumnya akan berbeda.

- b. Dapat dijadikan jaminan kredit (Kredit Swadaya) sehingga Anda akan mendapatkan banyak keuntungan di mana mendapat kredit namun bunga tetap akan diberikan setiap bulan. Selain itu, dengan jaminan kredit berupa Deposito BTN maka pengajuan kredit Anda akan lebih cepat disetujui karena Anda memiliki jaminan sejumlah dana.
- c. Fasilitas bunga deposito yang dapat digunakan untuk membayar berbagai tagihan termasuk angsuran kredit yang Anda ambil di BTN, sehingga Anda akan mendapatkan keuntungan yang berlipat, yaitu investasi yang terjamin dan aman, suku bunga yang kompetitif, jaminan mendapatkan kredit untuk berbagai kebutuhan, dan imbal balik berupa bunga yang dapat digunakan untuk membayar angsuran kredit tersebut.
- d. Deposito BTN merupakan salah satu instrument investasi yang aman dan minim resiko di banding investasi lainnya sehingga sangat cocok bagi Anda yang memiliki pemikiran yang konvensional, selain itu Deposito BTN di jamin oleh pemerintah (syarat dan ketentuan berlaku) sehingga memberikan rasa aman bagi deposan atau nasabah Deposito BTN.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian dibagi tiga yaitu penelitian *exploratory* (penggalian), penelitian *explanatory* (pemaparan) dan penelitian *descriptive* (deskriptif).<sup>1</sup> Sedangkan jenis penelitian ini merupakan penelitian *eksploratory* (penggalian). Penelitian penggalian adalah penelitian yang bertujuan untuk menggali suatu kondisi atau fenomena tertentu dengan memilah-milah atau mencari faktor-faktor atau variabel tertentu,

#### 3.2 Sumber Data

##### 3.2.1 Data primer (*Primary data*)

Data Primer adalah data yang secara langsung peneliti peroleh dari sumber data pertama di lokasi atau obyek penelitian.<sup>2</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan pihak Bank BTN Syariah Semarang. Selain itu peneliti juga mendapatkan data dari nasabah melalui angket yang diberikan kepada nasabah terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah berdeposito mudharabah bank BTN Syariah Semarang.

---

<sup>1</sup> Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, Cet. I, hlm. 8.

<sup>2</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi Ekonomi, dan kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, Cet 1, 2004, h. 122.

### **3.2.2 Data sekunder (*Secondary data*)**

Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh dari dokumen yang merupakan data tertulis seperti buku, majalah, surat kabar, makalah, laporan penelitian dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

### **3.3 Teknik pengumpulan data**

Dalam metode ini adalah salah satu tahap yang penting dalam sebuah penelitian, hal ini dikarenakan data merupakan faktor yang mutlak ada dalam sebuah penelitian, tanpa adanya data yang terkumpul maka tidak mungkin suatu penelitian akan berhasil. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan cara sebagai berikut:

#### **3.3.1 Observasi**

Observasi adalah pengamatan langsung para pembuat keputusan berikut lingkungan fisiknya dan atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan. Pada waktu melakukan observasi, peneliti dapat ikut juga berpartisipasi atau hanya mengamati saja orang-orang yang sedang melakukan suatu kegiatan tertentu yang diobservasi. Peneliti memasuki kantor Bank BTN Syariah untuk melihat langsung proses kegiatannya.

#### **3.3.2 Wawancara atau *Interview***

---

<sup>3</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Sebuah Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, Edisi Revisi V, 2002, h. 206.

Wawancara dalam istilah lain dikenal dengan *interview*. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan berita, data, atau fakta dilapangan. Prosesnya bisa dilakukan secara langsung dengan bertatap muka langsung (*face to face*) dengan narasumber. Akan tetapi bisa juga dilakukan dengan tidak langsung seperti melalui telepon, internet atau surat (wawancara tertulis).

*Interview* atau wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang dilakukan dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian.<sup>4</sup> Metode ini digunakan untuk mencari data tentang kepercayaan nasabah terhadap produk deposito mudharabah pada Bank BTN Syariah. *Interview* dilakukan dengan cara mewawancarai beberapa nasabah Bank BTN Syariah Semarang.

### **3.3.3 Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa sumber data tertulis yang berupa penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai

---

<sup>4</sup>Narbuko Kholid, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009, hlm. 83

dengan masalah penelitian.<sup>5</sup> Sumber data tertulis dapat dibedakan menjadi: dokumen resmi, buku, majalah, arsip, atau dokumen pribadi.<sup>6</sup>

### 3.4 Teknik analisis data

Analisis faktor SPSS adalah sebuah cara yang dilakukan untuk membentuk faktor-faktor dalam rangka analisis faktor dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dengan analisis faktor, kita akan memperoleh hasil sebagai berikut: 1) Identifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor mendasar yang dapat menjelaskan korelasi dari serangkaian variabel; 2) Identifikasi variabel-variabel baru yang lebih kecil untuk menggantikan variabel yang tidak berkorelasi dari serangkaian variabel asli (asal) yang berkorelasi dari analisa multivariate (analisis regresi atau analisis diskriminan); 3) Identifikasi variabel-variabel kecil yang menonjol (dari variabel yang lebih besar) dari suatu analisis multivar. Langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Pada menu SPSS, klik Analyze, Data Reduction, Factor. Masukkan semua variabel ke dalam kotak “Variables”.

---

<sup>5</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 103.

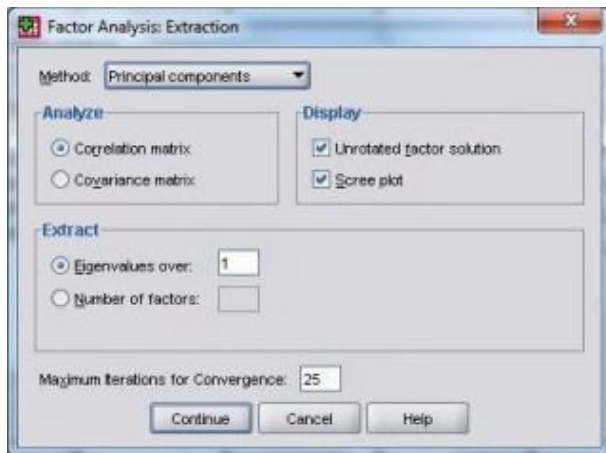
<sup>6</sup> Lexy J.Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000, hlm . 113.



2. Tekan tombol “Descriptives” kemudian centang “Univariate descriptives”, “Initial Solutions”, “Coefficients”, “Significance Levels”, “Determinant”, “KMO and Bartlett’s test of sphericity” dan “Anti Image”. Klik “Continue”.



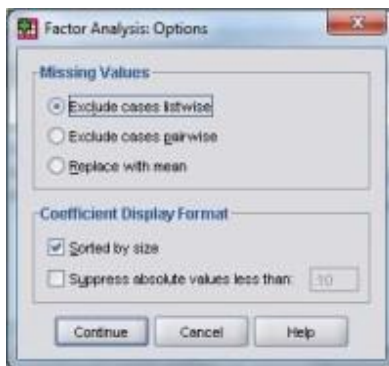
3. Tekan tombol “Extractions” kemudian pilih “Principal components” sebagai method, pada “Analyze” pilih “Correlation matrix”, pada “display” pilih “Unrotated factor solution” dan “Scree plot”. Pada extract, pilih Eigenvalue over dan isi dengan angka “1”. Klik “Continue”.



4. Tekan tombol “Rotation” kemudian centang “Varimax” dan pada display centang semua, yaitu “Rotated solutions” dan “Loading plot(s)”. Klik “Continue”.



5. Tekan tombol “Options” kemudian centang “Sorted by Size”.



6. Sampai tahap ini anda belumlah selesai melakukan analisis faktor SPSS, sebab dalam analisis ini anda perlu melakukan berulang-ulang hingga syarat minimal nilai KMO, Bartlett's Sphericity, MSA dan Communalities terpenuhi.



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Besarnya Deposito Mudharabah Bank BTN Syariah**

Analisis faktor dilakukan untuk mengetahui ada berapa faktor yang sebenarnya mempengaruhi besarnya deposito Mudharabah Bank BTN Syariah. Asumsi ini dibuktikan menggunakan analisis faktor dan hasil analisis empirisnya dicantumkan pada Tabel 3. Untuk keperluan analisis faktor, sampel analisis dalam penelitian ini termasuk berkategori baik (good) karena sudah di atas 300. Williams, Brown & Onsmann (2012) menyarankan sampel uji yang digunakan minimal 100 atau lebih, meskipun secara lebih ketat banyaknya sampel yang digunakan dapat dikategorikan menjadi “100 as poor, 200 as fair, 300 as good, 500 as very good, and 1000 or more are excellent”. Sebelum melakukan pembuktian terhadap asumsi ini, terlebih dahulu dilihat kelayakan sampel uji yang digunakan melalui KMO-MSA dan Bartlett's Test of Sphericity.

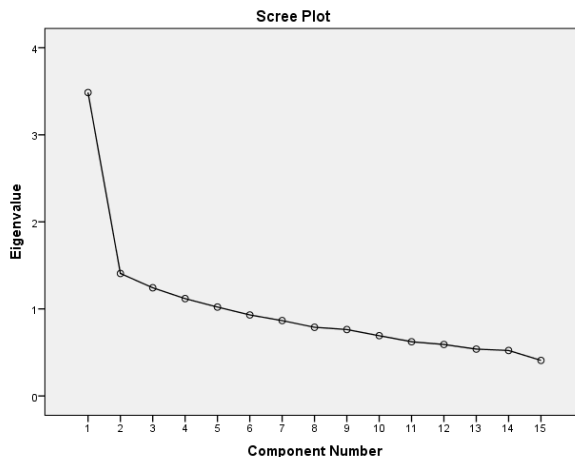
Dalam penelitian ini peneliti menentukan sejumlah faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah berdeposito mudharabah di Bank BTN Semarang adalah sebagai berikut: Kepercayaan (X01), manajemen (X02), administrasi (X03), karakter (X04), pendanaan (X05),

ketenteraman (X06), pesan yang dititipkan (X07), pemeriksaan kembali kebenaran (X08), kapasitas (X09), menangkap selera pembeli (X10), kondisi ekonomi (X11), keamanan (X12), konsistensi data pemohon (X13), kelengkapan data pemohon (14), & penjelasan data pendukung (15).

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,785
Approx. Chi-Square		847,086
Bartlett's Test of Sphericity	Df	105
	Sig.	,000

Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA) adalah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial diantara seluruhpasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO-MSA dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5 (Field, 2009: 660). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai KMO-MSA sebesar 0,743. Menurut Kaiser, Meyer, & Olkin (Beavers, et.al, 2013) nilai KMO-MSA sebesar 0,785 termasuk kategori High karena berada lebih tinggi dari rentang 0,6-0,69 (moderate).



Gambar 1. Scree plot Eigenvalue

Dari Scree plot Eigenvalue di atas dilihat bahwa dari banyaknya faktor yang mempengaruhi besarnya deposito mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang ternyata mengelompok menjadi lima dan bisa dikategorikan menjadi empat faktor utama. Empat faktor utama.

Communalities		
	Initial	Extraction
X01	1,000	,644
X02	1,000	,528
X03	1,000	,648
X04	1,000	,585
X05	1,000	,536
X06	1,000	,457
X07	1,000	,614
X08	1,000	,572
X09	1,000	,465
X10	1,000	,479
X11	1,000	,526
X12	1,000	,628
X13	1,000	,461
X14	1,000	,608
X15	1,000	,524

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel di atas menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. Misal  $x_{01}$  nilainya 0,644, artinya variabel  $x_{01}$  dapat menjelaskan faktor sebesar 64,4%. Begitu pula dengan variabel lainnya, di mana semuanya  $> 50\%$ , oleh karenanya dapat disimpulkan bahwasanya hampir semua variabel dapat menjelaskan faktor.

Tabel Total Variance Explained di bawah ini berguna untuk menentukan berapakah faktor yang mungkin dapat dibentuk.

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,486	23,242	23,242	3,486	23,242	23,242	2,169	14,458	14,458
2	1,407	9,380	32,622	1,407	9,380	32,622	1,841	12,271	26,729
3	1,243	8,287	40,909	1,243	8,287	40,909	1,471	9,807	36,535
4	1,118	7,456	48,365	1,118	7,456	48,365	1,458	9,720	46,256
5	1,021	6,808	55,173	1,021	6,808	55,173	1,338	8,917	55,173
6	,931	6,206	61,379						
7	,866	5,772	67,151						
8	,789	5,258	72,409						
9	,763	5,086	77,496						
10	,692	4,614	82,110						
11	,623	4,151	86,261						
12	,592	3,945	90,206						
13	,538	3,589	93,795						
14	,522	3,482	97,277						
15	,408	2,723	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan tabel di atas, lihat kolom “Component” yang menunjukkan bahwa ada 15 komponen yang dapat mewakili variabel. Perhatikan kolom “Initial Eigenvalues” yang dengan SPSS kita tentukan nilainya 1 (satu). Varians bisa diterangkan oleh faktor 1 adalah  $3,486/15 \times 100\% = 23,242$ . Oleh faktor 2 sebesar  $1,407/15 \times 100\% = 9,380$ . Oleh faktor 3 adalah  $1,243/15 = 8,287$ . Oleh faktor 4

adalah  $1,118/15 = 7,456$ . Sementara oleh faktor 5 sebesar  $1,021/15 \times 100\% = 6,808$ . Sehingga total ketiga faktor akan mampu menjelaskan variabel sebesar  $23,242\% + 9,380\% + 8,287\% + 7,456\% + 6,808\% = 55,173\%$ . Dengan demikian, karena nilai Eigenvalues yang ditetapkan 1, maka nilai Total yang akan diambil adalah yang  $> 1$  yaitu component 1, 2, 3, 4 dan 5.

Setelah kita mengetahui bahwa faktor maksimal yang bisa terbentuk adalah 5 faktor, selanjutnya kita melakukan penentuan masing-masing variabel akan masuk ke dalam faktor mana, apakah faktor 1, 2, 3, 4 atau 5. Cara menentukan tersebut adalah dengan melihat tabel Component Matrix seperti di bawah ini:

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component				
	1	2	3	4	5
X08	,649	-,272	,097	,236	-,106
X11	,599	,295	-,207	-,188	-,048
X15	,598	-,247	,156	-,038	-,284
X12	,587	-,418	-,309	,102	-,048
X13	,586	-,023	,096	-,323	,062
X05	,563	,122	,332	,307	-,012
X06	,546	,354	,006	,112	-,144
X14	,513	-,032	,345	-,276	-,386
X10	,474	-,171	-,125	-,399	,224
X01	,114	-,614	,122	,234	,429
X09	,258	,584	-,194	,134	,035
X07	,435	-,047	-,636	,097	,093
X04	,266	,200	,346	,573	,161
X02	,441	,236	-,147	,029	,505
X03	,152	,151	,467	-,397	,475

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
5 components extracted.

Tabel di atas menunjukkan seberapa besar sebuah variabel berkorelasi dengan faktor yang akan dibentuk. Misal: X08 berkorelasi sebesar 0,649 dengan faktor 1, -0,272 dengan faktor 2, 0,097 dengan

faktor 3, 0,097 dengan faktor 3, 0,236 dengan faktor 4 dan -0,106 dengan faktor 5.

Secara jelasnya dapat anda lihat pada tabel Rotated Component Matrix di bawah ini untuk menentukan variabel mana akan masuk faktor yang mana.

	Component				
	1	2	3	4	5
X14	,750	-,117	,137	,015	,118
X15	,684	,193	-,039	,134	,013
X08	,538	,356	-,114	,378	-,007
X13	,475	,193	,108	,012	,432
X07	,007	,760	,193	-,015	-,002
X12	,399	,664	-,150	,068	-,032
X01	-,009	,265	-,697	,250	,159
X09	-,108	,149	,604	,246	,077
X11	,320	,343	,489	,036	,258
X06	,318	,168	,465	,325	,069
X04	,008	-,050	,035	,762	,006
X05	,384	,054	,117	,600	,109
X03	,059	-,291	-,046	,083	,742
X02	-,108	,383	,206	,291	,493
X10	,296	,365	-,027	-,171	,478

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Rotation converged in 9 iterations.

Penentuan variabel masuk faktor mana ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar. Pada tabel di atas telah diurutkan dari nilai yang terbesar ke yang terkecil per faktor.

Perhatikan baik-baik di atas: X14 korelasi terbesar dengan faktor 1 yaitu X14:0,750, begitu pula X15: 0,684, X08: 0,538 dan X13: 0,475. Yang paling berkorelasi dengan faktor 2 adalah X07: 0,760, X12: 0,664 dan X01: 0,265. X09: 0,604, X11: 0,489 dan X06: 0,465 berkorelasi dengan faktor 3. X04: 0,762, dan X05: 0,600

berkorelasi dengan faktor 4. X03; 0,742, X02: 0,493 dan X10: 0,478 berkorelasi dengan faktor 5.

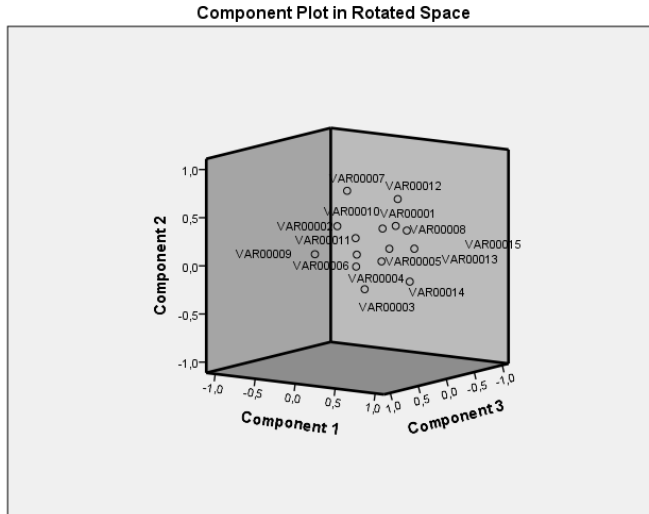
Maka dapat disimpulkan anggota masing-masing faktor: 1) Faktor 1: X14, X15, X08 dan X13; 2) Faktor 2: X07, X12 dan X01; 3) Faktor 3: X09, X11 dan X06; 4) Faktor 4: X04 dan X05; dan 5) Faktor 5: X03, X02 dan X10

Langkah terakhir untuk penentuan faktor adalah melihat tabel Component Transformation Matrix.

Component	1	2	3	4	5
1	,664	,516	,230	,363	,329
2	-,274	-,279	,885	,204	,147
3	,344	-,764	-,269	,410	,240
4	-,251	,173	-,113	,776	-,541
5	-,550	,205	-,280	,238	,721

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada component 1 nilai korelasi  $0,664 > 0,5$ , component 4:  $0,776 > 0,5$  dan component 5:  $0,721 > 0,5$ . Karena semua component  $> 0,5$  maka ketiga faktor yang terbentuk dapat dikatakan tepat dalam merangkum kelima belas variabel yang ada.



Gambar di atas menunjukkan pengelompokan lima belas faktor tadi menjadi tiga faktor utama yang masing-masing nilainya  $> 0,5$ . Faktor-faktor utama yang mewakili kelima faktor tersebut dinamai dengan 1) faktor shiddiq; 2) faktor amanah; 3) faktor fatanah.

#### **4.2 Strategi Peningkatan Kepercayaan Anggota Yang Dilakukan Bank BTN Syariah**

Kepercayaan nasabah kepada Bank BTN syariah Semarang merupakan asas utama bagi Bank BTN syariah Semarang untuk berkembang. Perkembangan dan pertumbuhan secara kuantitas dan diiringi dengan kualitas membawa Bank BTN syariah Semarang tersebut semakin dapat dipercaya. Hubungan antara Bank BTN syariah Semarang dan nasabah didasarkan pada dua unsur yang saling



terkait yaitu hukum ekonomi islam dan kepercayaan. Kepercayaan nasabah karena Bank Btn Syariah Semarang memberikan bagi hasil sesuai dengan akad atau kesepakatan antara nasabah dan Bank BTN syariah Semarang. Di samping itu, kualitas pelayanan dalam Bank BTN syariah Semarang sudah memenuhi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yaitu *tangible* (fisik) yaitu menyangkut lingkungan fisik dan gambaran fisik dari suatu jasa dalam hal ini misalnya, kondisi gedung, peralatan yang disediakan, lahan parkir, serta penampilan dari para karyawan. *Reliability*(kehandalan) menyangkut konsistensi dari *performance* dan dapat dipercaya, misalnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. *Responsiveness*(cepat tanggap) menyangkut kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan, hal ini dapat juga menyangkut ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan. *Assurance*(kesiapan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dan yang terakhir *emphaty*(empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Wiyadi, Sylvia Era Rimbani, dan Ganang Tri Setyanto, *Implementasi strategi pemasaran relasional dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*, Jurnal, sancall:2014, hlm.57

Hal ini juga bisa dilihat dari sudut pandang pemasaran, bahwa perkembangan kepercayaan atau ekspektasi positif dari pelanggan, menjadi komponen fundamental untuk mengarah kepada hubungan nasabah. Nasabah merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, dan dapat dipercaya. Untuk membangun kepercayaan kepada nasabah harus berulang kali bertemu dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya (Pihak Bank BTN syariah Semarang dengan nasabah). Dengan demikian menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.

Dalam penelitian ini, dimensi pembentuk kepercayaan konsumen adalah:<sup>2</sup>

#### **4.2.1 Strategi Pemasaran Bank BTN Syariah Semarang**

Produk adalah objek yang sangat vital yang sangat mempengaruhi keberhasilan dalam mendatangkan keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga operasional dan kesehatan Bank BTN syariah Semarang. Dengan melalui produk, produsen

---

<sup>2</sup>Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto, *Analisis pengaruh kepercayaan jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah bank danamon di Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran, vol.2, No.1, 2014. Hlm. 2

dapat memanjakan konsumen. Karena dari produk akan dapat diketahui, seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen.

Salah satu dari strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh Bank BTN syariah Semarang adalah dengan cara melakukan penyebaran pemasaran itu sendiri, atau lebih sering dikenal dengan istilah bauran pemasaran. Bauran pemasaran sendiri didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi menentukan *master plan* dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan (penyajian) produk *musyarakah, murabahah, salam, dan qardhul hasan* yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu yang mana segmen pasar tersebut telah di jadikan sasaran pasar untuk produk yang telah diluncurkan untuk menarik konsumen sehingga terjadi pembelian.

Dalam melakukan dan merencanakan pemasaran strategi, Bank BTN syariah Semarang telah menggunakan berbagai cara yang kemudian dikombinasikan menjadi satu, untuk jenis strategi pemasaran dalam hal ini lebih akrab dikenal dengan istilah 'Marketing mix'. *Marketing mix* dapat didefinisikan sebagai perpaduan berbagai strategi

yang berupa kegiatan atau faktor-faktor penting yang merupakan hal-hal yang menjadi inti dari strategi pemasaran itu sendiri. Berikut beberapa hal penting yang sangat mempengaruhi keberhasilan *marketing mix*, dalam memasarkan suatu produk Bank BTN syariah Semarang:

#### **4.2.1.1 Produk sebagai Objek Pemasaran**

Sedangkan produk itu sendiri memiliki sifat dan karakteristik yang amat beragam, dan suatu produk yang potensial adalah suatu produk yang sering diburu konsumen, bahkan tidak perlu melakukan promosi dalam manajemen pemasaran. Berikut beberapa hal karakteristik dari produk yang berupa jasa Bank BTN syariah Semarang yang mungkin ditetapkan dalam strategi pemasaran:

1. Produk jasa Bank BTN syariah Semarang adalah produk yang dipasarkan di pasaran yang memiliki sifat yang tidak berwujud. Karena biasanya produk jasa adalah tidak bisa dilihat, namun dapat dirasakan. Selain itu, produk jasa juga tidak bisa diraba, dicium namun bisa sangat dirasakan manfaatnya dalam menunjang aktivitas konsumen.
2. Produk jasa Bank BTN syariah Semarang yang ditawarkan ke konsumen sifatnya tidak bisa dipisahkan dari perihal faktor yang mendukung dari

terciptanya produk berupa *musyarakah*, *murabahah*, *salam*, dan *qardhul hasan*. Sebagai contoh produk dari *musyarakah*, *murabahah*, *salam*, dan *qardhul hasan* yang ditawarkan dari Bank BTN syariah Semarang, maka produk *musyarakah*, *murabahah*, *salam*, dan *qardhul hasan* tidak akan bisa dipisahkan dari Bank BTN syariah Semarang itu sendiri, tempat produk jasa itu dipasarkan.

3. Produk jasa Bank BTN syariah Semarang juga memiliki sifat yang dinamis yang mengikuti perkembangan pola hidup konsumen yang menjadi target pemasaran. Karena mengikuti tuntutan *update* dari strategi pemasaran itu sendiri, maka produk jasa yang ditawarkan juga akan mengalami perubahan untuk menunjang pemasaran dengan hasil yang maksimal yang akan didapatkan oleh Bank BTN syariah Semarang. Perubahan dari produk jasa ini akan menciptakan persaingan usaha baik dari segi kualitas maupun dari segi harga. Sebagai contoh Bank BTN syariah Semarang dari suatu wisma akan berbeda tarifnya dengan jasa produk yang ditawarkan oleh Bank BTN Syariah Semarang lain.
4. Produk jasa biasanya memiliki dan bersaing dengan berpacunya waktu, sehingga memiliki daya tahan tertentu. Dalam hal ini dapat juga dibidang produk jasa

tidak dapat disimpan, oleh karena itu manfaatnya biasanya hanya dapat dirasakan pada saat melakukan transaksi pembelian dari produk jasa itu sendiri.

#### **4.1.1.2 Analisis terhadap Sebuah Produk**

Penentuan dari harga dari suatu produk adalah suatu hal yang juga sangat krusial. Penentuan harga dari suatu produk akan sangat mempengaruhi dari keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang akan didapatkan oleh suatu perusahaan. Penetapan dari suatu produk, akan sangat dipengaruhi dari seberapa besar pengorbanan yang telah dilakukan dalam memproduksi produk itu sendiri. Semakin besar pengorbanan yang dilakukan maka akan semakin besar dan tinggi harga yang dibandrol dari produk itu sendiri.

Kebijakan dalam menentukan harga dari suatu produk, maka kelak akan sangat mempengaruhi dari pelayanan harus dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumen. Dan ini tentunya juga membutuhkan biaya budget yang juga harus diperhitungkan dengan menentukan nilai harga dari produk itu sendiri yang sangat diharapkan dan telah dirancang agar dari harga produk itu sendiri dapat menutupi semua biaya produksi sehingga akan menghasilkan profit bagi perusahaan.

Harga sangat mempengaruhi penjual dari suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Penentuan harga sangat dibutuhkan strategi pemasaran yang amatlah matang agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Menetapkan harga yang murah adalah bukan solusi diatas segalanya. Namun penetapan harga dengan cerdas akan sangat membantu untuk mendobrak penjualan. Strategi dalam menetapkan harga produk dapat dilakukan dengan menganalisis kelebihan, keunggulan dan kekurangan dari produk yang dimiliki. Dengan jalan ini maka kelak dikemudian hari tidak akan ditemukan istilah harga yang seharusnya lebih mahal atau lebih murah dari kualitas barang yang dimiliki. Penentuan harga barang juga dapat dianalisis dengan melihat persaingan dan seberapa besar kebutuhan produk yang akan dicari oleh konsumen.

#### **4.1.1.3 Melakukan Kegiatan Promosi**

Kegiatan promosi biasanya merupakan komponen prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Kegiatan promosi banyak yang mengatakan identik dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar dana yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka umumnya akan menghasilkan tingkatan promosi yang juga sangat gencar untuk dapat dilakukan. Namun

dana bukan diatas segala-galanya. Dana yang terbatas dapat diatasi dengan inovasi yang lebih pintar dan tepat. Salah satu solusi yang dapat dilakukan dengan menganalisis keunggulan produk, modal lain yang dimiliki oleh perusahaan, dan segmen pasar yang dibidik. Dengan mempertimbangkan faktor strategi pemasaran diatas, maka promosi dapat dilakukan lebih pintar dan efisien serta tepat sasaran. Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan ke konsumen. Dalam penyampaian strategi informasi ini ada beberapa hal penting yang hendaknya diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

1. Program periklanan yang dijalankan, kegiatan periklanan merupakan sebagai media utama bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan promosi dimana promosi memiliki tujuan utama untuk menarik konsumen agar mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Saat ini periklanan yang sering digalakan adalah melalui kegiatan media cetak dan elektronik. Dunia iklan sendiri telah mengalami perkembangan yang amat pesat. Salah satunya adalah dengan mulai maraknya iklan dengan melalui media internet.
2. Promosi dengan mengutamakan penjualan yang dilakukan secara pribadi atau lebih dikenal dengan



istilah 'Personal Selling'. Kegiatan promosi yang satu ini bisa dikatakan sebagai ujung tombak dari kegiatan promosi. Karena kegiatan personal selling adalah kegiatan promosi yang mengharuskan berhadapan dengan konsumen dengan secara langsung. Melalui kegiatan promosi personal selling secara professional akan sangat membantu untuk tercapainya penjualan yang secara fantastis. Personal selling yang dilakukan secara besar merupakan salah satu alternative solusi yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan jika memiliki modal yang cukup besar.

3. Promosi yang dilakukan dengan mengedepankan kualitas promosi penjualan. Promosi penjualan mengedepankan aspek penambahan intensitas terhadap strategi dalam pemasaran produk. Penambahan intensitas disini dalam meliputi berbagai aspek manajemen pemasaran, meliputi peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan distribusi, menambah kualitas pelayanan agar menjadi lebih baik dan masih banyak aspek lainnya yang dapat ditingkatkan demi tercapainya kepuasan pelanggan atas produk yang telah dipasarkan.
5. Promosi dengan cara meningkatkan publisitas, cara ini lebih condong untuk membentuk sebuah image yang lebih positif terhadap produk yang ditawarkan.

Pembentukan image positif ini dapat dilakukan dengan iklan atau promosi yang memiliki karakteristik tertentu yang tidak dapat dimiliki oleh strategi pemasaran produk lainnya. Bisa saja dapat dilakukan dengan cara menciptakan suatu produk yang memiliki poin lebih, karakteristik unik, dan mempunyai manfaat lebih yang dapat menjadi pemikiran positif dihadapan konsumen. Jika hal ini dapat dilakukan maka image atau gambaran positif yang berkembang di masyarakat akan terbentuk dan mendatangkan beberapa faktor positif untuk mendorong penjualan.

Keempat komponen pemasaran yang telah dipaparkan diatas harus dapat dilakukan secara sinkron agar menghasilkan strategi pemasaran yang baik dalam jangka panjang, sehingga keuangan perusahaan dapat berjalan dengan sehat dan kesejahteraan dapat ditingkatkan baik bagi perusahaan itu sendiri atau bagi karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut.

#### **4.2.2 *Shiddiq***

*Shiddiq* adalah Suatu sikap yang jujur dan selalu berbuat baik dan menghindari perbuatan seperti tidak menepati janji yang belum atau telah disepakati, menutupi cacat atau aib barang yang dijual dan

membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar.

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti shiddiq merupakan langkah awal yang dilakukan pihak Bank BTN syariah Semarang dalam menjaring nasabah. Hal ini sesuai dengan jawaban pihak Bank BTN Syariah Semarang sebagai berikut:

“Untuk menumbuhkan prinsip kejujuran antara kami dan customer, kami mensyaratkan adanya standar nasabah. Standar nasabah merupakan hal-hal yang terkait dengan *character*, *capital*, *capacity*, *collateral*, dan *condition of economy* dari nasabah yang mengajukan pembiayaan.”<sup>3</sup>

Standar nasabah merupakan hal-hal yang terkait dengan *character*, *capital*, *capacity*, *collateral*, dan *condition of economy* dari nasabah yang mengajukan pembiayaan. *Character*, nasabah sebisa mungkin memiliki sifat jujur, dapat dipercaya, transparan atau mampu menyampaikan informasi secara benar dan lengkap, mempunyai kemampuan, serta menjalankan sesuai kaidah usaha dan kesepakatan yang dibuat. *Capital*, modal tersebut bukan diperoleh dari hal-hal yang melanggar syariah. *Capacity*, nasabah harus

---

<sup>3</sup>Hasil wawancara dengan Kepala cabang Bank BTN Syariah Semarang

mempunyai kemampuan dalam menjalankan usahanya. Hal ini dapat dilihat minimal dua tahun setelah nasabah menjalankan usahanya. *Collateral*, barang yang dijaminkan harus jelas asal usulnya serta mencukupi jumlah pembiayaan yang diajukan nasabah. *Condition of economy*, penilaian terhadap pemasaran usaha nasabah dapat dinilai dari relasi kerjanya *supplier* dan *buyer*. Kelima hal tersebut haruslah baik agar permohonan pembiayaan dapat diterima.

Selain itu, produk-produk yang ditawarkan Bank BTN Syariah Semarang mampu menimbulkan kesan *shiddiq* dalam benak pelanggan/customer karena Bank BTN Syariah Semarang berlandaskan pada syari'at islam. Hal ini dapat dilihat dalam penjelasan tentang produk-produk Bank BTN Syariah Semarang sebagai berikut:

“Program pembiayaan pada Bank BTN syariah Semarang antara lain meliputi pembiayaan *musyarakah*, *murabahah*, *salam*, dan *qardhul hasan*. Dari macam-macam produk pembiayaan tersebut yang sudah berkembang untuk saat ini yaitu pembiayaan *musyarakah* dan *qardhul hasan*.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Hasil wawancara dengan Kepala cabang Bank BTN Syariah Semarang

Pada pembiayaan *qardhul hasan* ini dilakukan untuk membiayai anggota yang benar-benar kurang mampu dan membutuhkan dana, misalkan untuk membiayai biaya pendidikan. Dan pengembaliannya hanya pokoknya saja tanpa ada tambahan bagi hasil atau margin apapun. Sedangkan pembiayaan yang paling berkembang di Bank BTN syariah Semarang untuk saat ini adalah pembiayaan *musyarakah*, yaitu akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan risiko ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Sementara itu dalam sudut pandang customer, mereka tertarik menjadi nasabah Bank BTN Syariah Semarang karena Bank BTN Syariah Semarang menggunakan prinsip Syari'ah dan adanya standar nasabah yang melindungi hak-hak mereka. Hasil wawancara sebagai berikut:

“Sistem Syari'ah yang diterapkan pada Bank BTN Syariah Semarang itu menggunakan bagi hasil bukan bunga, sehingga kami sebagai pelanggan merasa aman dari bunga *ribadan* kalau enggak dari riba kan kita juga menganggap Bank BTN Syariah Semarang jujur mas untuk menghindari praktik *riba* karena kami takut masuk neraka kalau makan dari hasil riba mas.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Jazuli selaku nasabah Bank BTN Syariah

Maksud dari jawaban pelanggan Bank BTN Syariah Semarang adalah salah satu faktor lain yang membentuk kejujuran Bank BTN Syariah Semarang bagi nasabah adalah Sistem Syari'ah yang diterapkan pada Bank BTN Syariah Semarang, salah satu sistemnya yakni menggunakan bagi hasil bukan bunga, sehingga nasabah menganggap bunga itu *ribadan* di terapkannya sistem syari'ah yang menggunakan bagi hasil ini, Bank BTN Syariah Semarang sebagai fasilitator untuk menghindari praktik *riba* karena Islam melarang praktik *riba*. Salah satu ayat yang menerangkan tentang *riba* adalah surat Al Baqarah 278-279 yang bunyinya:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

*Artinya: "Hai orang-orang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba yang belum dipungut, jika kamu termasuk orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kamu. Dan jika kamu bertaubat dari mengambil riba, kamu tidak akan menganiaya dan tidak pula dianiaya"* <sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Toha Putra, 1997, h. 48.

### 4.2.3 Amanah

Amanah adalah salah satu bahasa Indonesia yang telah disadur dari bahasa Arab. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, kata yang menunjuk makna kepercayaan menggunakan dua kata, yaitu amanah atau amanat. Amanah memiliki beberapa arti, antara lain 1) pesan yang dititipkan kepada orang lain untuk disampaikan. 2) keamanan: ketenteraman. 3) kepercayaan.<sup>7</sup>

Seorang pemasar adalah seseorang yang mencari tanggapan (perhatian, pembelian, pemberian suara, sumbangan) dari pihak lain yang disebut prospek. Untuk meraih meningkatkan amanah kepada pelanggan, Bank BTN Syariah Semarang perlu menjalin dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan secara berkesinambungan. Hal tersebut ini dikenal dengan istilah pemasaran relasional.

Pemasaran relasional adalah semua kegiatan pemasaran yang diarahkan untuk membangun, mengembangkan dan mempertahankan keberhasilan pertukaran relasional. Asumsi yang mendasari konsep pemikiran ini adalah jalinan

---

<sup>7</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 48

hubungan dengan pelanggan akan sangat menghemat biaya dibanding dengan mencari pelanggan baru atau menemukan kembali pelanggan lama yang hilang. Penjelasan dari hubungan relasional antara pihak Bank BTN Syariah Semarang dan pelanggan adalah sebagai berikut:

“Terjalannya hubungan jangka panjang dengan pelanggan berawal dari terciptanya transaksi secara berulang-ulang. Terjalannya hubungan dengan pelanggan secara terus menerus dapat menimbulkan kesetiaan pelanggan dan berakibat pada terjadinya bisnis ulang. Semakin loyal konsumen kami, semakin lama mereka akan terus menggemari produk-produk dari kami.”<sup>8</sup>

Implementasi konsep pemasaran relasional memungkinkan adanya kepuasan pelanggan karena berusaha memantapkan, memelihara, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, dengan memandang pelanggan sebagai partner (Darsono, 2008). Kunci pembentukan fokus kepuasan pada pelanggan adalah menempatkan karyawan supaya berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberdayakan karyawan untuk mengambil

---

<sup>8</sup>Hasil wawancara dengan Kepala cabang Bank BTN Syariah Semarang



tindakan yang diperlukan dalam rangka memuaskan para pelanggan (Nasution, 2001). Jadi, interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam pembentukan fokus pada pelanggan.

Pemasaran relasional merupakan suatu strategi pemasaran dalam memilih dan mengelola pelanggan untuk mengoptimalkan nilai dalam jangka panjang. Pemasaran relasional juga merupakan suatu desain strategi untuk memahami, mengantisipasi perilaku pelanggan, dan mengembangkan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Pemasaran relasional mengintegrasikan, menganalisis, menyebarkan informasi tentang pelanggan, penjualan, dan efektivitas pemasaran untuk memberikan pelayanan yang lebih profesional dan personal kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam menghadapi persaingan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk serta pelayanan yang diberikan perusahaan. Perusahaan akan kehilangan bagian pasarnya jika mereka tidak menaruh perhatian akan perkembangan pasar yang dinamis ke arah kepuasan pelanggan. Dalam upaya menciptakan

dan mempertahankan kepuasan pelanggan diperlukan beberapa strategi. Menurut Rangkuti tujuan dari strategi kepuasan pelanggan adalah untuk membuat agar pelanggan tidak mudah pindah ke pesaing. Salah satu strategi untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah strategi pemasaran relasional.<sup>9</sup>

Berdasarkan data sekunder, yakni berupa dokumen dan arsip dari Bank BTN syariah Semarang. Tugas dari seorang pemasar yang memberi kesan amanah bagi pelanggan di Bank BTN syariah Semarang antara lain sebagai berikut:

- a. Menjalankan tugas lapangan yaitu menawarkan produk Bank BTN syariah Semarang.
- b. Mengatur rute kunjungan harian.
- c. Melaporkan a- a yang dihadapi dilapangan kepada Manajer cabang.
- d. Menyimpan dokumen terkait sesuai dengan standar baku.

Amanah berarti tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan,

---

<sup>9</sup>Wiyadi, Sylvia Era Rimbani, dan Ganang Tri Setyanto, *Implementasi strategi pemasaran relasional dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*, Jurnal, sancall:2014, hlm.56

dan tidak memberikan komisi yang diharamkan. Maka seorang yang diberi Amanah harus benar-benar menjaga dan memegang Amanah tersebut, ayat tersebut adalah sebagai berikut:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا  
وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

“Sesungguhnya kami Telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh” (Al-Ahzab: 72)<sup>10</sup>

Sikap Amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap Amanah diantaranya tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan komisi yang diharamkan.

#### 4.2.4 *Fathanah*

Fathanah berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini Fathanah meliputi dua unsur: Fathanah dalam

---

<sup>10</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma' al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

hal administrasi/manajemen dagang dan Fathanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta.<sup>11</sup>Potensi akal yang dimiliki manusia sesungguhnya secara filosofis memiliki relevansi dengan tujuan penciptaan manusia, yakni untuk menyembahkan Allah SWT (QS. Adz-Dzariyat: 56):

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembahKu”. (Qs, Adz Dzaariyat: 56)<sup>12</sup>

Menyembah kepada Allah SWT menurut penafsiran mayoritas ulama, bukan sekedar beribadah dalam arti sempit, tetapi juga beramal saleh yang perwujudannya memerlukan bantuan berpikir (akal).

#### 4.2.4.1 Produk

Produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>13</sup>Produk

---

<sup>11</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 58

<sup>12</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur’an, *al-Qur’an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma’ al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>14</sup> Tujuan dari sebuah produk adalah untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan masyarakat atau pelanggan.

Dalam hal ini produk yang ditawarkan adalah dengan cara memberikan pinjaman modal dalam bentuk pembiayaan tanpa harus mengembalikan bunga yang terlalu tinggi. Pembiayaan *musyarakah* yang diberikan oleh pihak Bank BTN Syariah Semarang untuk menambahkan modal usaha kepada para anggota.

Produk dari program penghimpunan dana di Bank BTN syariah Semarang antara lain simpanan pokok anggota, yang besarnya Rp 100.000,- per anggota dibayar sekali pada awal menjadi anggota, simpanan wajib anggota yang besarnya Rp 7.500,- per bulan, dan simpanan sukarela yang merupakan bentuk investasi dari anggota yaitu antara lain simpanan *mudharabah* harian, simpanan *mudharabah* bulanan, simpanan *mudharabah* berjangka, dan simpanan *wadi'ah*.

---

<sup>13</sup>Kotler,philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 12,2004), hlm. 13

<sup>14</sup>Kotler,philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*. hlm 8

Bank BTN syariah Semarang juga memberikan produk pembiayaan dengan akad *musyarakah* yang diberikan kepada para anggota/calon anggota yang membutuhkan tambahan modal. Dalam hal ini Bank BTN syariah Semarang dapat memberikan pembiayaan mulai dari Rp 200.000,-. Dengan cara pengangsuran harian, mingguan, atau bulanan sesuai dengan kesepakatan awal antara anggota dengan koperasi. Apabila seorang anggota sudah membayar atau melunasi simpanan pokok tersebut maka statusnya sudah resmi menjadi anggota koperasi. Namun jika belum bisa melunasinya maka status seorang anggota tersebut masih disebut calon anggota koperasi, walaupun sudah bisa mendapatkan pelayanan dari Bank BTN syariah Semarang.

#### **4.2.4.2 Solisitasi atau *Walk in Client***

Solisitasi adalah upaya-upaya pembinaan nasabah melalui proses analisa, evaluasi, komunikasi, dan interaksi secara langsung maupun tidak langsung guna meningkatkan *customer base* dan ukhuwah Islamiyah dengan nasabah, meningkatkan pendapatan bank, serta menjaga dan memelihara kualitas portofolio pembiayaan bank.

Hasil solisitasi disajikan dalam bentuk laporan kunjungan atau *call report*.

Dalam menjalankan solisitasi, *Account Officer* (AO) harus mempunyai nilai standar tentang informasi yang akan diperoleh sehingga diperoleh data yang objektif, tidak bersifat relatif, dan tidak spekulatif.

Standar informasi dalam solisitasi

- a) Informasi secara umum
  - 1) Informasi yang diperoleh biasanya mengenai eksistensi perusahaan itu sendiri, tujuannya untuk mendapatkan gambaran tentang operasi bisnis secara keseluruhan termasuk filosofi bisnis perusahaan, sasaran yang ingin dicapai, rencana kerja jangka menengah, sejarah perusahaan, para pendiri dan pemegang saham serta prospek masa depan perusahaan.
  - 2) Jumlah staf atau karyawan, tingkat pendidikan rata-rata, sistem penggajian dan jaminan sosial lainnya.
- b) Informasi mengenai kebutuhan Customer

Bidang usaha yang dijalankan, rekan bisnis perusahaan, teknologi yang digunakan, *Franchising management assistance* (waralaba)

atau perjanjian bisnis dengan pihak ketiga yang lain (bila ada), prospek masa depan bidang usaha.

c) Informasi mengenai kemampuan membayar kembali

1) Informasi mengenai kemampuan membayar kewajiban (*repayment*). Umumnya tergantung dari kondisi dan hasil produksi itu sendiri, seperti cara pemasaran, perusahaan pesaing, kekuatan dan kelemahan perusahaan calon nasabah dibandingkan dengan perusahaan pesaing, distribusi produk, strategi penjualan yang ditetapkan, hasil penjualan tertinggi yang pernah dicapai, piutang dagang.

2) Sumber pengadaan bahan baku atau bahan dagangan, cara pengadaan bahan baku, ciri khusus bahan baku.

3) Sistem pelaporan kegiatan usaha dan keuangan yang telah diaudit oleh kantor akuntan.

4) Adanya sumber pengembalian yang lain.

d) Informasi mengenai jaminan

1) Apa yang akan dijadikan sebagai jaminan? Bagaimana nilai pasar (*market value*)



jaminan tersebut dimasa mendatang?  
Siapakah pemiliknya dan apakah mudah  
dicairkan (eksekusi)?

- 2) Kemudahan memonitor jaminan, termasuk lokasi jaminan itu berada serta jenis dan sifat fisika kimianya.
  - 3) Bagaimanakah status hukum jaminan tersebut termasuk asuransi.
- e) Informasi mengenai hubungan perbankan dan lembaga keuangan lainnya
- 1) Bagaimana hubungan dengan bank lain yang pernah memberikan pembiayaan (kredit) sebelumnya dan untuk apa pembiayaan tersebut digunakan? Bagaimana term dan kondisi fasilitas tersebut?
  - 2) Dari informasi tersebut diatas akan terlihat struktur pendanaan operasi perusahaan, bila nasabah telah berhubungan dengan lembaga keuangan perbankan maka dilengkapi dengan persyaratan kredit, jangka waktu kredit, agunan kredit, dan kondisi calon nasabah pada lembaga keuangan perbankan yang lain.

- 3) Hasil informasi dibandingkan dengan posisi neraca dan laba rugi serta agar diketahui mengapa nasabah ingin berhubungan dengan BANK BTN SYARIAH SEMARANG .

#### 4.2.5 *Tabligh*

*Tabligh* artinya menyampaikan.<sup>15</sup> Segala firman Allah SWT yang ditujukan oleh manusia, disampaikan oleh Baginda. Tidak ada yang disembunyikan walaupun ianya menyinggung Baginda sendiri. *Tabligh* berarti menyampaikan.

Ta'aruf adalah proses menyampaikn antara *Account Officer* (AO) dengan nasabah melalui proses wawancara. AO akan memperoleh data sementara tentang kondisi nasabah pemohon pembiayaan dan AO akan memeriksa ulang kembali kelengkapan dan kebenaran data tadi. Penejelasan dari pihak Bank BTN Syariah Semarang mengenai pentingnya penyampaian yang baik/*tabligh* kepada nasabah adalah sebagai berikut:

“Penyampaian yang baik sangatlah penting karena dalam proses wawancara tersebut akan

---

<sup>15</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 58

terlihat juga sikap atau komitmen serta konsistensi keabsahan data yang disampaikan secara tertulis oleh nasabah. Data tertulis tersebut sebagai acuan bagi AO, sebab banyak terjadi perbedaan akurasi data atau pemalsuan antara data tertulis dengan data hasil wawancara.”<sup>16</sup>

Selanjutnya masih dalam proses ta’aruf, diperlukan adanya data standar nasabah bagi setiap AO yang ingin melakukan wawancara. Dari data standar itu pula para AO bisa mengambil kesimpulan secara tepat apakah permohonan pembiayaan dapat dilanjutkan atau ditolak.

Secara garis besar, dalam wawancara tersebut harus mencakup hal-hal antara lain:

- 1) Kelengkapan data pemohon.
- 2) Penjelasan data pendukung.
- 3) Pemeriksaan kembali kebenaran dan konsistensi data pemohon.

Selain ta’aruf dan wawancara, promosi juga merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa, dengan tujuan menarik calon pembeli atau nasabah agar membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi

---

<sup>16</sup>Hasil wawancara dengan Kepala cabang Bank BTN Syariah Semarang

dengan dilandasi sifat tabligh, akan menyampaikan sesuatu dengan benar (*berbobot*) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*).

لِيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَاتِ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ  
عَدَدًا

Artinya: “Supaya Dia mengetahui, bahawa sesungguhnya rasul-rasul itu telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedang ilmu-Nya meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu.” (QS Al-Jin: 28)<sup>17</sup>

Promosi merupakan sarana yang paling efektif untuk menarik nasabah agar menjadi anggota dari produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Setyawati, SE. selaku manajer BANK BTN SYARIAH SEMARANG ada tiga macam sarana promosi yang digunakan di Bank BTN syariah Semarang dalam mencari nasabah adalah sebagai berikut:

#### 1) Periklanan

Dalam strategi promosi dengan media periklanan, media yang digunakan oleh Bank BTN syariah Semarang yaitu media cetak.

---

<sup>17</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (al-Madinah al-Munawwarah: Majma' al-Malik Fahd, 1418 H.), hlm. 71.

Pihak Bank BTN syariah Semarang memasang spanduk di tempat yang strategis, misalnya di jalan raya, jalan masuk pasar dan daerah sekolah-sekolah agar banyak yang membaca kemudian tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan, serta menyebarkan brosur-brosur kepada masyarakat, penyebaran brosur juga dilakukan pada saat menjelang tahun ajaran baru sekolah dan penyebaran brosur di kantor Instansi Pemerintah dengan tujuan masyarakat mengetahui apa saja produk-produk dari Bank BTN syariah Semarang.

## 2) Persyaratan yang mudah

Persyaratan yang mudah bagi calon anggota misalnya, jika calon anggota tersebut adalah pedagang di pasar, maka cukup melampirkan kartu anggota pasar, photo copy KTP suami/istri, dan photo copy kartu keluarga. Cepat karena proses pencairan dana dapat diambil tanpa menunggu waktu yang lama dan aman karena bisa langsung diantar oleh Karyawan Droping tanpa harus mengambil sendiri ke kantor.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Setyawati, SE. selaku manajer KJKS Nusa Indah Cepiring pada tgl. 24 November 2015

### 3) Jaminankerjasama

Pihak koperasi berperan sebagai mitra pasif dan anggota sebagai mitra aktif. Pembagian nisbah bagi hasilnya tidak berdasarkan besarnya porsi modal masing-masing, tetapi sudah ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama pada rapat anggota yaitu sebesar 60% untuk anggota dan 40% untuk koperasi. Besar modal yang diberikan kepada anggota didasarkan atas besarnya usaha anggota atau keuntungan usaha yang diperoleh. Pembagian risiko kerugian ditanggung oleh pihak BANK BTN SYARIAH SEMARANG apabila pihak anggota terkena musibah bencana alam seperti banjir dan kebakaran, maka anggota diberi toleransi cukup mengembalikan modalnya saja. Bahkan apabila anggota masih ingin memulihkan kembali usahanya maka koperasi siap memberikan bantuan modal lagi.<sup>19</sup> Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No.08 Tahun 2000 disebutkan bahwa “kerugian harus dibagi di antara para mitra 2 secara

---

<sup>19</sup>Hasil wawancara dengan Kepala cabang Bank BTN Syariah Semarang .

proporsional menurut saham masing-masing dalam modal”.<sup>20</sup> Namun menurut penjelasan dari Bapak Khairuddin, M.Si selaku Ketua Bank BTN syariah Semarang, bahwa pembagian risiko kerugian yang sepenuhnya ditanggung anggota itu didasarkan atas kesepakatan bersama, dan untuk pembagian nisbah bagi hasilnya lebih banyak anggota.

Peningkatan jumlah nasabah dan target pencapaian dana simpanan, maka salah satu strategi promosi yang digunakan oleh Bank BTN syariah Semarang adalah *Personal Selling*. Strategi ini melibatkan seluruh pengelola Bank BTN syariah Semarang, tidak hanya seorang marketing ataupun seorang manajer. Seluruh pengelola harus bisa membawa atau menempatkan diri, serta menjelaskan secara detail pada saat calon nasabah kurang memahami apa itu Bank BTN Syariah Semarang atau apa saja produk-produk dan kelebihanannya.

---

<sup>20</sup><http://risaseptiani.blogspot.com/2012/05/fatwa-dsn-mui-tentang-pembiayaan.html>, diakses pada tanggal 22Mei 2016.

### **4.3 Pembahasan Strategi Peningkatan Kepercayaan Anggota Bank BTN syariah Semarang**

Kepercayaan nasabah adalah keyakinan seseorang yang mempunyai kerjasama dengan perusahaan atau lembaga yang seseorang tersebut beranggapan bahwa, perusahaan atau lembaga tersebut dapat dipercaya.<sup>21</sup> Barney dan Hansen (1994) berpendapat bahwa kepercayaan nasabah merupakan keyakinan dari kedua pihak dan diantara keduanya tidak akan memanfaatkan kelemahan pihak lain berdasarkan keyakinan bahwa, tindakan yang dilakukan sesuai yang diharapkan.<sup>22</sup>

Menurut Zeithaml dkk., kepercayaan adalah rasa percaya pelanggan terhadap kemampuan perusahaan dalam mengurangi kecemasan atau kegelisahan untuk memahami apa yang menjadi harapan pelanggan. Sheth dan Mittal dalam Utami, kepercayaan berhubungan dengan kemampuan perusahaan mengurangi kekhawatiran dan memberikan kenyamanan karena pelanggan mengetahui apa yang diharapkan dari perusahaan. Dalam konteks pemasaran relasional seperti yang telah di jelaskan di atas, kepercayaan adalah salah satu dimensi untuk menentukan seberapa jauh

---

<sup>21</sup>Ronny Sautma Hotma, Hubungan Bank dan Nasabah Terhadap Produk Tabungan dan Deposito, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995, hlm. 40.

<sup>22</sup>Yeni Dwi Meilianasari, Analisis Kepercayaan Nasabah Pengguna ATM, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2. No. 01, April 2012, hlm.30.



suatu pihak merasakan integritas dan janji yang ditawarkan oleh pihak lain.<sup>23</sup>

Hasil penelitian di lapangan, diperoleh data yang dapat memberikan banyak informasi terkait dengan kepercayaan nasabah kepada Bank BTN syariah Semarang. Dari hasil observasi dan wawancara kemudian dokumentasi yang telah peneliti lakukan dapat di jelaskan sebagai berikut.

Kepercayaan nasabah kepada Bank BTN syariah Semarang merupakan asas utama bagi Bank BTN syariah Semarang untuk berkembang. Perkembangan dan pertumbuhan secara kuantitas dan diiringi dengan kualitas membawa Bank BTN syariah Semarang tersebut semakin dapat dipercaya. Hubungan antara Bank BTN syariah Semarang dan nasabah didasarkan pada dua unsur yang saling terkait yaitu hukum ekonomi islam dan kepercayaan. Kepercayaan nasabah karena Bank BTN Syariah Semarang memberikan bagi hasil sesuai dengan akad atau kesepakatan antara nasabah dan Bank BTN syariah Semarang. Di samping itu, kualitas pelayanan dalam Bank BTN Syariah Semarang sudah memenuhi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yaitu *tangible* (fisik) yaitu

---

<sup>23</sup>Wiyadi, Sylvia Era Rimbani, dan Ganang Tri Setyanto, *Implementasi strategi pemasaranrelasional dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*, Jurnal, sancall:2014, hlm.57

menyangkut lingkungan fisik dan gambaran fisik dari suatu jasa dalam hal ini misalnya, kondisi gedung, peralatan yang disediakan, lahan parkir, serta penampilan dari para karyawan. *Reliability*(kehandalan) menyangkut konsistensi dari *performance* dan dapat dipercaya, misalnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. *Responsiveness*(cepat tanggap) menyangkut kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan, hal ini dapat juga menyangkut ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan. *Assurance*(kesiapan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dan yang terakhir *emphaty*(empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.<sup>24</sup>

Hal ini juga bisa dilihat dari sudut pandang pemasaran, bahwa perkembangan kepercayaan atau ekspektasi positif dari pelanggan, menjadi komponen fundamental untuk mengarah kepada hubungan nasabah. Nasabah merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, dan dapat dipercaya. Untuk membangun kepercayaan kepada nasabah harus berulang kali bertemu dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan

---

<sup>24</sup>Wiyadi, Sylvia Era Rimbani, dan Ganang Tri Setyanto, *Implementasi strategi pemasaran relasional dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*, Jurnal, sancall:2014, hlm.57

berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya (Pihak Bank BTN Syariah Semarang dengan nasabah). Dengan demikian menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.

Dalam penelitian ini, dimensi pembentuk kepercayaan konsumen adalah:

- a. *Shiddiq*,
- b. *Amanah*
- c. *Fatanah*
- d. *Tabligh*

Salah satu faktor lain yang membentuk kepercayaan nasabah adalah Sistem Syari'ah yang diterapkan pada Bank BTN Syariah Semarang , salah satu sistemnya yakni menggunakan bagi hasil bukan bunga, sehingga nasabah menganggap bunga itu *ribad* an di terapkannya sistem syari'ah yang menggunakan bagi hasil ini, Bank BTN Syariah Semarang sebagai fasilitator untuk menghindari praktik *riba* karena Islam melarang praktik *riba*. Salah satu ayat yang menerangkan tentang *riba* adalah surat Al Baqarah 278-279 yang bunyinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٩﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِۦ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٨٠﴾

*Artinya: "Hai orang-orang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba yang belum dipungut, jika kamu termasuk orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kamu. Dan jika kamu bertaubat dari mengambil riba, kamu tidak akan menganiaya dan tidak pula dianiaya" <sup>25</sup>*

Kepercayaan nasabah terhadap Bank BTN Syariah Semarang terbentuk karena faktor mengandung nilai-nilai syari'ah dengan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah yang sesuai dan aman dari segi syari'ah, halal dan baik, bermanfaat bagi pengembangan usaha yang bersifat ekonomi islam, dan imbalan berupa bagi hasil yang disesuaikan dengan pendapatan nasabah. Faktor yang mengandung nilai-nilai syari'ah dengan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah menunjukkan bahwa prinsip-prinsip syari'ah yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah Semarang sudah cukup diterima dari segi syari'ahnya namun pemahaman-pemahaman dari nasabah dari kategori pendidikan yang rendah masih sulit menerima pemahaman sistem Bank BTN Syariah Semarang yang menggunakan sistem Syari'ah tersebut.

---

<sup>25</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 1997), hlm. 48.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari banyaknya faktor yang mempengaruhi besarnya deposito mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang ternyata mengelompok menjadi lima dan bisa dikategorikan menjadi empat faktor utama. Empat faktor utama tersebut dapat penulis namai sendiri sesuai dengan kekhususan faktor-faktor pembentuknya.

Empat faktor yang didapat dari analisis faktor ini penulis menamainya: 1) faktor shiddiq; 2) faktor amanah; 3) faktor fatanah. Faktor-faktor ini secara empirik dan dari analisis faktor mampu meningkatkan besarnya deposito mudharabah bank BTN Syariah karena faktor-faktor membuat nasabah percaya terhadap kualitas Bank BTN Syariah Semarang.

Kepercayaan nasabah kepada Bank BTN Syariah Semarang merupakan asas utama bagi Bank BTN Syariah Semarang untuk berkembang. Perkembangan dan pertumbuhan secara kuantitas dan diiringi dengan kualitas membawa Bank BTN Syariah Semarang tersebut semakin dapat dipercaya. Hubungan antara Bank BTN Syariah Semarang dan nasabah didasarkan pada dua unsur yang saling terkait yaitu hukum ekonomi islam dan kepercayaan. Strategi Bank BTN Syariah Semarang dalam menumbuhkan kepercayaan nasabah selain karena memberikan bagi hasil sesuai dengan akad atau kesepakatan antara nasabah

dan Bank BTN Syariah Semarang juga karena asas Bank BTN Syariah Semarang yang *Shiddiq, Amanah, dan Fatanah*.

Di samping itu, kualitas pelayanan dalam Bank BTN Syariah Semarang sudah memenuhi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yaitu *tangible* (fisik) yaitu menyangkut lingkungan fisik dan gambaran fisik dari suatu jasa dalam hal ini misalnya, kondisi gedung, peralatan yang disediakan, lahan parkir, serta penampilan dari para karyawan. *Reliability* (kehandalan) menyangkut konsistensi dari *performance* dan dapat dipercaya, misalnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. *Responsiveness* (cepat tanggap) menyangkut kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan, hal ini dapat juga menyangkut ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan. *Assurance* (kesiapan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dan yang terakhir *emphaty* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Kepercayaan nasabah terhadap Bank BTN Syariah Semarang terbentuk karena faktor mengandung nilai-nilai syari'ah dengan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah yang sesuai dan aman dari segi syari'ah, halal dan baik, bermanfaat bagi pengembangan usaha yang bersifat ekonomi islam, dan imbalan berupa bagi hasil yang disesuaikan dengan pendapatan nasabah. Faktor yang mengandung nilai-nilai syari'ah dengan menerapkan

prinsip-prinsip syari'ah menunjukkan bahwa prinsip-prinsip syari'ah yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah Semarang sudah cukup diterima dari segi syari'ahnya namun pemahaman-pemahaman dari nasabah dari kategori pendidikan yang rendah masih sulit menerima pemahaman sistem Bank BTN Syariah Semarang yang menggunakan sistem Syari'ah tersebut.

## **5.2 Saran**

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil temuan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BTN Syariah Semarang, Kepercayaan nasabah terhadap Bank BTN Syariah Semarang terbentuk karena faktor mengandung nilai-nilai syari'ah dengan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah yang sesuai dan aman dari segi syari'ah, halal dan baik, bermanfaat bagi pengembangan usaha yang bersifat ekonomi islam, dan imbalan berupa bagi hasil yang disesuaikan dengan pendapatan nasabah. Hendaknya pihak Bank BTN Syariah Semarang mampu mempertahankan kriteria dan strategi ini dalam mempertahankan kepercayaan nasabahnya.
2. Bagi peneliti berikutnya diharapkan memperpanjang periode penelitian dan juga menggunakan variabel penelitian yang lebih banyak sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Awaluddin, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo*, Wonosobo: Universitas Sains Al-Qir'an, 2014
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Sebuah Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta , Edisi Revisi V, 2002
- Ash-Shiddieqy, Teuku Hasbi, *Tafsir Al-Qur'anul Madjied An-Nur*, Jakarta: Bulan Bintang, 1965
- Bungin, M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, Cet 1, 2004
- Burhanudin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Toha Putra, 1997
- Djakfar, Muhammad, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang: UIN-Malang Press, 2007
- Efendi, M. Syukron, *Skripsi tentang Korelasi Citra Produk Tabungan Harian Mudharabah dengan Kepuasan Nasabah di Kantor Cabang Kospin Tawakal Kaliwungu*, Semarang: Fakultas Syariah, 2010
- Hendi Sunendi, *BMT dan Bank Islam*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004
- Hotma, Ronny Sautma, *Hubungan Bank dan Nasabah Terhadap Produk Tabungan dan Deposito*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1996



Hotma, Ronny Sautma, *Hubungan Bank dan Nasabah Terhadap Produk Tabungan dan Deposito*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995

<http://risaseptiani.blogspot.com/2012/05/fatwa-dsn-mui-tentang-pembiayaan.html>, diakses pada tanggal 22 Mei 2017.

Imaniyati, Neni Sri, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, Bandung: Mandar Maju, 2002

Kholid, Narbuko, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi 12, 2004.

Lubis, Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, Cet. III, 2004

Maharani, Astri Dhiah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010

Meleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000

Muhamad (ed.), *Bank Syari'ah Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahandan Ancaman*, Yogyakarta: Ekonisa, 2006

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008

Purwadaminta, *Kamus umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006

Ridha, Muhammad Rasyid, *Tafsir Al-Manar*, Mesir: Dar al-Manar, 1376 H, Jilid III.

Ridwan, Ahmad Hasan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Bandung: Pustaka Setia, 2013

- Rivsi, Veithzal, *Ekonomi Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009
- Setyawan, Yohana Neysa dan Japarianto, Edwin, *Analisa pengaruh kepercayaan jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran, vol.2, No.1, 2014.
- Sitio, Arifin dan Tamba, Halomoan, *Koperasi Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga, 2001
- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet.1, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2009
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Cet. III, Yogyakarta: Ekonomi, 2005
- Sunyoto, Danang, *Studi Kelayakan Bisnis*, Cet. I, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publising Service), 2005
- Sutojo, Siswanto, *Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan*, Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka, 2003
- Suwandi, Ima, *Koperasi Organisasi Ekonomi Berwatak Sosial*, Jakarta: Bhatara Karya Aksara, 1984
- Syakir, Sula Muhammad & Kertajaya, Hemawan, *Syriah Marketing*, Bandung: Pustaka Mizan, 2006
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008
- Wijaya, Serly dan Thio, Sienny *"Implementasi Membership Card Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran di Surabaya"* Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra

Wiyadi, Sylvia Era Rimbani, dan Ganang Tri Setyanto, *Implementasi strategi pemasaran Relasional dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*, Jurnal, sancall:2014

Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, al-Madinah al-Munawwarah: Majma' al-Malik Fahd, 1418 H.

Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, Cet. I

## LAMPIRAN :

Wawancara dengan Customer Service Bank BTN Syariah cabang Semarang Mbak Maya Dwi Astutik.

1. Dimana awal di dirikanya bank BTN Syariah?
2. Kapan didirikan bank BTN Syariah ?
3. Sejak kapan bank BTN Syariah mulai beroperasi?
4. Apa Visi dan Misi bank BTN Syariah ?
5. Struktur organisasi yang digunakan di bank BTN Syariah cabang Semarang itu seperti apa?
6. Bagaimana perkembangan Deposito di bank BTN Syariah cabang Semarang dalam waktu 5 tahun terakhir?
7. Apakah pelayanan islami mempengaruhi keputusan nasabah untuk menandatangani di bank BTN Syariah cabang Semarang ?
8. Apakah *Profit loss sharing* mempengaruhi keputusan nasabah untuk menandatangani di bank BTN Syariah cabang Semarang ?
9. Syarat apa saja yang harus dipenuhi nasabah deposito apabila ingin membuka rekening deposito?
10. Bagaimana cara bagi hasil dalam deposito mudharabah?
11. Berapa jangka waktu yang ditentukan buat berdeposito ?

**LAMPIRAN:**

**ANGKET KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP  
DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK BTN SYARIAH  
SEMARANG**

**NAMA :**

**Hari/tanggal :**

**Petunjuk**

1. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat, kemudian Anda dipersilahkan untuk memilih satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Anda dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan yang disediakan, yaitu:  
SS : Bila Anda sangat sesuai dengan pernyataan.  
S : Bila Anda sesuai dengan pernyataan.  
TS : Bila Anda tidak sesuai dengan pernyataan.  
STS : Bila Anda sangat tidak sesuai dengan pernyataan.
2. Seumpama ada pernyataan yang secara kenyataan anda belum pernah mengalaminya, Anda dapat membayangkan bila suatu saat Anda mengalaminya dan memperkirakan reaksi Anda terhadap hal tersebut.
3. Kami menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban Anda. Oleh karena itu kesungguhan dan kejujuran Anda sangat diharapkan demi kualitas hasil penelitian ini. Untuk itu kami mengucapkan terima kasih. Selamat mengerjakan.

1	Saya berdeposito di BTN syariah karena fasilitas yang memadai	SS	S	TS	STS
2	Kesopanan karyawan BTN syariah mendorong saya untuk berdeposito di bank BTN syariah	SS	S	TS	STS
3	Karyawan BTN syariah memberikan saya informasi produk yang jelas dan mudah dimengerti	SS	S	TS	STS
4	Karyawan BTN Syariah memberikan	SS	S	TS	STS

	pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah				
5	BTN Syari'ah Populer dikalangan masyarakat	SS	S	TS	STS
6	Selama ini BTN Syari'ah memiliki citra yang baik	SS	S	TS	STS
7	Jaringan perusahaan yang dimiliki BTN Syari'ah sudah cukup banyak	SS	S	TS	STS
8	Saya berdeposito di BTN syariah karena produk depositonya lebih unggul dari bank konvensional	SS	S	TS	STS
9	BTN Syari'ah terdapat di tiap kota sehingga memudahkan saya sebagai nasabah	SS	S	TS	STS
10	Lokasi BTN Syari'ah strategis karena berada di dekat kantor saya.	SS	S	TS	STS
11	Produk yang ada pada BTN Syari'ah sudah sesuai dengan keinginan saya.	SS	S	TS	STS
12	Saya berdeposito di BTN Syari'ah karena taat kepada Agama	SS	S	TS	STS
13	Kinerja BTN Syari'ah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syari'ah) yang ada	SS	S	TS	STS
14	Profit Sharing BTN syariah tidak mengandung riba atau bunga.	SS	S	TS	STS
15	Saya berdeposito di BTN syariah karena bank syariah adalah bank islam	SS	S	TS	STS
16	Kesepakatan Profit Sharing yang telah ditetapkan oleh BTN syariah sesuai dengan keinginan saya	SS	S	TS	STS
17	Keuntungan yang saya dapat di BTN syariah lebih besar dibandingkan bank lainnya	SS	S	TS	STS
18	Keuntungan yang diperoleh BTN Syari'ah berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil yang akan saya	SS	S	TS	STS



No. : **EA0** /SMG/SUPP/III/2017  
Lampiran :

Semarang, 17 Maret 2017

Kepada Yth.  
**Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan**  
**UIN Walisongo Semarang**  
**Jl. Prof. Dr. H. Hamka, Semarang**

Perihal : **Konfirmasi Izin Riset**

**Bismillahirrohmanirrohim**  
**Assalaamu'alaikum Wr. Wb.**

Teriring do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dalam segala aktifitas kehidupan kita sehari-hari.

Menindaklanjuti Surat Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang No. B-890/Un.10.5/D1/TL.00/03/2017 tanggal 16 Maret 2017 perihal Surat Pengantar Izin Riset. Bersama ini kami sampaikan bahwa:

Bank BTN KCS Semarang menyetujui permohonan Riset yang akan dilaksanakan pada tanggal 17 Maret 2017 s/d 24 Maret 2017 dengan data peserta sebagai berikut :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1	Santi Arofah	122411019	Ekonomi Islam

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.  
**Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.**

**PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk**  
**KANTOR CABANG SYARIAH SEMARANG**

  
**Surarto**  
Operation Unit Head

  
**Muhammad Fadhil Mubdi**  
Human Capital Support