

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA  
PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BPRS BOBATO LESTARI KOTA TIDORE  
KEPULAUAN**

**TESIS**

**OLEH  
MARFITRIYANA SUMARJAN**

**NIM : 18800034**



**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA  
PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BPRS BOBATO LESTARI KOTA  
TIDORE KEPULAUAN**

OLEH

Marfitriyana Sumarjan

NIM. 18800034

DOSEN PEMBIMBING :

1. Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D  
19751109 199903 1 003
2. Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si  
19750426 20160801 2 042



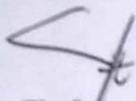
**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Tesis dengan Judul "Pengaruh Faktor Sosialisasi, Pelayanan dan Aksesibilitas terhadap Rendahnya Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah di BPRS Kota Tidore Kepulauan" ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Malang, 3 Maret 2020

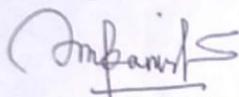
**Pembimbing I**



(Eko Suprayitno, M.Si., Ph.D.)

NIP : 197511091999091003

**Pembimbing II**



(Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si)

NIP : 197504262016080142

Malang, 3 Maret 2020

Mengetahui,

A.n

**Ketua Program Magister Ekonomi Syariah**



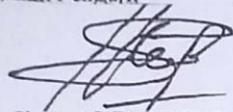
(Dr. H. Ahmad Djalaludin, Lc., M.A.)

NIP : 197307192005011003

## LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan*" telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Tesis Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada hari Kamis, tanggal 12 Agustus 2021.

Dewan Penguji,



H. Slamet, S.E., MM., Ph.D.

Penguji Utama

NIP : 19660412 199803 1 003



Dr. Khusnudin, M.Si

Ketua

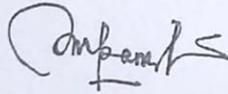
NIP : 19700617 20160801 1 052

  
23/08/2021

Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D

Anggota

NIP : 19751109 199903 1 003



Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si

Anggota

NIP : 19750426 20160801 2 042

Mengetahui

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.

NIP : 196903032000031002

## PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marfitriyana Sumarjan

NIM : 188000034

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, 10 Mei 2021

  
Marfitriyana Sumarjan

18800034

## MOTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”



## PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada **Ayah saya Sumarjan Siokona** dan **Ibu saya Nurhayati Thaib**. Tiada henti-hentinya beliau berdua memberikan semangat dan dukungan baik secara moril maupun materiil sehingga saya bisa menuntut ilmu sejauh dan selama ini. Juga kepada **Kakak Marhardiyanto, Kakak Marnoviyanti, Adik Maraprianto, dan Adik M. Farhad**.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpah rahmat dan bimbingan Allah SWT, tesis yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan dapat terselesaikan dengan baik, serta semoga bermanfaat bagi berbagai pihak. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia ke arah jalan kebenaran dan kebaikan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan rasa hormat serta ucapan *Jazakumullahu Khairaan Katsiiraa* kepada berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusinya baik secara moril maupun materil dalam penyusunan tesis ini, diantaranya:

1. Kedua orang tua yaitu Sumarjan Siokona dan Nurhayati Thaib, serta kakak-kakakku (Marhardiyanto Sumarjan dan Marnoviyanti Sumarjan), adik-adikku (Mar'aprianto Sumarjan dan M. Farhad Rizky Ramadhan Sumarjan) atas do'a dan dukungannya yang tulus selama ini.
2. Rektor UIN Malang, Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. beserta jajaran, dan Direktur Pascasarjana UIN Malang, Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd., beserta jajaran dan civitas akademika atas segala layanan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
3. Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Bapak Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto. S.E., M.Si. dan Sekretarisnya Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D., atas segala motivasi, koreksi, dan kenyamanan pelayanan selama studi.
4. Dosen pembimbing I, Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D., atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
5. Dosen pembimbing II, Ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si., MM., atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Segenap Pimpinan BPRS Bobato Lestari dan Pegawai Kota Tidore Kepulauan yang telah bersedia berpartisipasi dalam proses penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan Magister Ekonomi Syariah Kelas A 2018, serta teman-

teman seangkatan yang telah berjuang bersama dalam melalui suka maupun duka dalam menempuh jenjang pendidikan ini.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah membantu mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, dengan mengharap ampunan dan ridha Allah SWT semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan tentang Ekonomi Islam. Amin. Akhirnya dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa untuk mencapai kesempurnaan membutuhkan semangat dan proses. Satu harapan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amin Ya Rabbal Alamin.

Batu, 10 Mei 2021

Hormat saya,

Marfitriyana Sumarjan

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SAMPUL DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
1. Aspek Teoritis .....	5
2. Aspek Praktik.....	5
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
F. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Definisi Minat Nasabah .....	12
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah .....	13
1. Faktor Resiko Tinggi .....	13
2. Faktor Kualitas SDI .....	14

3. Kepercayaan.....	15
4. Pelayanan .....	16
5. Sosialisasi.....	17
6. Bagi hasil .....	18
7. Promosi .....	19
8. Religiusitas.....	20
9. Lokasi.....	21
10. Kualitas Produk.....	23
C. Hipotesis Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Rancangan Penelitian .....	30
B. Lokasi Penelitian .....	30
C. Variabel Penelitian .....	30
1. Variabel Laten .....	30
2. Variabel Manifes .....	31
D. Definisi Operasional Variabel.....	31
E. Populasi.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data .....	38
G. Instrumen Penelitian.....	39
H. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
I. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	39
1. Pengujian Validitas Instrument.....	39
2. Pengujian Reliabilitas Instrument .....	45
J. Analisis Data.....	46
<b>BAB IVPAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum BPRS Kota Tidore Kepulauan .....	49
1. Profil BPRS Kota Tidore Kepulauan .....	49
2. Sejarah Umum BPRS Kota Tidore Kepulauan .....	51
3. Produk dan Jasa BPRS Bobato Lestari Kota Tidore.....	52
B. Identitas Responden .....	54
1. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	54

2. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
3. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
C. Tanggapan Responden .....	56
1. Tanggapan Responden Variabel Faktor Resiko Tinggi .....	56
2. Tanggapan Responden Variabel Sumber Daya Insani.....	57
3. Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan .....	58
4. Tanggapan Responden Variabel Pelayanan.....	60
5. Tanggapan Responden Variabel Sosialisasi .....	61
6. Tanggapan Responden Variabel Bagi Hasil .....	62
7. Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	63
8. Tanggapan Responden Variabel Religiusitas .....	65
9. Tanggapan Responden Variabel Lokasi .....	66
10. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk .....	67
11. Tanggapan Responden Variabel Minat Nasabah.....	68
D. Hasil Uji Faktor Konfirmatori .....	71
<b>BAB VPEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Pengaruh Faktor Resiko Tinggi terhadap Minat Nasabah .....	74
B. Pengaruh Faktor Sumber Daya Insani terhadap Minat Nasabah .....	76
C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah .....	78
D. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Nasabah.....	79
E. Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah .....	80
F. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah .....	82
G. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah.....	84
H. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat nasabah .....	85
I. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah .....	87
J. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah .....	90
<b>BAB VIPENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Perkembangan BUS, UUS & BPRS .....	2
Tabel 2:Komposisi Pembiayaan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.....	3
Tabel 3 : Orisinalitas Penelitian .....	6
Tabel 4: Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 5 :Definisi Operasional Variabel Minat Nasabah .....	38
Tabel 6 : Hasil Pengujian Validitas Instrument .....	41
Tabel 7 : Hasil Pengujian Reliabilitas Instrument .....	47
Tabel 8: Nama Kelurahan dan Desa Di Kota Tidore Kepulauan.....	44
Tabel 9 : Identitas responden berdasarkan usia .....	48
Tabel 10 : Identitas responden berdasarkan pendidikan .....	49
Tabel 11 : Identitas responden berdasarkan pendapatan.....	49
Tabel 12 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Resiko Tinggi .....	50
Tabel 13 : Tanggapan Responden Tentang Sumber Daya Insani .....	51
Tabel 14 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Kepercayaan .....	53
Tabel 15 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Pelayanan.....	54
Tabel 16 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Sosialisasi .....	55
Tabel 17 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Bagi Hasil .....	57
Tabel 18 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Promosi.....	58
Tabel 19 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Religiusias .....	59
Tabel 20 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Lokasi .....	61
Tabel 21 : Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk.....	62
Tabel 22 : Tanggapan Responden Tentang Minat Nasabah .....	63
Tabel 23 : Hasil Uji Deskriptif.....	65
Tabel 24 : Hasil Uji KMO dan Bartlett.....	66
Tabel 25 : Hasil Uji MSA .....	66
Tabel 26 : Hasil Uji Variance Explained .....	67
Tabel 27 : Hasil Uji Faktor Konfirmatori .....	68

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### Pedoman Transliterasi SKB Dua Menteri

Berikut ini adalah pedoman alih aksara Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang tertulis di Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987.

#### 1. Konsonan

				Huruf Arab		
				Nama	Alih aksara	Nama
Akhir	Tengah	Awal	Tunggal			
ا			ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ب	ب	ب	Ba	B/b	Be
ت	ت	ت	ت	Ta	T/t	Te
ث	ث	ث	ث	Şa	Ş/ş	Es (dengan titik di atas)
ج	ج	ج	ج	Jim	J/j	Je
ح	ح	ح	ح	Ĥa	Ĥ/ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	خ	خ	خ	Kha	Kh/kh	Ka dan ha
د			د	Dal	D/d	De
ذ			ذ	Żal	Ż/ż	Zet (dengan titik di atas)
ر			ر	Ra	R/r	Er
ز			ز	Zai	Z/z	Zet
ش	ش	ش	ش	Syin	Sy/sy	Es dan ya
ص	ص	ص	ص	Şad	Ş/ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	ض	ض	ض	Đad	Đ/đ	De (dengan titik di bawah)
ط	ط	ط	ط	Ṭa	Ṭ/ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ظ	ظ	ظ	Ẓa	Ẓ/ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	ع	ع	ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	غ	غ	غ	Gain	G/g	Ge
ف	ف	ف	ف	Fa	F/f	Ef

ق	ق	ق	ق	Qof	Q/q	Qi
ك	ك	ك	ك	Kaf	K/k	Ka
ل	ل	ل	ل	Lam	L/l	El
م	م	م	م	Mim	M/m	Em
ن	ن	ن	ن	Nun	N/n	En
و		و		Wau	W/w	We
ه	ه	ه	ه	Ha	H/h	Ha
	ء			Hamzah	'	Apostrof
ي	ي	ي	ي	Ya	Y/y	Ya

Hamzah ( ء ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ia ditulis dengan tanda apostrof ( ' )

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Alih aksara vokal tunggal bahasa Arab yang berupa tanda diakritik atau harakat adalah sebagai berikut:

Vokal	Nama	Alih aksara	Nama
◌َ	<i>Fathah</i>	A/a	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I/i	I
◌ُ	<i>Ḍammah</i>	U/u	U

Alih aksara vokal rangkap bahasa Arab yang berupa gabungan antara harakat dan huruf adalah gabungan huruf, yaitu:

Vokal rangkap	Nama	Alih aksara	Nama
◌َـي	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai/ai	A dan I
◌َـو	<i>fathah dan wau</i>	Au/au	A dan u

### Contoh

كَيْفَ	: <i>Kaifa</i>
حَوْلَ	: <i>Haula</i>

## 3. Maddah

Alih aksara *maddah* atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf adalah huruf dan tanda, yaitu:

Vokal panjang	Nama	Alih aksara	Nama
◌َـ	<i>Fathah dan alif</i>	$\bar{A}$	a dan garis di atas

**Contoh**

فَتْحًا	Fathah dan alif maqsūrah		
كَسْرًا	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
دَمَمًا	Ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

**Contoh**

مَتَا	: Māta
رَمَا	: Ramā
قِيلَا	: Qīla
يَمُوتُ	: Yamūtu

**4. Tamarbūṭah**

Alih aksara untuk tamarbūṭah (تاء) ada dua, yaitu : tamarbūṭah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan ḍammah dengan *t* sedangkan tamarbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun dengan *h*.

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan katasandangal-serta bacaan kedua kata itu terpisah, tamarbūṭah itu di alihaksarakan dengan *h*.

**Contoh:**

رَوْضَاتُ طِفْلِ	: Raudah al-atfāl
مَدِينَةُ الْفَائِذِلَاتِ	: Al-madīnah al-fāḍilah
الْحِكْمَةُ	: Al-ḥikmah

**5. Syaddah**

Huruf konsonan yang memiliki tanda *syaddah* atau tasydid, yang dalam abjad Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid ( ّ ), dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda).

**Contoh:**

رَبَّانَا	: Rabbanā
نَجَّيْنَا	: Najjainā
الْحَقُّ	: Al-Ḥaqq
الْحَجُّ	: Al-Ḥajj
نُعْمًا	: Nu‘ima
عَدُوٌّ	: ‘Aduww

Jika huruf ي bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ( -ي ), ia dialihaksarakan seperti huruf maddah ī.

**Contoh:**

ألي : 'Alī  
عربي : 'Arabī

## 6. *Kata sandang*

Kata sandang dalam abjad Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman alih aksara ini, kata sandang dialihaksarakan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

**Contoh:**

الشمس : *Al-Syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَة : *Al-Zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)  
الفلسفة : *Al-Falsafah*  
البلد : *Al-Bilād*

## 7. *Hamzah*

Aturan alih aksara huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan karena ia berupa alif dalam tulisan Arab.

**Contoh:**

تأْمُرُون : *Ta'murūna*  
الزَّوْء : *An-Nau'*  
سَي : *Syai'un*  
أُحْرْت : *Umirtu*

## 8. *Penulisan kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia*

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang dialihaksarakan adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia tidak lagi ditulis menurut cara alihaksara di atas. Misalnya kata 'Alquran' (darial-Qur'ān), 'Sunnah,' 'khusus,' dan 'umum'. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, mereka harus dialihaksarakan secara utuh, contoh:

- a. Fī Zilālal-Qur’ān,
- b. Al-Sunnah qabl al-tadwīn, dan
- c. Al-‘Ibārāt bi ‘umūm al-lafz lā bi khuṣūṣal-sabab.

### 9. Lafzal-Jalālah

*Lafzaljalālah* (lafal kemuliaan) “Allah” (هلا) yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), dialihaksarakan tanpa huruf hamzah (hamzah wasal).

#### Contoh:

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah* dialihaksarakan dengan huruf *t*.

#### Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

: *Hum fī rahmatillāh*

: *Dīnullāh* إِلَى

: *Billāh*

## ABSTRAK

**Sumarjan, Marfitriyana. 2021. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINATNASABAH PADA PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BPRS BOBATO LESTARI KOTA TIDORE KEPULAUAN. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing I : Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D. Pembimbing II : Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si**

---

**Kata Kunci** : Faktor sumber daya insani, kepercayaan, pelayanan, dan bagi hasil.

Perbankan syariah merupakan satu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas unsur riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulatif non produktif. Pembiayaan mudharabah mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu 2016 (8.631), 2017 (10.229), 2018 (12.029), 2019 (12.090), dan 2020 (12.625) dalam rupiah. Mahmud menyatakan bahwa pentingnya fungsi rutin bank untuk ; *pertama*, dimudahkannya usaha impor dan ekspor. *Kedua*, memudahkan investasi dana berdasarkan usaha yang dibentuk oleh dua pihak karena kelebihan uang di bank sehingga pemiliknya ingin menginvestasikan. Dari latar tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama yaitu faktor-faktor manasaja yang berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah dan faktor manakah yang paling dominan terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kota Tidore Kepulauan dengan sampel sebanyak 167 responden. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor yang berfungsi untuk menganalisis faktor manasaja yang berpengaruh terhadap minat nasabah dan faktor manakah yang paling dominan terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.

Dari hasil analisis, penelitian menunjukkan ada tiga faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah pada pembiayaan mudharabah yaitu ; sumber daya insani, pelayanan, dan bagi hasil dengan memperoleh nilai loading faktor tertinggi sebesar 0,955 dibandingkan dengan faktor-faktor penyebab lainnya. Sehingga ketiga faktor tersebut yang berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.

## ABSTRACT

**Sumarjan, Marfitriyana. 2021. FACTORS AFFECTING CUSTOMER'S INTEREST IN MUDHARABAH FINANCING AT BPRS BOBATO LESTARI CITY OF TIDORE ISLANDS. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing I : Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D. Pembimbing II : Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si**

---

Keywords: Human resources factors, service, and profit sharing.

Islamic banking is an intermediary institution that provides financial services to the public where all of its activities are carried out based on Islamic ethics and principles so that it is free from elements of usury (interest), free from non-productive speculative activities. Mudharabah financing has increased every year, namely 2016 (8,631), 2017 (10,229), 2018 (12,029), 2019 (12,090), and 2020 (12,625) in rupiah. Mahmud stated that the importance of routine bank functions to; first, facilitating import and export business. Second, facilitate the investment of funds based on businesses formed by two parties due to excess money in the bank so that the owner wants to invest. From this background, this research was conducted with the main objective of which factors affect customer interest in mudharabah financing and which factors are the most dominant on customer interest in mudharabah financing.

The population in this study is the community in the City of Tidore Islands with a sample of 167 respondents. The analytical method used is factor analysis which serves to analyze which factors affect customer interest and which factors are the most dominant on customer interest in mudharabah financing.

From the results of the analysis, the research shows that there are three most dominant factors in influencing customer interest in mudharabah financing, namely; human resources, services, and profit sharing by obtaining the highest loading factor value of 0.955 compared to other causal factors. So that these three factors affect customer interest in mudharabah financing.

## ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على اهتمام العملاء بتمويل المضاربة والعوامل الأكثر انتشارًا في اهتمام العملاء بتمويل المضاربة في BPRS Tidore Islands City. من المعروف أن معاملات تمويل المضاربة منخفضة جدًا مقارنة بتمويل المراهبة الذي لا يزال جذابًا للغاية للسكان المحليين. هذا النوع من البحث هو بحث توضيحي باستخدام طرق البحث الكمي. تحليل البيانات باستخدام التحليل العاملي. أظهرت النتائج أن أهم العوامل التي أثرت على انخفاض اهتمام العملاء بتمويل المضاربة كانت: الموارد البشرية والخدمات وتقاسم الأرباح.

الكلمات المفتاحية: عوامل الموارد البشرية ، الثقة ، الخدمة ، وتقاسم الأرباح

المصرفية الإسلامية هي مؤسسة وسيطة تقدم خدمات مالية للجمهور حيث تتم جميع أنشطتها على أساس الأخلاق والمبادئ يزداد تمويل المضاربة الإسلامية بحيث تكون خالية من عناصر الربا (الفائدة) ، وخالية من أنشطة المضاربة غير المنتجة كل عام ، وتحديداً 2016 (8،631) ، 2017 (10،229) ، 2018 (12،029) ، 2019 (12،090) ، و 2020 صرح محمود أن أهمية الوظائف المصرفية الروتينية بالنسبة لـ: أولاً ، تسهيل أعمال الاستيراد (12،625).12 بالروبية والتصدير. ثانياً: تسهيل استثمار الأموال المبنية على أعمال مكونة من طرفين بسبب فائض الأموال في البنك بحيث يرغب من هذه الخلفية ، تم إجراء هذا البحث بهدف رئيسي من العوامل التي تؤثر على اهتمام العملاء .المالك في الاستثمار بتمويل المضاربة والعوامل الأكثر سيطرة على اهتمام العملاء بتمويل المضاربة

الطريقة التحليلية المستخدمة هي .السكان في هذه الدراسة هم المجتمع في مدينة جزر تيدور مع عينة من 167 مستجيبًا تحليل العوامل الذي يعمل على تحليل العوامل التي تؤثر على مصلحة العملاء والعوامل الأكثر سيطرة على مصلحة العملاء في تمويل المضاربة

من نتائج التحليل ، أظهر البحث أن هناك ثلاثة عوامل مهيمنة في التأثير على اهتمام العملاء بتمويل المضاربة ، وهي: الموارد البشرية والخدمات وتقاسم الأرباح من خلال الحصول على أعلى قيمة عامل تحميل 0.955 مقارنة بالعوامل بحيث تؤثر هذه العوامل الثلاثة على مصلحة العملاء في تمويل المضاربة .السببية الأخرى

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Awal perkembangan bank Islam menawarkan pembiayaan bagi hasil produk yang bebas bunga atau dikenal dengan *Profit and Loss Sharing* (PLS) dan pembiayaan *mudharabah*.<sup>1</sup> Sebagai lembaga yang dibentuk untuk mendapatkan profit, berfungsi untuk melayani berbagai keperluan, investasi dan memberikan pelayanan yang luas kepada nasabah, sebagaimana halnya fungsi yang dilakukan oleh bank komersial konvensional lainnya. Mahmud Abu Saud berpendapat bahwa pentingnya fungsi rutin bank untuk ; *pertama*, dimudahkannya usaha impor dan ekspor. *Kedua*, memudahkan investasi dana berdasarkan usaha yang dibentuk oleh dua pihak karena kelebihan uang di bank sehingga pemiliknya ingin menginvestasikan.<sup>2</sup>

Perbankan syariah merupakan satu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas unsur riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulatif non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal, penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung dan rugi, besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh, bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan.

Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung kedua belah pihak, jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan, tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil. Sedangkan di bank konvensional ini seperti mengandung unsur riba prinsip dasar operasinya bebas nilai prioritas pelayanan mengandung kepentingan pribadi investasinya halal atau haram landasannya adalah peraturan perundang undangan. Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan, penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.

---

<sup>1</sup>Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. 2007. Hal 6.

<sup>2</sup> Saud, Mahmud Abu. *Outlines of Islamic Economics (I. I. F. S. O)*. 1984: 64.

**Tabel 1: Perkembangan BUS, UUS & BPRS**

Indikator	Periode							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 Jan- Nov	2019 Jan
BUS	1.756	2.009	2.163	1.990	1.869	1.825	1.826	1.885
UUS	541	613	320	311	332	344	347	375
BPRS	559	565	276	283	287	274	289	256
Asset (miliar Rp)	195.018	242.276	272.343	296.262	356.504	424.181	451.202	466.800
DPK (miliard Rp)	147.512	183.534	217.859	231.175	279.333	334.888	354.421	356.504

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2012-2019)

Pembiayaan mudharabah mengalami peningkatan tahun 2016-2017 sangat tinggi dari 8.631-10.229 dalam jumlah rupiah, tahun 2018-2019 peningkatannya hanya berupa rupiah, dan tahun 2020 mengalami peningkatan sekitar 13.625. Ini berbeda dengan pembiayaan murabahah yang mengalami peningkatan yang begitu besar (dalam jumlah rupiah) setiap tahunnya, dikarenakan masyarakat lebih banyak menggunakannya. Sehingga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan membuat ulang perencanaan pencapaian agar nantinya mencapai kepuasan bersama.<sup>3</sup> Kondisi semacam ini sebenarnya menggambarkan mudharabah belum terpenuhi. Karena masyarakat masih beranggapan bahwa perbankan hanya menggunakan nama bank syariah guna menarik perhatian masyarakat dan bank syariah sendiri adalah bank konvensional yang hanya menggunakan istilah-istilah dalam Islam, seperti pada pelaksanaan akad di bank syariah masih menggunakan cara-cara yang dilarang oleh Islam. Itulah salah satu reaksi masyarakat tentang hadirnya bank syariah karena memang tidak dapat dihindari bahwa perbankan sejak dahulu memang terpisah secara nyata dengan syariah sehingga pada awal mula terbentuknya bank syariah, para ekonom Islam telah berhasil dalam menyatukan institusi bank-bank dengan prinsip syariah. Akad yang masih sedikit adanya transaksi ialah salah satunya akad mudharabah, yaitu akad dengan prinsip bagi hasil. Karena tidak paham dan tidak keingintahuan akan hal tersebut dan hanya bermodal informasi dari pihak satu ke pihak lain sehinganya membuat minat mudharabah tersebut masih sangatlah minim.

<sup>3</sup> Wawancara dengan salah satu pegawai BPRS Bobato Syariah. Kota Tidore Kepulauan. 08-09-2019. 14.17 WIT

**Tabel 2: Komposisi Pembiayaan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah**

Tahun	Mudharabah	Murabahah
	Rupiah	Rupiah
2016	8.631	37.508
2017	10.229	39.874
2018	12.029	56.365
2019	12.090	88.004
2020	13.625	110.565

Sumber : Data BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan  
PerTanggal23/08/2020 (dalam rupiah)

Tabel 2 menunjukkan komposisi pembiayaan di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan dalam pecahan rupiah yaitu mudharabah dan murabahah periode tahun 2016- Agustus 2020. Dengan perbedaan komposisi tersebut, pembiayaan murabahah banyak memiliki nasabah dari Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun honorer karena mereka menganggap murabahah mudah, gampang dan cocok sesuai dengan kebutuhan mereka. Sedangkan mudharabah nasabahnya berasal dari masyarakat UMK kebawah yang dominannya hanya membuka usaha kecil-kecilan.

Ekspektasi masyarakat terhadap bank syariah tentu berbeda dengan bank konvensional. Hal ini didasari bahwasannya bank syariah yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam sendiri dalam hal ini tidak hanya terfokus pada tujuan mudharabah yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal semata, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat, yang merupakan implementasi peran bank syariah selaku pelaksana fungsi sosial. Sebenarnya rendahnya pembiayaan mudharabah menggambarkan bahwa operasi BPRS belum sepenuhnya tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. BPRS yang seharusnya memperbesar pangsa produk mudharabah tersebut, bukan hanya terfokus pada produk jual-beli. Keunggulan perbankan syariah justru pada produk mudharabah yang memberikan dampak pada kestabilan ekonomi. Namun ternyata bank syariah kurang berminat untuk menawarkan produk mudharabah sepenuhnya, hal ini disebabkan oleh beberapa hal yang perlu mendapatkan solusi tersendiri. Ketidakpastian resiko yang dihadapi BPRS dalam menggunakan prinsip bagi hasil bukan berarti prinsip ini kurang laku.

Berbagai hasil penelitian terdahulu yang meneliti tentang Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Memilih Produk Mudharabah dengan Pemoderasi

Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang dilakukan oleh Sari, mengatakan kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk, sedangkan religiusitas mampu memoderasi pengaruh kepercayaan minat memilih produk namun tidak memoderasi sistem bagi hasil terhadap minat memilih produk.<sup>4</sup> Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Syariah Mudharabah dilakukan oleh Yugiarto, mengatakan bahwa bagi hasil, Promosi dan kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mudharabah di Bank Muamalat Pekalongan.<sup>5</sup> 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah di Bank Muamalat dilakukan oleh Munthe, mengatakan bagi hasil, pelayanan, religidan pendapatan mempengaruhi minat nasabah memilih pembiayaan mudharabah di Bank Muamalat.<sup>6</sup>

Dari pemaparan yang telah di uraikan, maka penelitian ini akan mengkaji **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah ialah:

1. Faktor-faktor manasaja yang berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan?
2. Faktor manakah yang paling dominan terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor manasaja yang berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan?
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan?

---

<sup>4</sup>Vico Putri Nilam Sari. *Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang*. 2020 Thesis Manajemen.

<sup>5</sup>Atanasius Hardian Permana Yogiarto. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. 2015 Jurnal Ekonomi.

<sup>6</sup>Safaruddin Munthe. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah Menabung pada tabungan mudharabah di bank muamalat cabang balai kota*. 2015. Thesis Ekonomi Islam. 90-96

#### **D. Manfaat Penelitian**

Ada 2 manfaat yang diperoleh dari penelitian ini ialah:

##### 1. Aspek Teoritis

###### a. Bagi Akademisi

Diharapkan dalam penelitian ini bisa menjadi tambahan referensi untuk perkembangan keilmuan tentang faktor-faktor apa saja yang menyebabkan minat nasabah pada pembiayaan mudharabah dan faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.

###### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah nilai, wawasan, referensi dan acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan minat nasabah pada pembiayaan mudharabah dan faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.

##### 2. Aspek Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak-pihak yang memiliki topik yang berhubungan serta masyarakat daerah yang diteliti untuk melihat aspek faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Diperlukan adanya ruang lingkup atau batasan masalah untuk mempermudah pemahaman dan menghindari simpangsiur. Untuk mendapatkan gambaran jelas tentang maksud dan tujuan dari penelitian ini maka penulis memandang perlu membuat batasan. Maksud melakukan penelitian ini guna mengukur adakah adakah pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada pembiayaan mudharabah dan adakah pengaruh masing-masing faktor minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Kota Tidore Kepulauan.

Kota Tidore Kepulauan merupakan salah satu kota di Maluku Utara Indonesia bagian timur, dan perbankan berbasis syariah masih terbilang baru sehingga masyarakat masih minim mengenal apalagi memahaminya. Mereka hanya mengetahui namanya saja (Bank Pembiayaan Rakyat) berbasis syariah akan tetapi belum memahami seperti apa perbankan berbasis syariah. Hadirnya bank pembiayaan rakyat syariah merupakan langkah untuk memperkenalkan kepada masyarakat.

Ada beberapa produk yang ditawarkan BPRS Kota Tidore Kepulauan kepada masyarakat salah satunya pembiayaan mudharabah, namun hal ini masih sangat rendah minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah karena masyarakat masih belum memahami sistem mudharabahnya.

#### F. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Menjaga agar tidak adanya pengulangan penelitian yang sama terhadap objek, maka ada baiknya penulis melakukan kajian pada beberapa penelitian terdahulu (*review literature*). Disamping itu, dapat digunakan untuk membantu, mendukung dan memberikan acuan pada penelitian ini. Ada beberapa penelitian terdahulu yang telah dikaji adalah sebagai berikut.

**Tabel 3 : Orisinalitas Penelitian**

No.	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Tekhnik Analisa	Tekhnik Keabsahan Data	Hasil Penelitian
1.	Safaruddin Munthe, 2015, " <i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota</i> "	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data yang diukur berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah tabungan muamalat yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yang bersumber dari Bank Muamalat.	Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.	Munthe mengatakan bagi hasil, pelayanan, religidan pendapatan mempengaruhi minat nasabah memilih pembiayaan mudharabah di Bank Muamalat.
2.	Fadahunsi, A. dan Kargwell, S, 2016, " <i>Media Sosial, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Implikasi 'Halal' pada Operasi Pemasaran Islam</i> "	Penulis mengembangkan dua sisi: kuantitatif survei dan 12 wawancara semi terstruktur berdasarkan empat segmen pelanggan yang disetujui oleh studi kuantitatif. Untuk survei, data dikumpulkan dari 180 nasabah bank syariah di Tunisia.	12 wawancara semi terstruktur berdasarkan empat segmen pelanggan yang disetujui oleh studi kuantitatif. Untuk survei, data dikumpulkan dari 180 nasabah bank syariah di Tunisia.	Fadahunsi mengatakan bahwa operasi pemasaran sosial dalam Islam harus murni berdasarkan konsep halal, yang berarti pada saat melakukan sosialisasi tidak hanya mempromosikan, mengiklankan maupun tidak berlebihan dalam memperkenalkan produk-produk.

3.	Muhammad Choirul Anwar, 2016, " <i>Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembiayaan Mudharabah</i> "	Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.	Jenis pendekatannya menggunakan pendekatan deskriptif, serta menggunakan sumber dan sekunder. Metode pengumpulan data ini menggunakan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis reduksi data, penyajian data dan verifikasi.	Fadahunsi mengatakan bahwa operasi pemasaran sosial dalam Islam harus murni berdasarkan konsep halal, yang berarti pada saat melakukan sosialisasi tidak hanya mempromosikan, mengiklankan maupun tidak berlebihan dalam memperkenalkan produk-produk yang tidak pantas dan fitur layanannya.
4.	Siti Khumaidah, 2016, " <i>Analisis Faktor Yang Menyebabkan Nasabah Memutuskan Memilih Tabungan Mudharabah Di Baitul Maal Wa Tamwil PahlawanTulungagung</i> "	Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif jenis asosiatif.	Sedangkan data yang diambil adalah dengan menggunakan metode angket, angket wawancara.	Khumaidah mengatakan bahwa faktor-faktor yang terkait dengan penelitian yaitu, kepercayaan, bagi hasil, kualitas produk, kesejahteraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan mudarabah.
5.	Nur Apriliana, 2017, " <i>Pengaruh Sosialisasi produk terhadap minat nasabah Memilih Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Mataram</i> "	Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.	Data diambil dari hasil penyebaran kuesioner dengan 180 orang nasabah/responden.	Apriliana mengatakan bahwa sosialisasi produk memiliki pengaruh rendah terhadap rendahnya minat nasabah memilih pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah.
6.	Santi Setiawati, 2017, " <i>Pengaruh Implementasi Prinsip Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah (KSPPS) BMT Al-Ittihad</i> "	Menggunakan <i>explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif.	Teknik pengumpulan data diantaranya interview, kuesioner, observasi dan studi pustaka. Instrumen	Santi mengatakan hasil penelitian menunjukkan implementasi prinsip bagi hasil secara parsial berpengaruh dan signifikan

			penelitian yang digunakan yaitu kuesioner dengan teknik skala Likert.	terhadap minat nasabah, Hasil penelitian ini mendukung teori bahwasanya minat nasabah bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berkaitan dengan kemudahan dan kepuasan.
7.	Abdul Hakim, 2018, "Rendahnya realisasi pembiayaan mudharabah dalam Perbankan syariah di Indonesia. Jurnal Executive Summary Relevansi Perbankan Syariah"	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan bersifat kepustakaan (library research).		Hakim mengatakan rendahnya realisasi karena termasuk kontrak yang tidak alami, maka pihak mudharib tidak bisa memberikan kepastian pendapatan baik dari segi jumlah maupun waktunya menyebabkan pihak investor menjadi ragu untuk menyalurkan dan juga karena pembiayaan mudharabah termasuk mengandung resiko yang tinggi.
8.	Charisma Hunaning Prihandini, 2018, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabaah"	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif.	Analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji T dan uji F.	Prihandini mengatakan secara parsial variabel citra perusahaan tidak berpengaruh, sedangkan kualitas produk dinyatakan berpengaruh signifikan.
9.	Choirotun Nisa', 2018, "Pengaruh Kualitas Pelayanan & Religiusitas Nasabah terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah, PT. Petrokimia Gresik"	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas nasabah untuk melakukan pembiayaan di BMT	Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi logistik.	Nisa' mengatakan dalam penelitiannya bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat

		Nurul Jannah.		nasabah untuk pembiayaan mudharabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.
10.	Fauz Moh'd Khamis & Rosemaliza AbRashid,2018,“ <i>Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah di Tanzania</i> ”	Penelitian ini menerapkan enam dimensi kualitas layanan <i>Carter</i> model, yaitu persetujuan, Jaminan, berwujud, empati dan responsif, untuk mengukur Kualitas layanan bank syariah. Kuesioner juga digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan untuk layanan Perbankan Islam yang disediakan.	Dengan menggunakan SPSS versi 19, analisis deskriptif, analisis pertimbangan dan regresi analisis telah digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian.	Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan layanan perbankan syariah yang disediakan oleh bank Tanzania. Namun, ditemukan tangibilitas dan fleksibilitas bank. Temuan lebih lanjut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
11.	Gugub Siti Badriyah,2018,“ <i>Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan Dan Reputasi terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Simpanan Mudharabah Di Kopsyah BMT Berkah Trenggalek</i> ”	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif.	Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik <i>probability sampling</i> dengan <i>simple random sampling</i> . Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran angket.	Badriyah mengatakan bagi hasil, kualitas pelayanan, dan reputasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk mudharabah di Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.
12.	Rafi Fariz, 2018,“ <i>Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Akad Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri</i> ”	Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.	Data yang diperoleh adalah data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden.	Fariz mengatakan bahwa dari hasil analisis regresi nampak bahwa <i>brand image</i> (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap proses pengambilan keputusan nasabah mengajukan akad Mudharabah.

13.	Anindya zunaini, 2019, "Pengaruh tingkat margin dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada pembiayaan murabahah tahun 2016-2018"	Data yang dikumpulkan tersebut menggunakan teknik pengukuran skala Likert dan dokumentasi serta menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dalam pengambilan sampel responden dengan bantuan SPSS 16.0.	Teknik pengujian dengan metode analisa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R Square), uji regresi berganda dan uji hipotesis.	Zunaini mengatakan <i>margin</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pada pembiayaan <i>murabahah</i> tahun 2016-2018 di BPRS Suriyah.
14.	Antanasius Hardian Permana Yugiarto, 2019, "Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Syariah Mudharabah"	Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> sebanyak 100 responden.	Teknik pengumpulan data menggunakan uji validitas serta reliabilitasnya.	Yogiarto mengatakan bahwa bagi hasil, Promosi dan kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mudharabah.
15.	Vico Putri Nilam Sari, 2020, "Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Memilih Produk Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang"	Metode analisis yang digunakan adalah <i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM PLS)</i> .	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden nasabah Bank Jatim Syariah Malang.	Sari mengatakan bahwa kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk sedangkan religiusitas mampu memoderasi pengaruh kepercayaan minat memilih produk namun tidak memoderasi sistem bagi hasil terhadap minat memilih produk.

Sumber : Data diolah peneliti 2021

Dari penjelasan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan diantara penelitian tabel 3 dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dimana, dapat dilihat perbedaan tersebut dari faktor metode, teknik pengumpulan data, analisis data, macam data, instrument penelitian, jenis, pendekatan, sampel, variabel sampai obyek yang diteliti.

Bahwa telah didapatkan pada penelitian terdahulu sudah banyak meneliti berbagai macam penyebab minat nasabah menggunakan produk pembiayaan

mudharabah. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti meneliti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan minat nasabah pada pembiayaan mudharabah, kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *eksplanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu kebanyakan dengan analisis regresi, kualitatif, kuantitatif, deskriptif, pertimbangan, purpose sampling dan ada juga yang menggunakan *explanatory* tapi dengan cara yang berbeda-beda.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Definisi Minat Nasabah

Berbicara mengenai keinginan atau minat yaitu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Menurut Slameto minat pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.<sup>7</sup> Menurut Crow dan Crow mengatakan bahwa minat adalah yang berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat adalah pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang atau nasabah tersebut lebih menyukai suatu hal yang menarik daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui keterlibatan langsung suatu aktivitas/kegiatan ataupun transaksi itu sendiri.<sup>8</sup>

Menurut Sofjan, Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Ada beberapa tahapan minat antara lain:<sup>9</sup>

1. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah
2. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah
3. Keputusan menjadi nasabah.

Nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah, ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. "Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank." Perlindungan terhadap nasabah perbankan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan dengan dasar hukum ketentuan Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan (LPS ).

Jadi, minat nasabah adalah ketertarikan seseorang / konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, minat adalah aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menggerakkan rasa suka ataupun ketertarikan terhadap sesuatu yang mampu mempengaruhi tindakan dari orang tersebut orang akan berminat terhadap suatu objek jika dapat memberi

---

<sup>7</sup>Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat*, (Jakarta Rineka Cipta, 1991), 182:

<sup>8</sup>Crow D. Leater & Crow, Alice, *Psikologi Pendidikan*, 302-303

<sup>9</sup>Sofjan, Assauri. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), 141

kepuasan serta rasa kesenangan bila terjun didalam objek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap objek tersebut.<sup>10</sup>

## **B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah**

### 1. Faktor Resiko Tinggi

Menurut wibowo, risiko pembiayaan yang diukur dengan *NonPerforming Financing* (NPF) merupakan kondisi yang sering terjadi dalam bank syariah. NPF digunakan untuk mengukur besarnya risiko keuangan yang dihadapi khususnya daridana yang disalurkan.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut Dumairi, risiko yang terdapat dalam mudharabah terutama dalam penerapan pembiayaan relatif tinggi di antaranya:<sup>12</sup>

- a. *Side strefulang*; nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad.
- b. Lalai dan kesalahan yang disengaja.
- c. Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur.

Penelitian yang dilakukan Anwar bahwa :

- a. Faktor Resiko Tinggi
- b. Faktor Kejujuran
- c. Faktor Akuntabilits
- d. Faktor Kurangnya Efektifitas Sistem Bagi Hasil

Hal inilah yang tidak menjamin bahwa keuntungan serta modal terjamin dan kembali lagi.Harus berani mengambil resiko oleh pemilik modal kepada pengelolah modal maupun bank terhadap pengelolah modal. Maka dari itu sebagian besar nasabah yang hendak menggunakan transaksi mudharabah hanyalah coba-coba dan tidak serius apa yang dijadikan untuk usaha.

Al Qur'an Surah Yusuf : 47, yaitu :

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلَةٍ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ

Artinya : Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan”. (QS. Yusuf: 47).<sup>13</sup>

<sup>10</sup>Muhammad Choirul Anwar. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembiayaan Mudharabah*.2016

<sup>11</sup>Wibowo,M. G, *Potret Perbankan Syariah Indonesia Terkini (Kajian Kritis Perkembangan Perbankan Syariah)*.(Yogyakarta: BiruniPress. 2007)

<sup>12</sup> HM. Dumairi Nor. *Ekonomi Syariah (versi Salaf)*,78-84

Yusuf berkata : “*Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya)*”. Tujuh tahun lamanya tanahmu akan subur, hujanpun cukup, atau banjir sungai nil akan melimpah. Tetapi sungguhpun demikian, kesuburan tanah itupun hanya akan dapat memberi hasil yang melimpah-limpah apabila dikerjakan dengan *daaabban*; kerja keras membanting tulang. “*Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan*”, ambil sekedar saja yang akan kamu makan lalu sisanya simpan dengan baik-baik.<sup>14</sup>

## 2. Faktor Kualitas SDI (Sumber Daya Insani)

Menurut Hakim mengatakan dalam penelitiannya dikarenakan kurang terciptanya suasana persaudaraan ataupun kerjasama yang kondusif serta karena termasuk kontrak yang tidak alami, maka pihak mudharib tidak bisa memberikan kepastian pendapatan baik dari segi jumlah maupun waktunya menyebabkan pihak investor menjadi ragu untuk menyalurkan pembiayaan mudharabah.<sup>15</sup>

Menurut Hamdalah bahwa sumber daya insani merupakan pemahaman personal bank syariah persepsinya harus disamakan diantaranya hubungan antara atasan dan pegawainya seperti penguatan informasi diperkuat, pelatihan penyampaian serta cara memberikan pelayanan kepada nasabah. Karena seperti dikatakan sebelumnya bahwa pembiayaan itu sendiri memiliki pengaruh resiko yang tinggi dimana jika terjadi antara dua orang maka pemilik modal tersebut semuanya kepada orang lain yang sudah dipercaya untuk mengelolanya tentunya mempunyai resiko tinggi karena pastinya mengalami kerugian. Apalagi produk yang ditawarkan ini tidak gampang, dibutuhkan para bawahan karyawannya untuk belajar mematangkan mengenai konsep-konsep dan nisbah yang ada di bank.<sup>16</sup>

Perusahaan di Indonesia yang mayoritas SDI adalah beragama Islam dan menjalankan sholat, apakah sudah mampu membentuk budaya unggul dalam menghasilkan kinerja yang diharapkan dalam jangka panjang.

Surah Al-Baqarah ayat 32 menjelaskan:

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

<sup>13</sup> Depag, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, (Depok: Cahaya Qur'an, 2008)

<sup>14</sup> Hamka, *Tafsir al-Azhar*, (Jakarta: Panji Masyarakat, 1991), cet ke-1, h.266

<sup>15</sup> Abdul Hakim, *Rendahnya Realisasi Pembiayaan Mudharabah dalam Perbankan Syariah di Indonesia*, (2017)

<sup>16</sup> Ahmad Hamdalah. *Pemikiran Islam*. (Jurnal An-nida' Edisi Desember, 2017 Vol. 41 No. 2 |), 154

Artinya :*Mereka menjawab: Maha Suci Engkau !Tidak ada pengetahuanbagi kami.kecuali yang Engkau ajarkan kepada Kami. Karena sesungguhnya Engkau lah Yang Maha Tahu, lagi Maha Bijaksana.*

Pengembangan penilaian kinerja berbasis syariah untuk meningkatkan kinerja manajemen dalam jangka panjang yang berpengaruh terhadap peningkatan budaya unggul perusahaan sebagai kunci daya saing lokal dan global. Keberlangsungan usaha bukan hanya dilihat dari performa material, tetapi juga nilai-nilai yang diyakini oleh pekerjanya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Quatro terhadap 500 organisasi atau perusahaan yang ada menunjukkan adanya kongruensi antara normativitas spritualitas perusahaan dengan performa perusahaan yang lebih baik. Hal ini berarti perusahaan-perusahaan yang normatif lebih spritual dalam melaksanakan aktivitasnya untuk menghasilkan laba lebih baik, khususnya pertumbuhan pendapatan jangka panjang.<sup>17</sup>

Penelitian Prihandini menyebutkan citra perusahaan / citra lembaga bukan hanya mengenai produk dan pelayanannya saja tapi keseluruhan yaitu kepribadian, reputasi, nilai dan identitas perusahaan.<sup>18</sup>

### 3. Kepercayaan

Menurut Hariri kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam transaksi pembiayaan, oleh karena itu, menjadi sangat penting bagi bank syariah (shahibul maal), sebelum transaksi dimulai untuk meneliti dan meneropong unsur watak atau karakter dari calon mudharib.<sup>19</sup> Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar menarik minat masyarakat diluar sana pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap produk-produk yang ditawarkan. Faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting bagi nasabah dalam transaksi di perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan.

Menurut Founer mengatakan kepercayaan terlihat sebagai faktor yang paling penting untuk meningkatkan loyalitas konsumen.<sup>20</sup> Kepercayaan berkembang dari pengertian saling menguntungkan yang berdasar pada nilai-nilai yang dibagi dan hal

<sup>17</sup> Quatro, SA. 2002. Organizational Spiritual Norma-tivity as Influence on Organizational Culture and Performance in Fortune 500 Firms. Dissertation at Iowa State University, Iowa.

<sup>18</sup> Charisma Hunaning Prihandini, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabaah*, (2018).

<sup>19</sup> Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), 321

<sup>20</sup> Fournier. *Brand relationship quality*. (2018)

ini sangat penting bagi loyalitas.<sup>21</sup> Kepercayaan mengacu kepada keyakinan terhadap sesuatu dan kepercayaan bahwa pada akhirnya akan membawa kebaikan atau keuntungan.<sup>22</sup> Hal pokok yang mendasari orang untuk tetap menggunakan produk kita adalah kepercayaan. Sebagai konsekuensinya jika kepercayaan atas suatu produk tertentu sudah terlalu tinggi maka sudah dapat dikatakan bahwa hal ini akan berlanjut pada loyalitas pada produk tersebut. Rasa percaya yang tinggi dari nasabah akan suatu produk akan memberikan minat bertransaksi yang tinggi terhadap suatu produk.

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang. Dari Abu Sa'ad Al-Khudri ra. dari Nabi Muhammad saw. beliau bersabda:

*“Pedagang yang jujur lagi dipercaya (amanah) akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada.”* (HR. At-Tirmidzi).<sup>23</sup>

Menurut Sari, mengatakan dalam tesisnya bahwa kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk, sedangkan religiusitas mampu memoderasi pengaruh kepercayaan minat memilih produk namun tidak memoderasi sistem bagi hasil terhadap minat memilih produk.<sup>24</sup>

#### 4. Pelayanan

Menurut Yoeti Pelayanan atau jasa (service) adalah suatu hasil (product) dari kegiatan hubungan timbal balik antara producer dan customer dengan melalui beberapa kegiatan internal, producer dapat memenuhi kebutuhan customer dalam bentuk kepuasan (satisfaction).<sup>25</sup> Selanjutnya, menurut Kotler mendefinisikan pelayanan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah.<sup>26</sup> Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Ayat al-Quran dan hadits yang mendorong umat

<sup>21</sup>Widyastuti. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Solusi Menembus Hati Pelanggan, (2017)

<sup>22</sup>Totok Tri Setyanto. *Analisis pengaruh trust mudharabah dan mutu E-Banking terhadap minat Bertransaksi ulang secara online*, (2015)

<sup>23</sup>Abu Sa'ad al-Khudri radhiyallahu 'anhu, HR at-Tirmidzi (no. 1209)

<sup>24</sup>Vico Putri Nilam Sari. *Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Minat Memilih Produk Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang*, (2020)

<sup>25</sup>H. Oka A, Yoeti, *Hotel Marketing* (Jakarta : Perca, 1995) h. 23

<sup>26</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid 2. (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004) h. 45.

manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Eksistensi manusia sebenarnya ditentukan oleh kemanfaatannya kepada orang lain. Setiap perbuatan maka akan kembali kepada orang yang berbuat.

Firman Allah dalam QS. Al-Isra:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْتَوْا وَجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيَبُيِّنُوا مَا عَلَّمُوا تَنْبِيْرًا

Artinya: “*Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri*” (QS. Al-Isra: 7)

Dalam salah satu hadits Rasulullah SAW memerintahkan kepada manusia agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang.

Penelitian Zunaini mengatakan pada penelitiannya bahwa terdapat pengaruh positif tingkat margin dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada pembiayaan mudharabah.<sup>27</sup> Untuk mendapat nilai positif dari nasabah maka kualitas pelayanan yang paling utama ditingkat untuk menarik minat nasabah serta membuat mereka nyaman sehingga setia dengan instansi tersebut.

## 5. Sosialisasi

Menurut Aberchrombie sosialisasi merupakan sebuah proses yang memungkinkan masyarakat tetap bertahan, proses dimana orang belajar untuk menyesuaikan diri dan terjadi transmisi budaya antar generasi.<sup>28</sup> Penelitian yang dilakukan Apriliana mengatakan bahwa sosialisasi produk memiliki pengaruh rendah terhadap rendahnya minat nasabah memilih pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah.<sup>29</sup>

Sosialisasi berpengaruh terhadap produk, agar produk kita ingin dikenal oleh banyak orang maka dilakukannya sosialisasi dan promosi semenarik mungkin kepada masyarakat. Pesan moral sosialisasi terungkap pada Al-Quran Al-Maidah ayat 2 :

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

<sup>27</sup> Anindya Zunaini, *Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah*, (2019)

<sup>28</sup> Nicholas Aberchrombie. *Kamus Sosiologi*. 2010, 529.

<sup>29</sup> Nur Apriliana, *Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah*, (2017)

Artinya :*Hendaklah kalian bekerjasama dalam menegakkan “al-Biir” (kebaikan sosial kemanusiaan/universal) dan jangan bekerjasama dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*(QS. Al-Maidah : 2).

Dari Hadist Nabi menginformasikan bahwa mendamaikan konflik antar manusia memiliki nilai lebih utama ketimbang sholat, puasa atau zakat. Karena kerusakan yang ditimbulkan oleh konflik tersebut adalah kebinasaan agama”.(Al-Jami’ al-Shaghir, I/197).<sup>30</sup>

Dilihat dari latar belakang agama di Negara ini maka idealnya masyarakat Indonesia lebih memilih bertransaksi di bank-bank berbasis syariah yang mana kehalalannya terjamin dibandingkan dengan bank konvensional. Namun kenyataannya yang terjadi dilapangan masyarakat lebih condong untuk memilih bertransaksi di bank-bank konvensional dibanding bank berbasis syariah. Hal ini berhubung karena kurangnya pendekatan dari pihak bank terhadap masyarakat dalam konteks bersosialisasi kepada masyarakat, pendekatan yang bisa dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan melakukan pelatihan langsung disekolah, membuat training di masyarakat maupun sosialisasi kepada kelompok satu ke kelompok masyarakat yang lain. Pihak bank juga lebih konsisten dan selektif dalam mensosialisasi bahwa kinerja maupun kegiatan yang ada dalam perbankan syariah, disamping itu bahwa perbankan syariah menyediakan produk-produk pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil. Sebab dari hal-hal seperti itu sehingga membuat masyarakat tidak sungkan dan mulai tertarik kepada kinerja perbankan syariah.

## 6. Bagi Hasil

Menurut Ascarya menjelaskan ekonomi Islam menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerja sama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan, keuntungan dibagi berdua, dan apabila kegiatan usaha menderita kerugian, kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang terekploitasi (di dzolimi). Sistem bagi hasil dapat berbentuk musyarakah atau mudharabah dengan berbagai variasinya.<sup>31</sup>

Menurut Rismawati dan Rosita dalam penelitian mereka mengatakan bahwa sistem penghitungan keuntungan yang digunakan PT Bank BNI Syariah adalah bagi

<sup>30</sup>Al-Jami’ al-Shaghir, I/197

<sup>31</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 26

hasil, dengan kontrak deposito Mudharabah Mutlaqah. Berdasarkan laporan tahunan 2010 - 2012 jumlah simpanan semakin meningkat. Itu karena produk PT Bank BNI Syariah dipercaya oleh nasabah.<sup>32</sup> Jadi, kita dapat menyimpulkan bahwa sistem bagi hasil simpanan mudharabah dapat mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi pada simpanan.

Pandangan Islam berdasarkan Hadist Nabi sawa). Diriwayatkan oleh Abu Said al-Khudri bahwa Rasulullah SAW. pernah bersabda: *"Emas hendaklah dibayar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, tepung dengan tepung, kurma dengan kurma, garam dengan garam, bayaran harus dari tangan ke tangan (cash). Barang siapa memberi tambahan atau meminta tambahan, sesungguhnya ia telah berurusan dengan riba. Penerima dan pemberi sama-sama bersalah."*<sup>33</sup>

Nasabah yang hendak melakukan transaksi terhadap suatu produk maka yang dilihat juga dari bagaimana bagi hasilnya agar kiranya kedua belah pihak sama-sama mendapatkan keuntungan.

## 7. Promosi

Menurut Laksana mengatakan promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.<sup>34</sup> Menurut Yogiarto dalam penelitiannya mengatakan bahwa bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mudharabah.<sup>35</sup>

Menurut Lubis dalam penelitiannya mengatakan secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan.<sup>36</sup> Menurut Afriani dalam

<sup>32</sup>Rismawati & Siti Rosita, *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Mudharabah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Bank Syariah*, (2018)

<sup>33</sup>(HR. Abu Dawud & Ibnu Majah), lihat: Muhaimin Iqbal, *Dinar Solution; Dinar Sebagai Solusi* (Jakarta: Gema Insani, 2008), h. 96.

<sup>34</sup>Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 133

<sup>35</sup>Antanasius Hardian Permata Yugiarto, *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Syariah Mudharabah*, (2019)

<sup>36</sup>Ismail Marzuki Lubis, *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah*, (2015)

penelitiannya mengatakan bahwa a. *keunggulan produk* yaitu sistem jemput bola dalam menjemput langsung ke nasabah pada pembiayaan mudharabah serta sistem penarikan yang dapat dilakukan setiap saat dalam jam kerja pada mudharabah dan penarikan pada waktu tertentu saja pada tabungan dengan akad wadiah yaitu tabungan pendidikan,<sup>37</sup> tabungan haji, tabungan qurban dan tabungan walimah, b. *Keunggulan harga menyeluruh*, dengan membebaskan biaya administrasi bulanan dan penetapan margin yang cukup tinggi pada mudharabah dan pemberian bonus pada akad wadiah, c. *Tempat/lokasi* yang dekat dengan pasar, d. cara *promosi* yang dilakukan dengan promosi langsung yaitu dengan berbagai alternative yaitu brosur, iklan di radio, media sosial serta promosi langsung dengan cara mulut ke mulut.

Sebagaimana dikemukakan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahqaf : 19.

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَالْيُوفِيُّهُمْ أَعْمَالُهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: Dan setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan balasan amal perbuatan mereka dan mereka tidak dirugikan. (QS. Al-Ahqaf : 19)

Maksudnya balasannya (sedangkan mereka tiada dirugikan) barang sedikitpun misalkan untuk orang-orang mukmin dikurangi dan untuk orang-orang kafir ditambah.<sup>38</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari potongan ayat diatas yaitu kita akan mendapatkan imbalan atas apa yang telah kita kerjakan, seperti halnya dalam suatu pekerjaan diperusahaan, maka apabila kita ingin memperoleh imbalan yang tinggi maka haruslah diimbangi dengan kerja yang lebih baik pula.

## 8. Religiusitas

Menurut Mangunwijaya religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.<sup>39</sup> Menurut Munthe dalam penelitiannya mengatakan bahwa bagi hasil, pelayanan, religidan pendapatan mempengaruhi minat nasabah memilih pembiayaan mudharabah di Bank Muamalat.<sup>40</sup>

Menurut Nisa' juga mengatakan dalam penelitiannya bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan

<sup>37</sup> Leni Afriani, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Mudharabah dibandingkan dengan Wadiah pada BMT At-Taqwa*, (2018)

<sup>38</sup> Tafsir Al-Jalalain <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-46-al-ahqaf/ayat-19>

<sup>39</sup> Mangunwijaya Y.B, *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*, (Jakarta: Gramedia, 1986), 34.

<sup>40</sup> Safaruddin Munthe, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah di Bank Muamalat*, (2018)

terhadap minat nasabah untuk pembiayaan mudharabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.<sup>41</sup>

فَإِذَا قَضَيْتُمُ الصَّلَاةَ فَادْكُرُوا اللَّهَ فِيمَا وُقِعْتُمْ وَاعْبُدُوا عَلَى جُنُوبِكُمْ فَإِذَا أَطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْقُوتًا

Artinya: “Selanjutnya, apabila kamu telah menyelesaikan salat(mu), ingatlah Allah ketika kamu berdiri, pada waktu duduk dan ketika berbaring. Kemudian, apabila kamu telah merasa aman, maka laksanakanlah salat itu (sebagaimana biasa). Sungguh, salat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman.” (QS. An-Nisa : 103).

Rukun melaksanakan sholat lima waktu ini menawarkan beberapa kaitan terhadap konsep rangkaian kesehatan Islami. Dari tahap tidak langsung, unsur psikodinamis dari ritual, dalam pelaksanaan sholat menawarkan “meditasi” rutin, yang mana menghasilkan rasa tenang, penuh harapan, kepuasan hati dan emosi positif yang kesemuanya dianggap sebagai pembentuk “*sense of coherence*.”<sup>42</sup> Dalam hal ini, kaum Muslim terikat oleh kewajiban untuk membersihkan diri mereka sendiri sedikitnya paling tidak lima kali dalam sehari, menandakan secara jelas tentang pentingnya higienitas atau kebersihan didalam Islam.

## 9. Lokasi

Menurut Longnecker lokasi ialah tempat dimana perusahaan dapat dilihat dan dikenal oleh konsumen, sehingga penentuan lokasi yang tepat akan memberikan kontribusi yang baik untuk jalannya suatu usaha. Pentingnya keputusan akan menaikan taruhan dan menjalankan bisnis yang telah dijalankan, jika pilihan lokasi tersebut tidak bagus, bisnis mungkin tidak akan pernah berkembang, bahkan dengan pendanaan dan mencukupi kemampuan manajeral yang lebih baik<sup>43</sup> Lokasi perusahaan ditentukan oleh biaya dan ketidakmungkinan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.

<sup>41</sup> Choiratun Nisa', *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Religiusitas Nasabah terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah*, (2018)

<sup>42</sup> Maulana, “Islam and Health Dimension in 20th Century,” hlm. 89.

<sup>43</sup> Justin G. Longnecker Dan Carlos W. Moore, j. Willian Petty, *Kewirausahaan, Salemba Empat*, (Jakarta: 2010), h.240

Menurut Sinungan Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja. Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling *banyak* memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya”.<sup>44</sup> Pendapat lain mengatakan bahwa lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya.

Menurut Cahyati dalam penelitiannya menunjukkan bahwa: 1) variabel pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih tabungan mudharabah, 2) variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah memilih tabungan mudharabah, 3) variabel lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan mudharabah, 4) dan pengujian secara bersama-sama variabel pengetahuan konsumen, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih tabungan mudharabah.<sup>45</sup>

Penentuan lokasi harus diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yakni melarang melakukan kerusakan lingkungan.

Seperti tertulis dalam Al-Qur'an surah Al-Furqan : 48-49.

وَهُوَ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ بُشْرًا بَيْنَ يَدَيْ رَحْمَتِهِ وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً طَهُورًا<sup>٤٤</sup>

Artinya: “Dialah (Allah) yang meniupkan angin (sebagai) pembawa kabar gembira sebelum kedatangan rahmat-Nya (hujan); dan kami turunkan dari langit air yang amat bersih, agar kami menghidupkan dengan air itu negeri (tanah) yang mati, agar kami member minum dengan air itu sebagian besar dari makhluk kami, binatang-binatang ternak dan manusia yang banyak”. ( Al-Furqan : 48-49)

## 10. Kualitas Produk

Menurut Kresnamukti dan Putri kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk pada keseluruhan yang

<sup>44</sup> Moch. Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*. (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), h

<sup>45</sup> Dwi Nurdiana Cahyati, *Pengaruh Pengetahuan konsumen, Kualitas Pelayanan & Lokasi terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat*, (2018)

durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi juga atribut produk lainnya.<sup>46</sup> Menurut Suryatikualitas produk adalah keseluruhan corak dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keinginan ataupun kebutuhan pelanggan.<sup>47</sup>

Jika dilihat dalam perspektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah produk yang halal dan memiliki mutu atau kualitas yang terbaik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk laku menurunkan kualitas suatu produk. Dan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan itu juga harus mendapat persetujuan bersama antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli produk tersebut.

Dalam suatu hadits disebutkan: *“Hakim bin Nazam berkata: Nabi bersabda, “Penjual dan pembeli memiliki hak pilih sama sebelum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuslah keberkahan jual beli mereka.”* (HR. Al-Bukhari)<sup>48</sup>

### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban atas suatu permasalahan yang bersifat sementara pada penelitian sampai terbukti, melalui uji hipotesis dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.<sup>49</sup> Dimana dalam penjelasan hipotesis ini menjelaskan hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah :

#### 1. Faktor Resiko Tinggi

Menurut Dumairimengatakan, faktor resiko yang tinggi dengan alasan kehati-hatian dan adanya ketidakpastian hasil yang diperoleh pemilik dana dari pengelola tersebut maka membuat para praktisi lembaga keuangan syariah terlalu ekstra hati-hati sehingga takut untuk menyalurkan pembiayaan bagi hasil.<sup>50</sup>

Dimana para peneliti juga telah melakukan beberapa penelitian mengenai hubungan faktor resiko tinggiterhadap Minat Nasabah diantaranya Muhammad Choirul Anwar dan Rafiudin Ahmad Furqon hasil penelitian mengatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

<sup>46</sup> Kresnamurti, Agung, dan Putri, Ariani. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur”*. (Jurnal Econo Sains. Vol 10 No.1. 2012), 3

<sup>47</sup> Suryati, L. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.

<sup>48</sup>(H.R. Bukhari pada kitab ke-34, Kitab Jual Beli bab ke-19)

<sup>49</sup>Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta : Rineka Cipta. 2010). 110

<sup>50</sup>HM. Dumairi Nor. *Ekonomi Syariah (versi Salaf)*, 78-84

## 2. Sumber Daya Insani

Sjahdeini<sup>51</sup> mengatakan rendahnya pemahaman sumber daya insani (SDI) terhadap pembiayaan bagi bagi hasil akan menyebabkan lembaga keuangan syariah kurang memberi informasi kepada masyarakat / nasabah tentang pembiayaan bagi hasil.

Sumber daya insani yang ada disini yaitu bagaimana pemahaman personal bank syariah, persepsinya harus disamakan diantaranya hubungan antara atasan dan pegawainya seperti penguatan informasi diperkuat, pelatihan penyampaian serta cara memberikan pelayanan kepada nasabah. Karena seperti dikatakan sebelumnya bahwa pembiayaan itu sendiri memiliki pengaruh resiko yang tinggi dimana jika terjadi antara dua orang maka pemilik modal tersebut semuanya kepada orang lain yang sudah dipercaya untuk mengelolanya tentunya mempunyai resiko tinggi karena pastinya mengalami kerugian. Apalagi produk yang ditawarkan ini tidak gampang, dibutuhkan para bawahan karyawannya untuk belajar mematangkan mengenai konsep-konsep dan nisbah yang ada di bank.

Beberapa penelitian mengenai hubungan Sumber Daya Insani terhadap Minat Nasabah diantaranya Charisma Hunaning Prihandini, Abdul Hakim dan Gugub Siti Badriyah. Hasil dari penelitian mereka mengatakan variabel SDI (internal /reputasi dan Citra) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk BPRS.

## 3. Kepercayaan

Menurut Hariri kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam transaksi pembiayaan, oleh karena itu, menjadi sangat penting bagi bank syariah (shahibul mal), sebelum transaksi dimulai untuk meneliti dan meneropong unsur watak atau karakter dari calon mudharib, sebagai salah satu faktor dari *the five C's of credit*, dalam hal bank melakukan analisis terhadap permohonan kredit calon nasabah debitur dan kemampuan usaha yang akan dibiayai untuk menghasilkan dana sebagai sumber pelunasan kepada bank. Oleh karena itu shahibul maltidak dapat meminta jaminan dari debitur karena memang debitur tidak akan menanggung resiko bila terjadi kerugian, selain resiko non financial.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Sutan Remi Sjahdeni, *Perbankan Islam*, (Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1999), 33.

<sup>52</sup>Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016),321

Besarnya tingkat kepercayaan pada nasabah mempengaruhi minat nasabah memilih jasa perbankan yang akan digunakan juga. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap BPRS Bobato Lestari, maka nasabah juga menambah keinginan untuk menggunakan jasa perbankan di BPRS Bobato Lestari. Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan prinsip kehati-hatian untuk menjaga kepercayaan nasabah. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Mudharabah.

Beberapa penelitian mengenai hubungan kepercayaan terhadap Minat Nasabah diantaranya Wawan Muhwan Hariri, Widyastuti, Totok Tri Setyanto dan Vico Putri Nilam Sari dari hasil penelitian mengatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk BPRS.

#### 4. Pelayanan

Menurut Yoeti mengatakan Pelayanan atau jasa layanan adalah suatu hasil produk dari kegiatan hubungan timbal balik antara produsen dan pelanggan dengan melalui beberapa kegiatan internal, kebutuhan kepuasan pelanggan harus dipenuhi oleh produsen.<sup>53</sup> Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti perbankan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki layanan yang baik agar nasabah merasa tertarik memilih produk BPRS Bobato Lestari.

Beberapa penelitian mengenai hubungan pelayanan terhadap Minat Nasabah diantaranya Zunaini dan Fauz Moh'd Khamis & Rosemaliza AbRashid. Hasil penelitian mengatakan terdapat pengaruh positif pelayanan terhadap minat nasabah pada pembiayaan.

#### 5. Sosialisasi

Menurut Aberchrombie sosialisasi merupakan sebuah proses yang memungkinkan masyarakat tetap bertahan, proses dimana orang belajar untuk menyesuaikan diri dan terjadi transmisi budaya antar generasi.<sup>54</sup> Sosialisasi yang sering dilakukan akan membawa dampak positif bagi pertumbuhan BPRS Bobato Lestari itu sendiri. Salah satu dampak positif itu adalah meningkatnya jumlah nasabah

<sup>53</sup>H. Oka A Yoeti, *Hotel Marketing*. (Jakarta : Perca, 1995), 23

<sup>54</sup> Nicholas Aberchrombie. *Kamus Sosiologi*. 2010, 529.

yang dapat menunjang pertumbuhan BPRS Cabang Kota Tidore. Namun melalui wawancara awal yang dilakukan peneliti, sebagian masyarakat masih bertahan menjadi nasabah konvensional. Menyadari kondisi ini BPRS setidaknya memberikan pemahaman terhadap masyarakat, misalnya mengenai ragam produk yang dimiliki BPRS lebih menarik dari perbankan lain, sehingga dapat menarik masyarakat untuk mencoba produk yang ditawarkan.

Beberapa penelitian mengenai hubungan sosialisasi terhadap Minat Nasabah diantaranya Nur Apriliana, Fadahunsi dan Kargwell mengatakan bahwa sosialisasi memiliki pengaruh rendah terhadap minat nasabah.

#### 6. Bagi Hasil

Menurut Danupranata mengatakan salah satu faktor yang bisa menarik nasabah dan mempertahankannya adalah adanya prinsip bagi hasil yang sesuai dengan harapan nasabah. Bagi hasil merupakan salah satu ciri khusus yang ditawarkan dalam lembaga keuangan syariah kepada masyarakat dengan pembagian hasil usaha yang ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad), sesuai dengan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak.<sup>55</sup> Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun pihak nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah.<sup>56</sup>

Beberapa penelitian mengenai hubungan bagi hasil terhadap Minat Nasabah diantaranya Santi Setiawati dan Rismawati & Siti Rosita mengatakan bahwa sosialisasi berpengaruh terhadap minat nasabah.

#### 7. Promosi

Menurut Laksanaberpendapat bahwa promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.<sup>57</sup>

Setiap bank memiliki produk yang diunggulkan untuk menarik minat nasabahnya. Dari berbagai macam produk yang ditawarkan oleh BPRS, salah satunya

<sup>55</sup>Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 33

<sup>56</sup>Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia*. (Yogyakarta: UGM Press, 2007), 90-92

<sup>57</sup>Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 133

adalah produk penghimpunan dana, yaitu tabungan Mudharabah. Mudharabah sendiri adalah transaksi penanaman dana dari pemilik (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudahrib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjamkan dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai mudahrib (pengelola), sedangkan penabung bertindak sebagai (shahibul maal), antara keduanya diadakan akad mudharabah yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak.<sup>58</sup>

Beberapa penelitian mengenai hubungan promosi terhadap Minat Nasabah diantaranya Antanasius Hardian Permana Yugiarto, Ismail Marzuki Lubis dan Leni Afriani hasil penelitian mengatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah.

#### 8. Religiusitas

Menurut Mangunwijaya religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.<sup>59</sup> Salah satu faktor yang menentukan ketertarikan nasabah yaitu faktor agama atau religiusitas. Seorang konsumen yang memiliki religiusitas tinggi akan cenderung memilih praktek yang sesuai dengan ajaran-ajaran agama. Untung dan rugi dalam ekonomi sangat penting dalam menjalankan suatu usaha. Namun apabila dihadapkan pada ketentuan agama yang melarang adanya riba, maka pengusaha yang memiliki religiusitas akan lebih memilih pembiayaan pada lembaga keuangan syariah.<sup>60</sup>

Beberapa penelitian mengenai hubungan religiusitas terhadap Minat Nasabah diantaranya Safaruddin Munthe, Choiratun Nisa' dan Vico Putri Nilam Sari hasil penelitian mengatakan religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

#### 9. Lokasi

Menurut Kashmirmengatakan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan

---

<sup>58</sup> Ismail Marzuki Lubis, *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah*, (2015).

<sup>59</sup> Mangunwijaya Y.B, *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*, (Jakarta: Gramedia, 1986), 34.

<sup>60</sup> Choiratun Nisa', *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Religiusitas Nasabah terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah*, (2018)

lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting.<sup>61</sup> Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.

Beberapa penelitian mengenai hubungan lokasi terhadap Minat Nasabah diantaranya Dwi Nurdiana Cahyati dan Rafi Fariz hasil penelitian mengatakan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah memilih mengajukan pembiayaan.

#### 10. Kualitas Produk

Menurut Kresnamukti dan Putri kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk pada keseluruhan yang durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi juga atribut produk lainnya.<sup>62</sup>

Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana utama pemasar. Kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Perusahaan selalu berusaha memuaskan konsumen mereka dengan menawarkan produk berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumen). Seseorang yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika membeli dan menggunakan suatu produk.<sup>63</sup>

Beberapa penelitian mengenai hubungan kualitas produk terhadap Minat Nasabah diantaranya Handika Pranata dan Aan Levya hasil penelitian mengatakan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

---

<sup>61</sup>Kashmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 163

<sup>62</sup>Kresnamurti, Agung, dan Putri, Ariani. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur". (*Jurnal Econo Sains*. Vol 10 No.1. 2012), 3

<sup>63</sup>Handika Pranata. Artikel Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung Nasabah Mudharabah Koperasi Ikms Meriani Manaf Sejahtera Syariah, (2017).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. *Explanatory research* yaitu untuk menjaga hubungan kausal dan pengujian hipotesa.<sup>64</sup> Menurut Sani & Vivin Penelitian *explanatory* adalah untuk menguji hipotesis antar variabel yang dihipotesiskan.<sup>65</sup>

Menurut Martono metode penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena atau gejala sosial secara kuantitatif atau menjelaskan bagaimana fenomena / gejala sosial yang terjadi di kalangan masyarakat saling berhubungan satu sama lain.<sup>66</sup>

Penelitian eksplanatory dalam penelitian ini guna untuk menjelaskan hubungan faktor resiko tinggi, sumber daya insani, kepercayaan, pelayanan, sosialisasi, bagi hasil, promosi, religiusitas, lokasi dan kualitas produk terhadap minat masyarakat (nasabah) pada pembiayaan mudharabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Subyek dalam penelitian ini adalah nasabah BPR Syariah Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.

#### **C. Variabel Penelitian**

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel laten dan variabel manifest yang dalam hal ini minat nasabah Kota Tidore Kepulauan dengan penjelasannya sebagai berikut.

##### **1. Variabel Laten**

Variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diamati dan diukur secara langsung, sehingga membutuhkan indikator untuk mengukurnya. Variabel laten terbagi menjadi 2, yaitu variabel laten eksogen dan variabel laten endogen.

---

<sup>64</sup> Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian. *Metode Penelitian Survei*. (Edisi Revisi. Jakarta : Pustaka LP3ES. 2006),

<sup>65</sup> Sani, Achmad Supriyanto & Vivin Maharani, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press. 2013.

<sup>66</sup> Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers. 2015), 215.

Variabel laten eksogen merupakan variabel bebas sedangkan variabel endogen yaitu variabel terikat.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti faktor-faktor mana saja yang berpengaruh terhadap minat nasabah sebagai variabel laten eksogen dan faktor manakah yang paling dominan terhadap minat nasabah sebagai variabel laten endogen. Variabel-variabel tersebut dapat diukur melalui variabel teramati yaitu, setiap item pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan pada responden.

## 2. Variabel manifes

Variabel manifes biasa dikenal juga dengan sebutan variabel teramati atau variabel terukur. Variabel terukur ini berperan sebagai indikator dari variabel laten dalam penelitian ini.

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi dari variabel-variabel pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X1) pada penelitian ini adalah faktor resiko tinggi. Dimana faktor resiko tinggi adalah resiko yang terdapat dalam penerapan pembiayaan relatif tinggi di antaranya : 1. *Side strefulang*; nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad, 2. Lalai dan kesalahan yang disengaja, dan 3. Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur. Dimana indikator dari faktor resiko tinggi adalah a) kelalaian, b) kerugian dan c) tanggung jawab.<sup>67</sup>
2. Variabel Independen (X2) pada penelitian ini adalah sumber daya insani. Sumber daya insani adalah Rendahnya pemahaman sumber daya insani (SDI) terhadap pembiayaan bagi hasil akan menyebabkan lembaga keuangan syariah kurang memberi informasi tentang pembiayaan bagi hasil. Ascarya dan Dianamenjelaskan sumber daya insani yang belum memadai yaitu untuk menangani, memproses, memonitor, menyelia, dan mengaudit berbagai proyek bagi hasil. Indikator dari sumber daya insani yaitu a) reputasi, b) citra dan c) pemahaman.<sup>68</sup>
3. Variabel Independen (X3) dalam penelitian ini adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam transaksi pembiayaan, oleh karena itu, menjadi sangat penting bagi bank syariah (shahibul

<sup>67</sup> HM. Dumairi Nor. *Ekonomi Syariah (versi Salaf)*, 78-84

<sup>68</sup> Ascarya & Diana. Mencari Solusi Rendahnya Pembiayaan Bagi Hasil Di Perbankan Syariah Indonesia. (Artikel, Juni 2005), 23

maal), sebelum transaksi dimulai untuk meneliti dan meneropong unsur watak atau karakter dari calon mudharib, sebagai salah satu faktor dari *the five C's of credit*, dalam hal bank melakukan analisis terhadap permohonan kredit calon nasabah debitur dan kemampuan usaha yang akan dibiayai untuk menghasilkan dana sebagai sumber pelunasan kepada bank. Indikator kepercayaan yaitu a) pemahaman, b) keadilan dan c) kejujuran.<sup>69</sup>

4. Variabel Independen (X4) dalam penelitian ini adalah pelayanan. Pelayanan merupakan semua jenis aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk menghadirkan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini hasrat dan hajat pelanggan dapat terpenuhi. Indikator pelayanan yaitu a) kepuasan, b) kebutuhan dan c) aktivitas.<sup>70</sup>
5. Variabel Independen (X5) dalam penelitian ini adalah sosialisasi. Sosialisasi merupakan sebuah proses yang memungkinkan masyarakat tetap bertahan, proses dimana orang belajar untuk menyesuaikan diri dan terjadi transmisi budaya antar generasi. Indikator dari faktor sosialisasi ini a) produk, b) transaksi dan c) sistem.<sup>71</sup>
6. Variabel Independen (X6) dalam penelitian ini adalah bagi hasil. Bagi hasil merupakan salah satu ciri khusus yang ditawarkan dalam lembaga keuangan syari'ah kepada masyarakat dengan pembagian hasil usaha yang ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad), sesuai dengan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Indikator bagi hasil yaitu a) keuntungan, b) akad dan c) modal.<sup>72</sup>
7. Variabel Independen (X7) dalam penelitian ini adalah promosi. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Indikator promosi yang akan diukur a) penawaran, b) pembiayaan dan c) keunggulan.<sup>73</sup>

---

<sup>69</sup> Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), 321

<sup>70</sup> Kashmir. *Manajemen Perbankan*, (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2010), 22

<sup>71</sup> Nicholas Aberchrombie, (*Kamus Sosiologi*. 2010), 529

<sup>72</sup> Santi Setiawati. *Thesis Pengaruh Implementasi Prinsip Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah (KSPPS) BMT Al-Ittihad*, (2017)

<sup>73</sup> Adiwarmar Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 206-209

8. Variabel Independen (X8) dalam penelitian ini adalah religiusitas. Religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal. Indikator religiusitas yang akan diukur yaitu a) keimanan, b) riba dan c) kepribadian.<sup>74</sup>
9. Variabel Independen (X9) dalam penelitian ini adalah lokasi. Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting.<sup>75</sup> Indikator lokasi ini adalah a) kemudahan, b) jangkauan dan c) keputusan.
10. Variabel Independen (X10) dalam penelitian ini adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk pada keseluruhan yang durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi juga atribut produk lainnya. Indikator kualitas produk ini yaitu a) manfaat, b) nilai dan c) konsekuensi.<sup>76</sup>
11. Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat nasabah. Minat nasabah merupakan ketertarikan seseorang / konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Indikator dari minat nasabah yaitu a) marketing mix, b) budaya, c) sosial, d) pribadi dan e) psikologis.

**Tabel 4: Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Dimensi Pengukuran	Definisi Operasional	Indikator
1.	Faktor Resiko Tinggi	a. Kelalaian	Kelalaian terjadi akibat ada unsur sengaja/kesengajaan dari pemilik dana atau pengelola	1. Tidak baik
				2. Sengaja
				3. Tidak sengaja
		b. Kerugian	Kerugian yang dialami pemilik modal dengan berkurangnya nilai suatu benda oleh suatu peristiwa langsung/tidak langsung.	1. Modal berkurang
				2. Perhitungan
				3. Pertimbangan
		c. Tanggung jawab	Tanggung jawab adalah kemampuan seseorang atas perbuatannya.	1. Mengelolah
				2. Menanggung Resiko

<sup>74</sup> Mangunwijaya Y.B, Menumbuhkan Sikap Religius Anak, (Jakarta: Gramedia,1986), 34.

<sup>75</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran...*, 206

<sup>76</sup> Kresnamurti, Agung dan Putri, Ariani. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur". (*Jurnal Econo Sains*. Vol 10 No.1. 2012), 3

2.	Faktor Sumber Daya Insani	a. Reputasi	Reputasi sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan segala kebijakan yang diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.	1. Keunggulan 2. Pengalaman 3. Kompetensi
		b. Citra	Citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan.	1. Gambar fisik 2. Hubungan masyarakat 3. Moralitas perusahaan
		c. Pemahaman	Pemahaman seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu dan setelah itu diketahui dan diingat.	1. Menyatakan ulang sebuah konsep 2. Mengaplikasikan konsep pemecahan masalah
3.	Faktor Kepercayaan	a. Keyakinan	Keyakinan seseorang yang kuat terhadap sesuatu yang ingin dilakukan.	1. Melakukan kegiatan tanpa ragu 2. Tidak mudah putus asa 3. Tidak canggung dalam bertindak
		b. Transparan	Transparansi perbankan syariah dengan memberikan informasi tentang penyelenggaraan perbankan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaannya.	1. Prinsip riba 2. Gharar 3. Masyir
		c. Kejujuran	Kejujuran perbankan syariah ketaatan pada Alquran dan Al Hadist diantaranya memberikan pelayanan prima, menjaga kerahasiaan nasabah dan menjamin kehalalan transaksi.	1. Mendekatkan ketaqwaan 2. Kecakapan sistem syariah 3. Penguasaan fiqh muamalah
4.	Faktor Pelayanan	a. Daya Tanggap	Daya tanggap perbankan syariah diwujudkan dengan respon atau kesiapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.	1. Ucapan sala, senyum dan sapa 2. Keterbukaan akad
		a. Jaminan	Pembiayaan perbankan syariah secara umum dapat disetujui oleh bank bila nasabah menyertai permohonan dengan jaminan yang layak	1. Harta benda
		b. Empati	Empati pada perbankan syariah diantarkan diwujudkan dalam mendengarkan keluhan nasabah	1. Silaturahmi komunitas kajian 2. Gaetring hari raya Islam

			penabung, interaksi rutin dan membantu nasabah penabung yang tidak mampu.	3. Program shodaqoh jumat
5.	Faktor Sosialisasi	a. Produk	Produk perbankan syariah merupakan jasa keuangan yang dikembangkan oleh industry perbankan syariah dengan konsep profit and loss sharing, diantaranya tabungan, pembiayaan dan kebijakan	1. Mudharabah 2. Murabahah 3. Ijarah
		b. Transaksi	Transaksi perbankan syariah dilakukan sesuai akad dan berpedoman pada alquran dan Al Hadist dan menghindari larangannya.	1. Sistem syariah 2. Tabungan nasabah 3. Kecukupan saksi
		c. Sistem	Sistem perbankan syariah mengacu pada tata aturan yang telah disetujui oleh dewan syariah diantaranya pada akad, keakuratan pada data	1. Keterbukaan 2. Shodaqoh rutin
6.	Faktor Bagi Hasil	a. Keuntungan	Keuntungan perbankan syariah di wujudkan dengan keberhasilan kenaikan modal suatu usaha	1. Bebas riba 2. Sistem praktik syariah
		b. Akad	Akad perbankan syariah berpedoman pada Alquran dan Al Hadist yang di wujudkan dalam SOP diantaranya menjaga kejujuran tanpa pamrih dan memegang janji	1. Keterbukaan akad 2. Sholat berjamaah waktu istirahat 3. Tepat waktu
		c. Modal	Modal perbankan syariah di wujudkan dengan adanya kekayaan yang dimiliki perbankan untuk diberikan kepada nasabah.	1. Memberikan pinjaman 2. Membuat perjanjian
7.	Faktor Promosi	a. Penawaran	Penawaran perbankan syariah dengan jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual dengan kemungkinan harga kepada seseorang	1. Dapat dipercaya 2. Kepuasan 3. Menghindari bunga
		b. Pembiayaan	Pembiayaan perbankan syariah adalah penyediaan uang yang akan diberikan kepada nasabah	1. Berupa bagi hasil 2. Bebas riba 3. Prinsip syariah
		c. Keunggulan	Keunggulan perbankan syariah yaitu apa yang ditawarkan tidak kalah dengan bank konvensional	1. Manajemen financial yang lebih aman

			dan menguntungkan	2. Membantu orang yang butuh dizakati 3. 100% halal
8.	Faktor Religiusitas	a. Keimanan	Keimanan perbankan syariah sesuai dengan konsep yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah dan berpedoman pada Alquran dan Al Hadist	1. Pengajian rutin 2. Pigura ayat-ayat Alquran di dinding 3. Sholat tepat waktu
		b. Riba	Riba perbankan syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional yang mengacu pada syariat Islam	1. Kesesuaian dengan akad syariah 2. Menghindari bunga
		c. Kepribadian	Sumber daya insani dalam perbankan syariah memegang aturan secara syariah dalam pelayanannya diantaranya seragam yang menutup aurat dan mengucapkan salam saat menerima nasabah penabung	1. Mengucapkan salam 2. Berhijab syari
9.	Faktor Lokasi	a. Kemudahan	Kemudahan perbankan syariah dalam memberikan kenyamanan, keterbukaan terhadap nasabah yang datang berkunjung	1. Memenuhi janji 2. Mudah dijangkau 3. Membantu nasabah
		b. Jangkauan	Jangkauan perbankan syariah menunjukkan kemudahan seseorang nasabah dalam menjangkaunya	1. Lokasi 2. Akses yang mudah
		c. Lingkungan	Lingkungan kantor perbankan syariah menjaga suasana yang syariah diantaranya memasang pigura surat Alquran dan surra adzan berkumandan pada saat jam menunjukan waktu sholat	1. pigura ayat-ayat Alquran di dinding 2. Suara adzan pada jam sholat
10.	Faktor Kualitas Produk	a. Manfaat	Manfaat perbankan syariah dengan memberikan keuntungan serta terhindar dari praktik bunga kepada nasabah ataupun penabung	1. Menarik perhatian 2. Akuisisi 3. Keistimewaan 4. Keandalan 5. Kesesuaian
		b. Nilai	Manfaat perbankan syariah diantaranya manfaat pengetahuan pada penerapan nilai-nilai usaha yang sesuai syariah, jaminan kehalalan transaksi dan manfaat nilai sosial	1. Pahala jihad 2. Etika salam 3. Shodaqoh rutin
		a. Konsekuensi	Konsekuensi perbankan syariah terjadi dengan dampak keputusan yang diambil dalam mengelola	1. Pemberdayaan ekonomi kaum duafa 2. Pengembalian

Tabel 5 :Definisi Operasional Variabel Minat Nasabah

No	Variabel	Dimensi Pengukuran	Definisi Operasional	Indikator
1.	Minat Nasabah	a. Marketing Mix / Bauran Pemasaran	Marketing mix perbankan syariah adalah perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan	1. Produk 2. Harga 3. Promosi 4. Tempat
		b. Faktor Budaya	Faktor budaya perbankan syariah penentu keinginan yang paling mendasar dengan mengikuti perkembangan tren yang ada	1. Budaya 2. Sub budaya
		c. Faktor Sosial	Faktor sosial perbankan syariah dimana kondisi masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan	1. Keluarga 2. Status 3. Peranan
		d. Faktor Pribadi	Faktor sosial perbankan syariah sebagai perilaku seorang konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian	1. Mencari 2. Membeli 3. Menggunakan 4. Memposisikan
		e. Faktor Psikologis	Faktor psikologis perbankan syariah dimana keadaan internal setiap individu akan dan ketika melakukan suatu tindakan	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Belajar 4. Kepercayaan 5. Sikap

### E. Populasi

Sugiono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 257 orang yang semuanya dijadikan sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proporsional Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sesuai dengan proporsinya, banyak atau sedikit populasi.<sup>77</sup> Agar sampel yang diambil dapat dikatakan representatif, maka peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut;<sup>78</sup>

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan :

n = jumlah sampel

<sup>77</sup>Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, R & D*. (Bandung : Alfabeta), 80

<sup>78</sup>Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Cet ke 6, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 2014), 78

$N$  = jumlah populasi

$E$  = Nilai kritis akibat salah dalam sampel (%)

Populasi dari penelitian sebanyak 257 orang. Untuk nilai kritis yang digunakan dalam rumus tersebut adalah  $e = 5\% = 0,05$ . Maka model penghitungan sampel berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{257}{1+(257 \times 0,05^2)}$$

$$n = 167$$

Berdasarkan penghitungan tersebut, maka sampel yang dapat digunakan pada penelitian ini sebanyak 167 responden.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Ada beberapa teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data pada penelitian ini dengan maksud untuk memperoleh data yang lengkap guna menunjang permasalahan yang nantinya bisa mendukung keberhasilan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik-teknik pengumpulan data kuesioner (angket).

Sugiono, Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan/pertanyaan terbuka atau tertutup, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau via internet.

Kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden sebagai bentuk untuk mengetahui faktor resiko tinggi, sumber daya insani, kepercayaan, pelayanan, sosialisasi, bagi hasil, promosi, religiusitas, lokasi dan kualitas produk terhadap minat masyarakat (nasabah) pada praktek pembiayaan mudharabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.

Skala yang digunakan dalam pembobotan skor untuk kuesioner adalah skala likert. Skala likert pada umumnya digunakan untuk mengukur pendapat, sikap serta persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Untuk mengisi skala likert dalam instrument maka telah disediakan alternative jawaban dari setiap butir pertanyaan yang akan dipilih satu dari jawaban yang sesuai dengan responden. Adapun skor bobot sebagai berikut:

1. Pilihan jawaban alternative sangat setuju diberi skor 5
2. Pilihan jawaban alternative setuju diberi skor 4
3. Pilihan jawaban alternative ragu-ragu diberi skor 3
4. Pilihan jawaban alternative kurang setuju diberi skor 2
5. Pilihan jawaban alternative tidak setuju diberi skor 1

### **G. Instrument Penelitian**

Menurut Syofian, instrument penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.<sup>79</sup> Alat yang digunakan oleh peneliti sebagai alat pengumpulan data adalah kuesioner (angket).

### **H. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan data yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Sedangkan uji validitas adalah tindakan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengukur valid atau tidak valid suatu kuesioner yang diisi oleh parah responden melalui hasil pengisian kuesioner. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk ketepatan hasil dari jawaban yang telah diberikan responden melalui kuesioner, sehingga data yang diperoleh oleh peneliti akan sesuai dengan penelitian yang telah diadakannya.

### **I. Uji Validitas dan reliabilitas Instrumen**

Kuisisioner yang akan digunakan sebagai alat pengumpul data terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat ketepatan dan kehandalan kuisisioner sebagai alat pengumpul data. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas kuisisioner penelitian dapat dijelaskan sebagaimana di bawah ini :

#### **1. Pengujian Validitas Instrumen**

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dengan skor total menggunakan teknik *Korelasi Pearson (Product Moment)*. Kriteria pengujian menyatakan apabila koefisien korelasi ( $r_{IT}$ )  $\geq$  korelasi table ( $r_{tabel}$ ) berarti item kuesioner dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel yang diukurnya, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data. Adapun ringkasan hasil pengujian validitas sebagaimana tabel berikut:

---

<sup>79</sup>Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2017,46

Tabel 6 : Hasil Pengujian Validitas Instrumen

Item	Pernyataan	r hit	r tabel	Ket.
	<b>Resiko Tinggi</b>			
	<b>Kelalaian</b>			
1	Nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad.	0.763	0.361	Valid
2	Kesalahan yang dilakukan dengan disengaja.	0.737	0.361	Valid
3	Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur.	0.753	0.361	Valid
	<b>Kerugian</b>			
1	Kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola.	0.648	0.361	Valid
2	Apabila kerugian diakibatkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.	0.585	0.361	Valid
3	Kerugian akibat dari kelalaian.	0.755	0.361	Valid
	<b>Tanggung jawab</b>			
1	Pemilik modal bertanggung jawab atas kerugian.	0.722	0.361	Valid
2	Pengelola bertanggung jawab atas kerugian.	0.783	0.361	Valid
3	Tidak ada rasa tanggung jawab diantara salah satu pihak.	0.742	0.361	Valid
	<b>Sumber Daya Insani</b>			
	<b>Reputasi</b>			
1	BPRS sudah mulai dikenal kalangan masyarakat	0.728	0.361	Valid
2	Produk yang ditawarkan sesuai prinsip syariah	0.632	0.361	Valid
3	Jaringan ATM yang dimiliki Bank BPR masih terbatas.	0.703	0.361	Valid
	<b>Citra</b>			
1	Tidak ada simpangsiur pada produk pembiayaan	0.791	0.361	Valid
2	Prosedur sudah sesuai dengan kapasitas BPRS	0.543	0.361	Valid
3	BPRS berjalan sesuai keuntungan yang jelas jumlahnya.	0.633	0.361	Valid
	<b>Pemahaman</b>			
1	Para pegawainya lancar ketika menjelaskan produk pembiayaan.	0.650	0.361	Valid
2	Saya memahami bahwa BPRS berorientasi Islami.	0.728	0.361	Valid
3	Saya mendapatkan rekomendasi dari teman untuk menabung di BPRS.	0.685	0.361	Valid
	<b>Kepercayaan</b>			
	<b>Keyakinan</b>			
1	Menganggap BPRS merupakan solusi terbaik mengajukan pinjaman.	0.716	0.361	Valid
2	Produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS dapat dipercaya.	0.569	0.361	Valid
3	Saya yakin karyawan BPRS memiliki moral yang baik dan tulus dalam membantu saya.	0.655	0.361	Valid

Item	Pernyataan	r hit	r tabel	Ket.
	<b>Transparan</b>			
1	BPRS harus transparan dalam menawarkan produk/layanan kepada nasabah.	0.650	0.361	Valid
2	BPRS terbuka memberikan informasi tentang keluhan nasabah.	0.588	0.361	Valid
3	BPRS sangat transparan dalam memberikan informasi dari suatu layanan/produk.	0.612	0.361	Valid
	<b>Kejujuran</b>			
1	Saya berkeinginan untuk menabung di Bank Syariah karna mengetahui manfaat, keuntungan, dan kemudahannya.	0.599	0.361	Valid
2	BPRS berbeda dengan bank umum yang menggunakan bunga.	0.776	0.361	Valid
3	Saya tidak pernah mendapat rekomendasi dari siapapun untuk menabung di BPRS.	0.685	0.361	Valid
	<b>Pelayanan</b>			
	<b>Daya Tanggap</b>			
1	Staf BPRS mengetahui kebutuhan nasabah.	0.768	0.361	Valid
2	Staf BPRS melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	0.554	0.361	Valid
3	Staf BPRS memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah	0.597	0.361	Valid
	<b>Jaminan</b>			
1	BPRS menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi	0.616	0.361	Valid
2	BPRS dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.	0.622	0.361	Valid
3	Transaksi di BPRS bebas dari kekeliruan.	0.713	0.361	Valid
	<b>Empati</b>			
1	Staf BPRS bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.	0.746	0.361	Valid
2	Staf BPRS penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.	0.787	0.361	Valid
3	Staf BPRS bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.	0.616	0.361	Valid
	<b>Sosialisasi</b>			
	<b>Produk</b>			
1	Produk bank syariah beragam dan inovatif seperti mudharabah dan murabahah	0.746	0.361	Valid
2	Produk yang ditawarkan mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.	0.646	0.361	Valid
3	Produk yang ditawarkan menguntungkan bagi masyarakat.	0.776	0.361	Valid
	<b>Transaksi</b>			
1	Para pegawai Bank BRI menerima dan melayani dengan baik setiap nasabah tabungan yang datang ke kantor.	0.618	0.361	Valid
2	Menggunakan peralatan teknologi yang memadai	0.706	0.361	Valid

Item	Pernyataan	r hit	r tabel	Ket.
	didalam melayani berbagai macam transaksi.			
3	Petugas perbankan syariah siap sedia dalam memberikan bantuan kepada nasabah yang kurang mengerti dalam proses transaksi.	0.611	0.361	Valid
	<b>Sistem</b>			
1	Saya belum paham sistem pembiayaan	0.445	0.361	Valid
2	Bank Syariah memiliki sistem kerja yang berbeda dengan Bank Konvensional	0.673	0.361	Valid
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan layanan/produk dari BPRS.	0.636	0.361	Valid
	<b>Bagi Hasil</b>			
	<b>Keuntungan</b>			
1	Keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari pengelolaan dana pembiayaan mudharabah yang diberikan.	0.681	0.361	Valid
2	Besaran pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.	0.678	0.361	Valid
3	Mudharib harus membayar bagian keuntungan yang menjadi hak bank secara berkala sesuai dengan periode yang disepakati.	0.663	0.361	Valid
	<b>Akad</b>			
1	Menggunakan akad mudharabah.	0.568	0.361	Valid
2	Akad yang sesuai dengan agama Islam / Syariah.	0.595	0.361	Valid
3	Penggunaan akad di BPRS tidak digunakan bank konvensional.	0.661	0.361	Valid
	<b>Modal</b>			
1	Modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama.	0.726	0.361	Valid
2	Jika modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan harus disepakati bersama.	0.515	0.361	Valid
3	Modal diserahkan kepada mudharib seluruhnya (100%) lumpsum.	0.628	0.361	Valid
	<b>Promosi</b>			
	<b>Penawaran</b>			
1	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami Bank Syariah.	0.722	0.361	Valid
2	BPRS memberikan penguatan mengenai produk pembiayaan.	0.727	0.361	Valid
3	Memberitahukan keunggulan dan keistimewaan produk.	0.622	0.361	Valid
	<b>Pembiayaan</b>			
1	Sistem pembiayaannya berupa bagi hasil	0.501	0.361	Valid
2	Produk pembiayaan ini tidak menggunakan unsur riba dan sesuai syariah.	0.642	0.361	Valid
3	Ada 2 produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS yaitu Mudharabah dan Murabahah.	0.518	0.361	Valid

Item	Pernyataan	r hit	r tabel	Ket.
	<b>Keunggulan</b>			
1	Saya menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional.	0.743	0.361	Valid
2	BPRS tidak menganut unsur riba.	0.564	0.361	Valid
3	BPRS menggunakan prinsip mudharabah bagi hasil.	0.700	0.361	Valid
	<b>Religiusitas</b>			
	<b>Keimanan</b>			
1	Saya mempunyai pemahaman yang kuat sehingga tertarik dengan pembiayaan BPRS	0.705	0.361	Valid
2	Saya menggunakan Bank Syariah karena taat kepada Agama yang saya anut.	0.576	0.361	Valid
3	Pegawai BPRS sangat sopan dan sering beribadah pada waktunya.	0.573	0.361	Valid
	<b>Riba</b>			
1	Profit Sharing bank syariah tidak mengandung riba atau bunga.	0.739	0.361	Valid
2	Produk BPRS Al-Qur'an dan As-Sunnah oleh pemerintah sebagai pedoman operasionalnya.	0.744	0.361	Valid
3	Pada BPRS namanya bagi hasil / keuntungan.	0.783	0.361	Valid
	<b>Kepribadian</b>			
1	Jika ada kelebihan uang saya akan depositokan pada produk dan nisbah yang lebih besar.	0.734	0.361	Valid
2	Saya menabung di bank syariah karena adanya diskusi tentang bank syariah di lingkungan rumah saya.	0.660	0.361	Valid
3	Saya menabung di BPRS karena merupakan bank Islam	0.709	0.361	Valid
	<b>Lokasi</b>			
	<b>Kemudahan</b>			
1	Lokasi kantor cabang/kas yang ada memudahkan akses saya menabung di bank syariah.	0.600	0.361	Valid
2	BPRS terletak didekat pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi.	0.522	0.361	Valid
3	Tersedianya angkutan umum ke BPRS.	0.650	0.361	Valid
	<b>Jangkauan</b>			
1	Saya belum mengetahui lokasi bank BPRS.	0.689	0.361	Valid
2	Lokasi BPRS sangat sulit dijangkau dari tempat tinggal.	0.626	0.361	Valid
3	lokasinya banyak dilewati angkutan umum.	0.776	0.361	Valid
	<b>Lingkungan</b>			
1	BPRS berada didekat pusat keramaian	0.641	0.361	Valid
2	Lingkungan disekitar BPRS aman.	0.627	0.361	Valid
3	Lingkungannya bersih dan segar	0.521	0.361	Valid
	<b>Kualitas Produk</b>			
	<b>Manfaat</b>			

Item	Pernyataan	r hit	r tabel	Ket.
1	Penggunaan produk BPRS menjadi tren masa kini.	0.507	0.361	Valid
2	Sangat membantu untuk masyarakat untuk membuka usaha karena tidak unsur bunga.	0.532	0.361	Valid
3	Sama-sama pihak mendapatkan keuntungan.	0.590	0.361	Valid
	<b>Nilai</b>			
1	Setelah menawarkan berbagai macam produk, saya menjadi paham.	0.726	0.361	Valid
2	Saya percaya dengan kualitas produk dan layanan dari BPRS	0.772	0.361	Valid
3	Produk BPRS mampu meyakinkan saya untuk menggunakannya dengan aman.	0.815	0.361	Valid
	<b>Konsekuensi</b>			
1	Apabila di salah gunakan pengelola maka pengelola wajib bertanggung jawab.	0.692	0.361	Valid
2	Bank tidak akan menerima pembagian keuntungan, bila terjadi kegagalan atau wanprestasi yang terjadi bukan karena kelalaian mudharib.	0.796	0.361	Valid
3	Bila terjadi kegagalan usaha yang mengakibatkan kerugian yang disebabkan oleh kelalaian mudharib, maka kerugian tersebut harus ditanggung oleh mudharib (menjadi piutang bank).	0.552	0.361	Valid
	<b>Minat Nasabah</b>			
	<b>Marketing Mix / Bauran Pemasaran</b>			
1	Saya tertarik dengan produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS.	0.709	0.361	Valid
2	Produk pembiayaan BPRS berbeda dengan bank Konvensional.	0.623	0.361	Valid
3	Saya tertarik dengan strategi promosi yang di rancang yaitu metode komunikasi.	0.544	0.361	Valid
	<b>Faktor Budaya</b>			
1	Saya tertarik dengan pembiayaan mudharabah karena tidak merugikan.	0.587	0.361	Valid
2	Saya tertarik karena sistem bagi hasil yang sesuai akad.	0.658	0.361	Valid
3	Pembiayaan mudharabah cocok dengan saya sebagai pelaku usaha kecil.	0.539	0.361	Valid
	<b>Faktor Sosial</b>			
1	Saya tertarik dengan produk pembiayaan karena ada saudara / rekan yang bekerja di BPRS Bobato Lestari.	0.493	0.361	Valid
2	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena ada penjelasan dari teman yang sudah menjadi langganan BPRS.	0.681	0.361	Valid
3	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena semua sanak keluarga menggunakan produk syariah.	0.590	0.361	Valid
	<b>Faktor Pribadi</b>			
1	Saya tertarik karena bank syariah lagi trend sekarang ini.	0.552	0.361	Valid

Item	Pernyataan	r hit	r tabel	Ket.
2	Adanya manfaat dan keuntungan dalam menggunakan pembiayaan mudharabah.	0.668	0.361	Valid
3	Tertarik menggunakan pembiayaan. mudharabah karena tidak ada unsur riba.	0.680	0.361	Valid
	<b>Faktor Psikologis</b>			
1	Karena sekarang semua memilih bisnis dengan membuka usaha yang cocok dengan pembiayaan mudharah.	0.721	0.361	Valid
2	Saya ingin mencoba menggunakan produk pembiayaan mudharabah.	0.517	0.361	Valid
3	Saya menggunakan produk BPRS karena takut denga riba.	0.654	0.361	Valid

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian validitas variabel penelitian diketahui bahwa semua item memiliki nilai koefisien korelasi item dengan skor total ( $r_{IT}$ ) > nilai korelasi tabel (0.361). Sehingga 105 item pada variabel sumberdaya insani, kepercayaan, pelayanan, sosialisasi, bagi hasil, promosi, religiusitas, lokasi, kualitas produk dan minat nasabah dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel tersebut, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

## 2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas variabel dimaksudkan untuk mengetahui kehandalan dan konsistensi instrumen penelitian sebagai alat untuk mengukur variabel yang diukurnya. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengujian menyatakan apabila koefisien *Cronbach's Alpha*  $\geq 0.6$  berarti item kuisioner dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel yang diukurnya. Adapun ringkasan hasil pengujian reliabilitas sebagaimana tabel berikut :

**Tabel 7 : Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Ket.
Resiko Tinggi	0.885	0.600	Reliabel
Sumber Daya Insani	0.852	0.600	Reliabel
Kepercayaan	0.829	0.600	Reliabel
Pelayanan	0.848	0.600	Reliabel
Sosialisasi	0.831	0.600	Reliabel
Bagi Hasil	0.815	0.600	Reliabel
Promosi	0.820	0.600	Reliabel
Religiusitas	0.863	0.600	Reliabel

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Ket.
Lokasi	0.810	0.600	Reliabel
Kualitas Produk	0.845	0.600	Reliabel
Minat Nasabah	0.883	0.600	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. Dengan demikian item pertanyaan pada variabel faktor resiko tinggi, sumber daya insani, kepercayaan, pelayanan, sosialisasi, bagi hasil, promosi, religiusitas, lokasi, kualitas produk dan minat nasabah dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel tersebut, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data pada penelitian ini.

## J. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor yang digunakan untuk menganalisis hipotesis konseptual dengan memasukkan semua total nilai dari masing-masing faktor terhadap total skor item dari masing-masing faktor. Dalam pengolahan data peneliti menggunakan model analisis faktor dengan metode *Comfirmatori Factor Analysis* (CFA). Secara matematis model CFA, dapat dituliskan sebagai berikut:<sup>80</sup>

$$X_p = V_{p1}CF_1 + V_{p2}CF_2 + \dots + V_{pm}CF_m + e_p$$

Keterangan:

$CF_m$  = skor faktor untuk faktor ke- $m$

$V_{pm}$  = bobot (*loading*) faktor ke- $m$  untuk variabel ke- $p$

$X_p$  = variabel awal ke- $p$

$e_p$  = variansi-variansi eror

Proses dasar analisis faktor dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan variabel apa saja yang akan dianalisis:

Dalam penelitian ini sudah ditentukan 4 variabel yang akan diteliti yang diperoleh dari jurnal maupun buku yang telah diolah.

- b. Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan.

Pengujian variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Bartlett's test of sphericity* serta pengukuran *MSA (Measure of Sampling Adequacy)*.

<sup>80</sup>Sugiono. *Statistika untuk Penelitian*. 2016.

Pada tahap awal analisis faktor ini, dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel, hingga didapat variabel-variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, dapat dilihat pada uji *Kaiser Meyer Oikin (KMO) measure of sampling adequacy*, yang merupakan suatu indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai tinggi antara 0,5 hingga 1,0 berarti analisis faktor tepat atau layak, apabila kurang dari 0,5 maka analisis faktor dikatakan tidak tepat atau tidak layak.

c. Proses Ekstraksi Faktor

Ekstraksi Faktor adalah suatu metode yang digunakan untuk mereduksi data dari beberapa indikator untuk menghasilkan faktor yang lebih sedikit yang mampu menjelaskan korelasi antara indikator yang diobservasi. Pada tahap ini dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu faktor yang paling dominan dan paling berpengaruh. Metode yang digunakan adalah *CFA (Confirmatori Factor Analysis)*.

d. Merotasifaktor

Selanjutnya adalah rotasi faktor (*rotation*). Rotasi faktor ini diperlukan jika metode ekstraksi faktor belum menghasilkan komponen faktor utama yang jelas. Tujuan dari rotasi faktor ini agar dapat memperoleh struktur faktor yang lebih sederhana agar mudah diinterpretasikan. Dalam tahap ini metode yang digunakan adalah *Varimax Rotation* yang menghasilkan satu faktor yang paling berpengaruh. Metode *varimax* memfokuskan analisisnya pada penyederhanaan kolom matriks faktor. Penyederhanaan secara maksimum dapat terjadi apabila hanya ada nilai 0 dan 1 dalam sebuah kolom. Pada metode ini terjadi kecenderungan menghasilkan beberapa nilai *factor loading* yang tinggi (mendekati -1 atau +1) dan beberapa nilai *factor loading* mendekati 0 pada masing-masing kolom matrik.

e. Interpretasikan hasil analisis faktor

Interpretasi adalah proses memberi arti dan signifikans terhadap analisis yang dilakukan, menjelaskan pola-pola deskriptif, mencari hubungan dan keterkaitan antar deskripsi-deskripsi data yang ada. Jika tujuannya mereduksi data, beri nama faktor hasil reduksi dan hitung faktor skornya. Dilihat dari nilai *factor loading* yang diperoleh setiap variabel dengan membandingkan nilai *factor loading* dari variabel didalam faktor yang terbentuk.

## **BABIV**

### **PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum BPRS Kota Tidore Kepulauan**

##### **1. Profil BPRS Kota Tidore Kepulauan**

Menurut jenisnya bank dalam pasal 5 UU Nomor 7/1972, dapat dibedakan menjadi bank umum dan bank pembiayaan rakyat (BPR Syariah). BPR yaitu bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang disamakan dengan itu, dan disebut juga sebagai bank Islam adalah bank yang menerapkan sistem operasi berdasarkan syariat Islam dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian berusaha yang dituntun oleh dan dilarang oleh Al-Qur'an dan Al-hadist, khususnya yang menyangkut bermuamalah secara Islam. BPR Syariah meletakkan prinsip operasional berdasarkan sistem bagi hasil yang artinya, dalam hal memberikan dan menerima imbalan berupa bagi hasil sesuai dengan syariat Islam.

BPRS merupakan lembaga komersial yang berfungsi sebagai mediator masyarakat yang memiliki kelebihan dana dan yang kekurangan atau yang membutuhkan dana untuk usaha-usaha produktif melalui pembiayaan dengan prinsip bagi hasil atau jual-beli, juga mengembangkan usaha mikro dan usaha kecil dalam menjalankan bisnisnya serta membela kepentingan fakir miskin. BPRS mampu mengurangi angka pengangguran baik yang terlibat sebagai karyawan BPRS maupun UMKM. Selain itu juga BPRS merupakan salah satu solusi bagi penanganan permasalahan pembiayaan lebih cepat dan mudah.

Pada awal mula terbentuknya bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) masih bernama Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Istilah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) pertama kali dikenalkan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada akhir tahun 1977, ketika itu BRI mulai menjalankan tugasnya sebagai bank Pembina lumbung desa, bank pasar, bank desa, bank pegawai dan bank-bank lain sejenisnya. Pada masa pembinaan yang dilakukan oleh BRI, seluruh bank tersebut di atas diberi nama Bank Perkreditan Rakyat. Namun dalam perkembangannya lebih lanjut, aturan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) telah direvisi Bank Indonesia sekitar tahun 2009. Dibuatnya aturan baru untuk memberikan lebih jelas landasan hukum mengenai kinerja dan syarat dari pendirian BPRS. Hal ini ada di Peraturan Bank Indonesia No. 11/23/PBI/2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang berlaku 1 Juli 2009.

Secara astronomis daerah otonom Kota Tidore Kepulauan ini terletak pada 0-20° Lintang Utara dengan posisi 127°-127,45° Bujur Timur. Luas wilayah adalah 14,220,02km terdiri dari luas daratan 9. 816 km dan lautan 4,402 km dengan batas-batas wilayah sebagai berikut: sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Wasile Selatan, Kabupaten Halmahera Timur dan Kecamatan Weda Kabupaten Halmahera Tengah, sebelah Barat berbatasan dengan perairan Maluku Utara, sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan pulau Ternate dan Kecamatan Jailolo Selatan di Kabupaten Halmahera Barat sedangkan di sebelah Selatan berbatasan dengan Gane Barat, Kabupaten Halmahera Selatan dan Kabupaten pulau Moti. Secara administratif Kota Tidore Kepulauan terdiri dari 5 Kecamatan, 20 Kelurahan, 21 buah desa dan jumlah penduduk di masing-masing kelurahan / desa dapat dilihat pada tabel di bawah

**Tabel 8: Nama Kelurahan dan Desa Di Kota Tidore Kepulauan**

No	Nama Kelurahan / Desa	Jumlah penduduk/ luas wilayah	Nama Desa	Jumlah penduduk/luas wilayah
1.	Gamtufkange	1997 jiwa/ 2.19 Km <sup>2</sup>	Mafutu	1674 jiwa/ 7 Km <sup>2</sup>
2.	Soasio	1552 jiwa/1.37 Km <sup>2</sup>	Mare Kofo	477 jiwa/4,5 Km <sup>2</sup>
3.	Indonesiana	2161 jiwa/0,62 Km <sup>2</sup>	Mare Gam	435 jiwa/ 6,5 Km <sup>2</sup>
4.	Topo	1595 jiwa/6.00 Km <sup>2</sup>	Bobo	1.757 jiwa/3,5 Km <sup>2</sup>
5.	Seli	1038 jiwa/ 4.75 Km <sup>2</sup>	Maitara	391 jiwa/044 Km <sup>2</sup>
6.	Soadara	845 jiwa/1.50 Km <sup>2</sup>	Sofifi	1980 jiwa/ 17 Km <sup>2</sup>
7.	Gurabunga	638/4.46 Km <sup>2</sup>	Guraping	2141 Jiwa/ 85 Km <sup>2</sup>
8.	Dowora	1170 Jiwa/1,05 Km <sup>2</sup>	Kayasa	463 Jiwa/ 64 Km <sup>2</sup>
9.	Gurabati	2547 jiwa/10,4 Km <sup>2</sup>	Akelamo	866 Jiwa/18 Km <sup>2</sup>
10.	Tongowai	1279 jiwa/1,0 Km <sup>2</sup>	Oba	686 jiwa/ 6 Km <sup>2</sup>
11.	Tomalou	3129 jiwa/ 2,0 Km <sup>2</sup>	Somahoode	546 jiwa/ 9.5 Km <sup>2</sup>
12.	Tuguiha	1476 jiwa/2,5 Km <sup>2</sup>	Akelamo	1249 Jiwa/149 Km <sup>2</sup>
13.	Dokiri	2385 jiwa/9,5 Km <sup>2</sup>	Lola	819 jiwa/101 Km <sup>2</sup>
14.	Toloa	2184 jiwa/6,0 Km <sup>2</sup>	Aketobatu	616 Jiwa/4.2 Km <sup>2</sup>
15.	Rum	3,286 jiwa/10 Km <sup>2</sup>	Toseho	837 jiwa/ 36 Km <sup>2</sup>
16.	Afa-Afa	1.224 jiwa/3,5 Km <sup>2</sup>	Woda	317 jiwa /24 Km <sup>2</sup>
17.	Mareku	1.728 jiwa/1 Km <sup>2</sup>	Payaha	2554 jiwa /403 Km <sup>2</sup>
18.	Ome	1.765 jiwa/6 Km <sup>2</sup>	Maidi	1344 Jiwa/ 30 Km <sup>2</sup>
19.	Jaya	749 jiwa/2,5 Km <sup>2</sup>	Lifofa	1194 jiwa/ 120 Km <sup>2</sup>
20.	Kalaodi	461 jiwa/ 8 Km <sup>2</sup>	Kususinopa	870 jiwa/74 Km <sup>2</sup>
21.	Ggarajou	1019 jiwa/39.5 Km <sup>2</sup>	Toseho	837 jiwa /36 Km <sup>2</sup>
22.	Kusu	1366 jiwa/46 Km <sup>2</sup>	Gitaraja	1418 jiwa /96 Km <sup>2</sup>
23.	Ampera	646 jiwa/34 Km <sup>2</sup>	Koli	1256 jiwa /27 Km <sup>2</sup>
24.	Galala	2135 jiwa/30 Km <sup>2</sup>	Kosa	674 jiwa /29 Km <sup>2</sup>
25.	Gosale	555 Jiwa/9.5 Km <sup>2</sup>	Bale	1205 jiwa /26 Km <sup>2</sup>
26.	Tosa	777 jiwa/ 6 Km <sup>2</sup>	Tului Talagamori	317 jiwa/ 25 Km <sup>2</sup>
27.	Cobodoe	1712 jiwa/ 1,4Km <sup>2</sup>	Doyado	1403 jiwa/ 3,5 Km <sup>2</sup>
28.	Jikocobo	1040 jiwa/ 7 Km <sup>2</sup>	Bukit Durian	1685 Jiwa/ 18 Km <sup>2</sup>

Sumber: Data Statistik Daerah Kecamatan se-Kota Tidore Kepulauan Dalam Angka Tahun 2016

Pendirian perseroan terbatas BPRS Bobato Lestari yang bergerak dalam usaha jasa keuanganyang menjual atau memberi jasa kepada pelanggan atau masyarakat mulai beroperasi 3 Desember 2016. BPRS Bobato Lestari yang beralamat di Jl. Kemakmuran, Indonesiana, Tidore, Kota Tidore Kepulauan, Maluku Utara. Sudah hampir memasuki 4 tahun baru menawarkan 2 produk pembiayaan yakni mudharabah dan murabahah. BPRS Bobato Lestari merencanakan untuk mencoba menambah pembiayaan Istisna.

## **2. Sejarah Umum BPRS Kota Tidore Kepulauan**

Dalam rencana pendirian BPRS tersebut harus mendapat persetujuan Rapat Anggota Koperasi, maka pada Rapat Anggota Tahunan KSP Bobato pada tanggal 22 Januari 2013 Rapat Anggota menyetujui dan memutuskan untuk mendirikan BPRS dengan nama BPRS Bobato Lestari dengan badan hukum perseroan terbatas (PT). Hasil keputusan RAT KSP tersebut selanjutnya ditindaklanjuti dengan melakukan studi banding di BPRS Sukowati Sragen di Kab. Sragen Jawa Tengah dan BPR-BPR di Solo Jawa Tengah yang difasilitasi oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Maluku Utara di Ternate.

Tanggal 20 Mei 2013, tim pendiri mulai action dengan mengajukan permohonan persetujuan Prinsip pendirian BPRS Bobato Lestari ke Kepala Divisi Perizinan Perbankan Syariah, Departemen Perbankan Syariah Bank Indonesia di Jakarta dengan nomor surat No. 028/KSP-B/V/2013. Dalam pengurusan permohonan persetujuan prinsip tersebut, telah direspon dengan baik oleh Bank Indonesia dengan meminta sejumlah kekurangan dokumen lainnya, hingga pada tanggal 13 November tahun 2013, surat pemberitahuan dari Bank Indonesia bahwa seluruh fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan dan pengawasan kegiatan jasa keuangan disektor perbankan beralih dari Bank Indonesia ke OJK sesuai dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, sehingga seluruh berkas pengajuan izin prinsip BPRS dikembalikan ke tim pendiri untuk selanjutnya di kirim kembali sebagai pengajuan baru/dari awal lagi ke kantor OJK di Jakarta, dengan demikian maka pada tanggal 25 Maret 2014, permohonan persetujuan prinsip BPRS dan dokumen dikirim oleh tim pendiri ke OJK Jakarta untuk diproses.

Setelah izin prinsip pendirian BPRS Bobato Lestari di terbitkan oleh OJK, maka pada tanggal 19 November 2015 tim pendiri mengajukan permohonan izin usaha BPRS Bobato Lestari dengan nomor surat 001/BPRS-BL/11/2015 dengan

lampiran akta pendirian badan hukum BPRS, daftar pemegang saham dan calon pengurus ke Otoritas Jasa Keuangan Jakarta. Pemberian izin usaha PT. BPRS Bobato Lestari dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dengan surat Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan Nomor Kep-52/D.03/2016 tentang Pemberian Izin Usaha PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bobato Lestari pada tanggal 5 Oktober 2016 di Jakarta, dengan susunan pengurus; H. Djufri S.J. Sangadji (Komisaris Utama), Drs. Amrin Salasa (Komisari), Husni Abdul Halim (Direktur Utama), Runi Abd. Hamid (Direktur), Drs. H. Abd. Karim Ibrahim (Ketua DPS) dan Abu Bakar Esa,SE.MM (Anggota DPS), dengan akta pendirian nomor 33 tanggal 28 Juli 2015 yang dibuat oleh notaris Muhammad Anshar A. Basinu,SH. Di Ternate dan disahkan oleh keputusan menteri Hukum dan Hak asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-2450072.AH.01.01.TAHUN 2015.

Dengan diterbitkannya izin Usaha BPRS Bobato Lestari dari OJK tersebut, BPRS Bobato Lestari memulai soft opening dan melayani nasabah pada tanggal 07 November 2016, dan 15 hari kemudian setelah dimulainya soft opening, Operasional BPRS Bobato Lestari diresmikan oleh wali kota Tidore Kepulauan bapak Capt. H. Ali Ibrahim,MH dan wakil wali kota Muhammad Senin,SE.MM yang ditandai dengan pengguntingan pita di kantor BPRS Bobato Lestari yang beralamat di jalan Kemakmuran Kelurahan Tuguwaji Kota Tidore Kepulauan.

### **3. Produk dan Jasa BPRS Bobato Lestari Kota Tidore**

#### **a. Mudharabah**

*Mudharabah* adalah istilah Irak yang berasal dari kata Arab *dharb*. *Dharb* berarti berjalan atau bepergian di atas bumi. Disebut demikian karena di zaman pertengahan *mudharib* harus bepergian ke tempat-tempat yang jauh bagi bisnisnya untuk mendapat laba. Secara hukum, *mudharabah* berarti kontrak kerjasama yang darinya partner pertama (pemilik dana) berhak mendapat laba karena modal yang diserahkannya (disebut juga *rabbul mal* yang berarti pemilik modal/*ra'sul mal*), sedangkan pihak lain juga berhak mendapat laba karena tenaga dan keahlian yang diserahkannya (disebut *mudharib* atau manajer) karena ia mendapat laba dari tenaga kerja dan usahanya. Dalam arti lain mudharabah (Qiradh) adalah penyerahan harta dari shahib al-mal (pemilik modal atau dana) kepada mudharib (pengelola dana) sebagai modal usaha, sedangkan keuntungannya dibagi sesuai dengan nisbah (perbandingan laba rugi) yang disepakati. Jika terjadi kerugian, maka ditutupi dengan

laba yang diperoleh. Namun apabila dalam akad mudharabah atau bisnis tersebut tidak mendapatkan laba sama sekali / mengalami kerugian, maka pihak mudharib (pengelola dana) tidak berhak diberi upah atas usahanya dan shahibul maal (pemilik dana) tidak berhak menuntut kerugian kepada mudharib, sekalipun mudharib juga menderita karena tidak mendapat apapun dari semua yang telah ia lakukan. Terdapat pada bulan Desember 2019, pembiayaan mudharabah berkisar sebesar Rp. 13.176 miliar atau sebesar 6.50% dari total pembiayaan perbankan syariah di Indonesia sebesar 203 miliar.

Kelihatannya, konsep mudharabah dikembangkan oleh para fukahadi masa-masa kemudian. Mereka bersusah payah menulis sejumlah besar literature mengenai konsep mudharabah ini. Mereka tetapkan aturan yang amat perinci mengenai kontrak mudharabah, yaitu :

✓ Aturan dan Syarat

Guna memfasilitasi berlangsungnya akad mudharabah, para fukaha telah bersusah payah merumuskan ‘aturan main’ bagi mudharabah ini dengan tetap sepenuhnya memperhatikan syariat islam, di antaranya sebagai berikut:

- a. Dua orang atau lebih secara sukarela memasuki kontrak, salah satu pihak menyediakan sejumlah modal yang diperlukan oleh pihak yang satu lagi yang akan menggunakan modal tersebut dalam bisnis untuk mendapatkan laba.
- b. Bagian laba masing-masing pihak harus dijelaskan dengan terperinci dalam bentuk rasio yang pasti atau persentase. Meski demikian, kerugian bisnis itu seharusnya menjadi tanggung jawab *shahibul mal*.
- c. Modal haruslah dinilai dengan emas atau perak atau uang, tidak boleh dalam bentuk komoditas maupun dalam bentuk pembebasan utang.
- d. Pihak *shohibul mal* harus memenuhi seluruh modal yang diperlukan *mudharib* sebelum memulai usahanya.
- e. Jangka waktu mudharabah tidak harus ditentukan lebih dahulu dan tidak pula harus dibatasi, tetapi pihak yang manapun dapat menghentikannya dengan memberitahukan keinginannya itu kepada pihak lain. Mudharabah tidaklah terbatas pada perdagangan atau bisnis saja, melainkan dapat juga dipakai untuk industri.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Muhammad harif Chaudry. *Sistem Ekonomi Islam*. Hal 209-211

b. Murabahah

Murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Murabahah secara bahasa berasal dari kata ربح yang berarti keuntungan. Sedangkan menurut istilah murabahah adalah jual beli dengan harga pokok dengan tambahan keuntungan. Dalam pengertian lain murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati yang di dalamnya penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang kepada pembeli.<sup>82</sup>

Salah satu keunggulan perbankan syariah terletak pada sistem bagi hasilnya, sehingga tidak salah masyarakat menyebut bank syariah dengan bank bagi hasil, akan tetapi pada kenyataannya pembiayaan di perbankan syariah tidak didominasi oleh pembiayaan mudharabah dengan konsep bagi hasilnya, akan tetapi lebih didominasi oleh pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah selalu menjadi primadona dibandingkan dengan produk perbankan syariah lainnya. Hal ini bisa dilihat dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang perkembangan pembiayaan murabahah yang cenderung mengalami peningkatan setiap bulannya. Berbeda dengan mudharabah, pembiayaan *murabahah* berkisar sebesar Rp. 122.725 miliar atau sebesar 60.45% dari total pembiayaan perbankan syariah di Indonesia sebesar 203 miliar di bulan Desember 2019. Gambaran ini memberikan indikasi bahwa akad murabahah lebih mendominasi di perbankan syariah dibandingkan dengan akad-akad lainnya.<sup>83</sup>

## B. Identitas Responden

### 1. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel berikut :

**Tabel 9 : Identitas responden berdasarkan usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
20 – 29 tahun	32	20.38
30 – 39 tahun	77	49.0
40 – 49 tahun	30	19.10
50 tahun	18	11.46
<b>Total</b>	167	100 %

Sumber : Data primer diolah 2021

<sup>82</sup> Muhammad Yusuf, “Analisis Penerapan Pembiayaan *Murabahah* Berdasarkan Pesanan dan Tanpa Pesanan serta Kesesuaian dengan PSAK 102”, *BINUS BUSINESS REVIEW*, Vol.4, No.1 Mei 2013, 15

<sup>83</sup> Sharia Banking Statistics, December 2019, 28

Tabel 9 menginformasikan bahwa dari 167 nasabah BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan paling banyak sebesar 49.0% responden berusia 30-39 tahun. Kemudian sebesar 20.38% responden berusia 20-29 tahun. Selanjutnya sebesar 19.10% berusia 40-49 tahun. Sedangkan sisanya sebesar 11.46% responden berusia lebih dari 50 tahun.

## 2. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Identitas responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat melalui tabel berikut :

**Tabel 10 : Identitas responden berdasarkan pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>SD</b>	1	0.63
<b>SMP</b>	7	4.45
<b>SMA</b>	28	17.83
<b>Diploma</b>	6	3.82
<b>Sarjana</b>	122	71.33
<b>Lain-lain</b>	1	0.63
<b>Total</b>	167	100 %

Sumber : Data primer diolah 2021

Tabel 10 menginformasikan bahwa dari 167 nasabah BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan paling banyak sebesar 71.33% responden pendidikan akhirnya Sarjana. Kemudian sebesar 17.83% responden mempunyai pendidikan akhir SMA. Selanjutnya 4.45 responden memiliki pendidikan akhir SMP dan 3.82% memiliki pendidikan akhir Diploma. Sedangkan masing-masing sebesar 0.63% responden memiliki pendidikan akhir SD dan Lain-lain.

## 3. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Identitas responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat melalui tabel berikut :

**Tabel 11 : Identitas responden berdasarkan pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Dibawah Rp 1.000.000	5	3.18
Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	40	25.48
Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	25	15.92
Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000	34	21.65
Rp 2.500.000 Lebih	54	34.39
<b>Jumlah</b>	167	100 %

Sumber : Data primer diolah 2020

Tabel 11 menginformasikan dari 167 nasabah BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan paling banyak sebesar 34.39% responden berpenghasilan lebih dari Rp 2.500.000. Kemudian sebesar 25.48% responden mempunyai pendapatan antara

Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000.Selanjunya sebesar 21.65% responden mempunyai pendapatan antara Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000.Sebesar 15.92% responden pendapatannya antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 dan sisanya sebesar 3.18 responden pendapatannya di bawah Rp 1.000.000.

### C. Tanggapan Responden

#### 1. Tanggapan Responden Variabel Faktor Resiko Tinggi

Indikator faktor resiko tinggi dalam penelitian ini terdiri dari kelalaian, kerugian dan tanggung jawab. Berikut merupakan tabel tanggapan responden mengenai indikator faktor resiko tinggi:

**Tabel 12 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Resiko Tinggi**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Kelalaian</b>	
1	Nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad.	3.90
2	Kesalahan yang dilakukan dengan disengaja.	3.87
3	Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur.	3.85
	<b>Kerugian</b>	
1	Kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola.	3.80
2	Apabila kerugian diakibatkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.	3.90
3	Kerugian akibat dari kelalaian.	3.92
	<b>Tanggung jawab</b>	
1	Pemilik modal bertanggung jawab atas kerugian.	3.78
2	Pengelola bertanggung jawab atas kerugian.	3.87
3	Tidak ada rasa tanggung jawab diantara salah satu pihak.	3.81

*Sumber :Data primer diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 12 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.90% responden menyatakan persetujuannya bahwa dana yang digunakan tidak sesuai dengan kesepakatan pada awal perjanjian dengan membuka usaha yang lain.
2. 3.87% responden menyatakan persetujuannya bahwa kesalahan yang dilakukan dengan disengaja.

3. 3.85% responden menyatakan setuju adanya ketidakjujuran dan menyembunyian dana oleh nasabah.
4. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian pengelola.
5. 3.90% responden menyatakan setuju bahwa apabila kerugian diakibatkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.
6. 3.92% responden menyatakan setuju bahwa kerugian akibat dari kelalaian karena mereka beranggapan bahwa kehilafan / ketidaksempurnaan.
7. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa pemilik modal bertanggung jawab atas kerugian yang tanpa disengaja dilakukan oleh pengelola.
8. 3.87% responden menyatakan setuju bahwa pengelola bertanggung jawab atas kerugian yang dilakukan dengan sengaja.
9. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa tidak ada tanggung jawab diantara dua pihak.

## 2. Tanggapan Responden Variabel Sumber Daya Insani

Indikator sumber daya insani dalam penelitian ini terdiri dari reputasi, citra dan pemahaman. Berikut merupakan tabel tanggapan responden mengenai indikator sumber daya insani :

**Tabel 13 : Tanggapan Responden Tentang Sumber Daya Insani**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Reputasi</b>	
1	BPRS sudah mulai dikenal kalangan masyarakat	3.77
2	Produk yang ditawarkan sesuai prinsip syariah	3.89
3	Jaringan ATM yang dimiliki Bank BPR masih terbatas.	3.80
	<b>Citra</b>	
1	Tidak ada simpangsiur pada produk pembiayaan	3.77
2	Prosedur sudah sesuai dengan kapasitas BPRS	3.77
3	BPRS berjalan sesuai keuntungan yang jelas jumlahnya.	3.84
	<b>Pemahaman</b>	

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
1	Para pegawainya lancar ketika menjelaskan produk pembiayaan.	3.85
2	Saya memahami bahwa BPRS berorientasi Islami.	3.83
3	Saya mendapatkan rekomendasi dari teman untuk menabung di BPRS.	3.75

*Sumber : Data primer diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 13 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari sudah mulai dikenal kalangan masyarakat Kota Tidore Kepulauan dan sekitarnya.
2. 3.89% responden menyatakan setuju bahwa produk yang ditawarkan BPRS Bobato Lestari sudah sesuai prinsip syariah.
3. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa jaringan ATM yang dimiliki Bank BPR masih terbatas.
4. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa tidak adanya simpangsiur pada produk pembiayaan BPRS Bobato Lestari.
5. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa prosedur yang dijalankan sudah sesuai dengan kapasitas BPRS Bobato Lestari.
6. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa BPRS berjalan sesuai keuntungan yang jelas jumlahnya.
7. 3.85% responden menyatakan setuju bahwa para pegawai BPRS Bobato Lestari lancar ketika menjelaskan produk pembiayaan.
8. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa mereka memahami BPRS berorientasi Islami.
9. 3.75% responden menyatakan setuju bahwa mereka banyak mendapat rekomendasi dari teman untuk menabung di BPRS Bobato Lestari.

### **3. Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan**

Indikator Kepercayaan dalam penelitian ini terdiri dari keyakinan, transparan dan kejujuran. Berikut merupakan tabel tanggapan responden mengenai indikator Kepercayaan:

**Tabel 14 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Kepercayaan**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Keyakinan</b>	
1	Menganggap BPRS merupakan solusi terbaik mengajukan pinjaman.	3.77
2	Produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS dapat dipercaya.	3.72
3	Saya yakin karyawan BPRS memiliki moral yang baik dan tulus dalam membantu saya.	3.81
	<b>Transparan</b>	
1	BPRS harus transparan dalam menawarkan produk/layanan kepada nasabah.	3.78
2	BPRS terbuka memberikan informasi tentang keluhan nasabah.	3.84
3	BPRS sangat transparan dalam memberikan informasi dari suatu layanan/produk.	3.81
	<b>Kejujuran</b>	
1	Saya berkeinginan untuk menabung di Bank Syariah karna mengetahui manfaat, keuntungan, dan kemudahannya.	3.84
2	BPRS berbeda dengan bank umum yang menggunakan bunga.	3.81
3	Saya tidak pernah mendapat rekomendasi dari siapapun untuk menabung di BPRS.	3.86

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 14 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa mereka menganggap BPRS merupakan solusi terbaik mengajukan pinjaman.
2. 3.72% responden menyatakan setuju bahwa produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS Bobato Lestari dapat dipercaya.
3. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa yakin karyawan BPRS memiliki moral yang baik dan tulus dalam hal membantu.
4. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari harus transparan dalam menawarkan produk/layanan kepada nasabah.
5. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari terbuka dalam memberikan informasi tentang keluhan nasabah.
6. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari sangat transparan dalam memberikan informasi dari suatu layanan/produk.
7. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa nasabah berkeinginan untuk menabung di Bank Syariah karna mengetahui manfaat, keuntungan, dan kemudahannya

8. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa BPRSBobato Lestari berbedadengan bank umum yang menggunakan bunga.
9. 3.86% responden menyatakan setuju bahwa tidak pernah mendapat rekomendasi dari siapapun untuk menabung di BPRS Bobato Lestari.

#### 4. Tanggapan Responden Variabel Pelayanan

Indikator pelayanan dalam penelitian ini terdiri dari daya tanggap, jaminan dan empati. Berikut merupakan tabel tanggapan responden mengenai indikator pelayanan :

**Tabel 15 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Pelayanan**

No Item	Pernyataan	% Pernyataan Responden
	<b>Daya Tanggap</b>	
1	Staf BPRS mengetahui kebutuhan nasabah.	3.83
2	Staf BPRS melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	3.81
3	Staf BPRS memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah	3.85
	<b>Jaminan</b>	
1	BPRS menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi	3.86
2	BPRS dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.	3.83
3	Transaksi di BPRS bebas dari kekeliruan.	3.80
	<b>Empati</b>	
1	Staf BPRS bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.	3.84
2	Staf BPRS penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.	3.82
3	Staf BPRS bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.	3.89

*Sumber :Data primer diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 15 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa Staf BPRS Bobato Lestari mengetahui kebutuhan nasabah.
2. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa Staf BPRS Bobato Lestari melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.
3. 3.85% responden menyatakan setuju bahwa Staf BPRS Bobato Lestari memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah

4. 3.86% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.
5. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.
6. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa transaksi di BPRS Bobato Lestari bebas dari kekeliruan.
7. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa Staf BPRS Bobato Lestari bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.
8. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa Staf BPRS Bobato Lestari penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.
9. 3.89% responden menyatakan setuju bahwa Staf BPRS Bobato Lestari bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.

#### 5. Tanggapan Responden Variabel Sosialisasi

Indikator sosialisasi dalam penelitian ini terdiri dari produk, transaksi dan sistem. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator sosiaisasi :

**Tabel 16 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Sosialisasi**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Produk</b>	
1	Produk bank syariah beragam dan inovatif seperti mudharabah dan murabahah	3.86
2	Produk yang ditawarkan mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.	3.83
3	Produk yang ditawarkan menguntungkan bagi masyarakat.	3.83
	<b>Transaksi</b>	
1	Para pegawai Bank BRI menerima dan melayani dengan baik setiap nasabah tabungan yang datang ke kantor.	3.84
2	Menggunakan peralatan teknologi yang memadai didalam melayani berbagai macam transaksi.	3.84
3	Petugas perbankan syariah siap sedia dalam memberikan bantuan kepada nasabah yang kurang mengerti dalam proses transaksi.	3.80
	<b>Sistem</b>	
1	Saya belum paham sistem pembiayaan	3.90
2	Bank Syariah memiliki sistem kerja yang berbeda dengan Bank Konvensional	3.83
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan	3.84

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	layanan/produk dari BPRS.	

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 16 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.86% responden menyatakan setuju bahwa produk bank syariah Bobato Lestari beragam dan inovatif seperti mudharabah dan murabahah
2. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa produk yang ditawarkan BPRS Bobato Lestari mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.
3. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa produk yang ditawarkan BPRS Bobato Lestari menguntungkan bagi masyarakat.
4. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa para pegawai BPRS Bobato Lestari menerima dan melayani dengan baik setiap nasabah tabungan yang datang ke kantor.
5. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa menggunakan peralatan teknologi yang memadai di dalam melayani berbagai macam transaksi.
6. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa petugas perbankan syariah Bobato Lestari siap sedia dalam memberikan bantuan kepada nasabah yang kurang mengerti dalam proses transaksi.
7. 3.90% responden menyatakan setuju bahwa kebanyakan para nasabah belum paham sistem pembiayaan.
8. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari memiliki sistem kerja yang berbeda dengan Bank Konvensional.
9. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa nasabah akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan layanan/produk dari BPRS.

## 6. Tanggapan Responden Variabel Bagi Hasil

Indikator bagi hasil dalam penelitian ini terdiri dari keuntungan, akad dan modal. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator bagi hasil :

**Tabel 17 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Bagi Hasil**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Keuntungan</b>	
1	Keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari	3.87

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	pengelolaan dana pembiayaan mudharabah yang diberikan.	
2	Besaran pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.	3.85
3	Mudharib harus membayar bagian keuntungan yang menjadi hak bank secara berkala sesuai dengan periode yang disepakati.	3.81
	<b>Akad</b>	
1	Menggunakan akad mudharabah.	3.80
2	Akad yang sesuai dengan agama Islam / Syariah.	3.80
3	Penggunaan akad di BPRS tidak digunakan bank konvensional.	3.85
	<b>Modal</b>	
1	Modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama.	3.82
2	Jika modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan harus disepakati bersama.	3.80
3	Modal diserahkan kepada mudharib seluruhnya (100%) lumpsum.	3.78

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 17 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.87% responden menyatakan setuju bahwa keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari pengelolaan dana pembiayaan mudharabah yang diberikan.
2. 3.85% responden menyatakan setuju bahwa besaran pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
3. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa mudharib harus membayar bagian keuntungan yang menjadi hak bank secara berkala sesuai dengan periode yang disepakati.
4. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa menggunakan akad mudharabah.
5. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa akad yang sesuai syariah.
6. 3.85% responden menyatakan setuju bahwa penggunaan akad di BPRS Bobato Lestari tidak digunakan bank konvensional.
7. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama.
8. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa jika modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan harus disepakati bersama.

9. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa modal diserahkan kepada mudharib seluruhnya (100%) lumpsom.

## 7. Tanggapan Responden Variabel Promosi

Indikator promosi dalam penelitian ini terdiri dari penawaran, pembiayaan dan keunggulan. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator promosi :

**Tabel 18 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Promosi**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Penawaran</b>	
1	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami Bank Syariah.	3.84
2	BPRS memberikan penguatan mengenai produk pembiayaan.	3.76
3	Memberitahukan keunggulan dan keistimewaan produk.	3.78
	<b>Pembiayaan</b>	
1	Sistem pembiayaannya berupa bagi hasil	3.86
2	Produk pembiayaan ini tidak menggunakan unsur riba dan sesuai syariah.	3.84
3	Ada 2 produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS yaitu Mudharabah dan Murabahah.	3.78
	<b>Keunggulan</b>	
1	Saya menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional.	3.75
2	BPRS tidak menganut unsur riba.	3.84
3	BPRS menggunakan prinsip mudharabah bagi hasil.	3.75

*Sumber :Data primer diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 18 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan nasabah untuk memahami Bank Syariah.
2. 3.76% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari memberikan penguatan mengenai produk pembiayaan.
3. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari memberitahukan keunggulan dan keistimewaan produk.

4. 3.86% responden menyatakan setuju bahwa sistem pembiayaannya BPRS Bobato Lestari berupa bagi hasil.
5. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa produk pembiayaan ini tidak menggunakan unsur riba dan sesuai syariah.
6. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa ada 2 produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS Bobato Lestari yaitu Mudharabah dan Murabahah.
7. 3.75% responden menyatakan setuju bahwa nasabah menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional.
8. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari tidak menganut unsur riba.
9. 3.75% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari menggunakan prinsip mudharabah bagi hasil.

#### 8. Tanggapan Responden Variabel Religiusitas

Indikator religiusitas dalam penelitian ini terdiri dari keimanan, riba dan kepribadian. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator religiusitas:

**Tabel 19 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Religiusias**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Keimanan</b>	
1	Saya mempunyai pemahaman yang kuat sehingga tertarik dengan pembiayaan BPRS	3.77
2	Saya menggunakan Bank Syariah karena taat kepada Agama yang saya anut.	3.80
3	Pegawai BPRS sangat sopan dan sering beribadah pada waktunya.	3.75
	<b>Riba</b>	
1	Profit Sharing bank syariah tidak mengandung riba atau bunga.	3.78
2	Produk BPRS Al-Qur'an dan As-Sunnah oleh pemerintah sebagai pedoman operasionalnya.	3.82
3	Pada BPRS namanya bagi hasil / keuntungan.	3.89
	<b>Kepribadian</b>	
1	Jika ada kelebihan uang saya akan depositokan pada produk dan nisbah yang lebih besar.	3.85
2	Saya menabung di bank syariah karena adanya diskusi tentang bank syariah di lingkungan rumah saya.	3.77
3	Saya menabung di BPRS karena merupakan bank Islam	3.77

Sumber :Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 19 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa nasabah mempunyai pemahaman yang kuat sehingga tertarik dengan pembiayaan BPRS Bobato Lestari.
2. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa nasabah menggunakan Bank Syariah Bobato Lestari karena taat kepada Agama yang saya anut.
3. 3.75% responden menyatakan setuju bahwa pegawai BPRS Bobato Lestari sangat sopan dan sering beribadah pada waktunya.
4. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa *profit sharing* bank syariah tidak mengandung riba atau bunga.
5. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa produk BPRS Bobato Lestari Al-Qur'an dan As-Sunnah oleh pemerintah sebagai pedoman operasionalnya.
6. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa pada BPRS Bobato Lestari namanya bagi hasil / keuntungan.
7. 3.85% responden menyatakan setuju bahwa jika ada kelebihan uang saya akan depositokan pada produk dan nisbah yang lebih besar.
8. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa nasabah menabung di BPRS Bobato Lestari karena adanya diskusi tentang BPRS Bobato Lestari di lingkungan rumah.
9. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa nasabah menabung di BPRS karena merupakan bank Islam.

## 9. Tanggapan Responden Variabel Lokasi

Indikator lokasi dalam penelitian ini terdiri dari kemudahan, jangkauan dan lingkungan. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator lokasi :

**Tabel 20 : Tanggapan Responden Tentang Faktor Lokasi**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Kemudahan</b>	
1	Lokasi kantor cabang/kas yang ada memudahkan akses saya menabung di bank syariah.	3.79
2	BPRS terletak didekat pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi.	3.80
3	Tersedianya angkutan umum ke BPRS.	3.77
	<b>Jangkauan</b>	
1	Saya belum mengetahui lokasi bank BPRS.	3.82
2	Lokasi BPRS sangat sulit dijangkau dari tempat tinggal.	3.82
3	lokasinya banyak dilewati angkutan umum.	3.86

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Lingkungan</b>	
1	BPRS berada didekat pusat keramaian	3.88
2	Lingkungan disekitar BPRS aman.	3.87
3	Lingkungannya bersih dan segar	3.83

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 20 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.79% responden menyatakan setuju bahwa lokasi kantor cabang/kas yang ada memudahkan akses saya menabung di bank syariah.
2. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari terletak didekat pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi.
3. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa tersedianya angkutan umum ke BPRS Bobato Lestari.
4. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa kebanyakan nasabah belum mengetahui lokasi bank BPRS Bobato Lestari.
5. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa lokasi BPRS Bobato Lestari sangat sulit dijangkau dari tempat tinggal.
6. 3.86% responden menyatakan setuju bahwa lokasinya banyak dilewati angkutan umum.
7. 3.88% responden menyatakan setuju bahwa BPRS Bobato Lestari berada didekat pusat keramaian.
8. 3.87% responden menyatakan setuju bahwa lingkungan disekitar BPRS Bobato Lestari aman.
9. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa lingkungannya bersih dan segar.

#### 10. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk

Indikator kualitas produk dalam penelitian ini terdiri dari manfaat, nilai dan konsekuensi. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator kualitas produk :

**Tabel 21 : Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
---------	------------	-------------------------

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Manfaat</b>	
1	Penggunaan produk BPRS menjadi tren masa kini.	3.86
2	Sangat membantu untuk masyarakat untuk membuka usaha karena tidak unsur bunga.	3.84
3	Sama-sama pihak mendapatkan keuntungan.	3.79
	<b>Nilai</b>	
1	Setelah menawarkan berbagai macam produk, saya menjadi paham.	3.84
2	Saya percaya dengan kualitas produk dan layanan dari BPRS	3.87
3	Produk BPRS mampu meyakinkan saya untuk menggunakannya dengan aman.	3.89
	<b>Konsekuensi</b>	
1	Apabila di salah gunakan pengola maka pengelola wajib bertanggung jawab.	3.84
2	Bank tidak akan menerima pembagian keuntungan, bila terjadi kegagalan atau wanprestasi yang terjadi bukan karena kelalaian mudharib.	3.80
3	Bila terjadi kegagalan usaha yang mengakibatkan kerugian yang disebabkan oleh kelalaian mudharib, maka kerugian tersebut harus ditanggung oleh mudharib (menjadi piutang bank).	3.84

*Sumber :Data primer diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 21 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.86% responden menyatakan setuju bahwa penggunaan produk BPRS Bobato Lestari menjadi tren masa kini.
2. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa sangat membantu untuk masyarakat untuk membuka usaha karena tidak unsur bunga.
3. 3.79% responden menyatakan setuju bahwa sama-sama pihak mendapatkan keuntungan.
4. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa setelah menawarkan berbagai macam produk, nasabah menjadi paham.
5. 3.87% responden menyatakan setuju bahwa nasabah percaya dengan kualitas produk dan layanan dari BPRS Bobato Lestari.
6. 3.89% responden menyatakan setuju bahwa produk BPRS Bobato Lestari mampu meyakinkan saya untuk menggunakannya dengan aman.

7. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa apabila di salah gunakan pengola maka pengelola wajib bertanggung jawab.
8. 3.80% responden menyatakan setuju bahwa Bank tidak akan menerima pembagian keuntungan, bila terjadi kegagalan atau wanprestasi yang terjadi bukan karena kelalaian mudharib.
9. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa bila terjadi kegagalan usaha yang mengakibatkan kerugian yang disebabkan oleh kelalaian mudharib, maka kerugian tersebut harus ditanggung oleh mudharib (menjadi piutang bank).

#### 11. Tanggapan Responden Variabel Minat Nasabah

Indikator minat nasabah dalam penelitian ini terdiri dari marketing mix / bauran pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Berikut merupakan tanggapan responden mengenai indikator minat nasabah :

**Tabel 22 : Tanggapan Responden Tentang Minat Nasabah**

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
	<b>Marketing Mix / Bauran Pemasaran</b>	
1	Saya tertarik dengan produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS.	3.81
2	Produk pembiayaan BPRS berbeda dengan bank Konvensional.	3.81
3	Saya tertarik dengan strategi promosi yang di rancang yaitu metode komunikasi.	3.84
	<b>Faktor Budaya</b>	
1	Saya tertarik dengan pembiayaan mudharabah karena tidak merugikan.	3.89
2	Saya tertarik karena sistem bagi hasil yang sesuai akad.	3.77
3	Pembiayaan mudharabah cocok dengan saya sebagai pelaku usaha kecil.	3.71
	<b>Faktor Sosial</b>	
1	Saya tertarik dengan produk pembiayaan karena ada saudara / rekan yang bekerja di BPRS Bobato Lestari.	3.84
2	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena ada penjelasan dari teman yang sudah menjadi langganan BPRS.	3.83
3	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena semua sanak keluarga menggunakan produk syariah.	3.84
	<b>Faktor Pribadi</b>	

No Item	Pernyataan	% Persetujuan Responden
1	Saya tertarik karena bank syariah lagi trend sekarang ini.	3.73
2	Adanya manfaat dan keuntungan dalam menggunakan pembiayaan mudharabah.	3.85
3	Tertarik menggunakan pembiayaan. mudharabah karena tidak ada unsur riba.	3.73
	<b>Faktor Psikologis</b>	
1	Karena sekarang semua memilih bisnis dengan membuka usaha yang cocok dengan pembiayaan mudharah.	3.83
2	Saya ingin mencoba menggunakan produk pembiayaan mudharabah.	3.78
3	Saya menggunakan produk BPRS karena takut denga riba.	3.82

Sumber :Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 22 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik dengan produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS Bobato Lestari.
2. 3.81% responden menyatakan setuju bahwa produk pembiayaan BPRS Bobato Lestari berbeda dengan bank Konvensional.
3. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik dengan strategi promosi yang di rancang yaitu metode komunikasi.
4. 3.89% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik dengan pembiayaan mudharabah karena tidak merugikan.
5. 3.77% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik karena sistem bagi hasil yang sesuai akad.
6. 3.71% responden menyatakan setuju bahwa pembiayaan mudharabah cocok dengan nasabah.
7. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik dengan produk pembiayaan karena ada saudara / rekan yang bekerja di BPRS Bobato Lestari.
8. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena ada penjelasan dari teman yang sudah menjadi langganan BPRS Bobato Lestari.
9. 3.84% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena semua sanak keluarga menggunakan produk syariah.

10. 3.73% responden menyatakan setuju bahwa nasabah tertarik karena bank syariah lagi trend sekarang ini.
11. 3.85% responden menyatakan setuju bahwa Adanya manfaat dan keuntungan dalam menggunakan pembiayaan mudharabah.
12. 3.73% responden menyatakan setuju bahwa Tertarik menggunakan pembiayaan mudharabah karena tidak ada unsur riba.
13. 3.83% responden menyatakan setuju bahwa karena sekarang semua memilih bisnis dengan membuka usaha yang cocok dengan pembiayaan mudharabah.
14. 3.78% responden menyatakan setuju bahwa nasabah ingin mencoba menggunakan produk pembiayaan mudharabah.
15. 3.82% responden menyatakan setuju bahwa nasabah menggunakan produk BPRS karena takut denga riba.

#### D. Hasil Uji Faktor Konfirmatori

**Tabel 23 : Hasil Uji Deskriptif**

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Resiko Tinggi	3.8561	.60415	167
Sumber Daya Insani	3.8063	.60323	167
Kepercayaan	3.8049	.59916	167
Pelayanan	3.8357	.58252	167
Sosialisasi	3.8425	.57639	167
Bagi Hasil	3.8199	.58923	167
Promosi	3.8003	.58544	167
Religiusitas	3.7987	.56621	167
Lokasi	3.8307	.57668	167
Kualitas Produk	3.8480	.58213	167

Sumber: Data Penelitian Diolah (2021)

Hasil uji deskriptif terhadap Resiko Tinggi diperoleh rata-rata sebesar 3,856 dan simpangan baku sebesar 0,604, Sumber Daya Insani diperoleh rata-rata sebesar 3,806 dan

simpangan baku sebesar 0,603, Kepercayaan diperoleh rata-rata sebesar 3,805 dan simpangan baku sebesar 0,599 Pelayanan diperoleh rata-rata sebesar 3,836 dan simpangan baku sebesar 0,583, Sosialisasi diperoleh rata-rata sebesar 3,843 dan simpangan baku sebesar 0,576, Bagi Hasil diperoleh rata-rata sebesar 3,820 dan simpangan baku sebesar 0,589, Promosi diperoleh rata-rata sebesar 3,800 dan simpangan baku sebesar 0,585, Religiusitas diperoleh rata-rata sebesar 3,799 dan simpangan baku sebesar 0,566, Lokasi diperoleh rata-rata sebesar 3,831 dan simpangan baku sebesar 0,577, dan Kualitas Produk diperoleh rata-rata sebesar 3,848 dan simpangan baku sebesar 0,582.

**Tabel 24 : Hasil Uji KMO dan Bartlett**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.968
Approx. Chi-Square	2823.619
Df	45
Bartlett's Test of Sphericity	
Sig.	.000

Sumber: Data Penelitian Diolah (2021)

Hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji KMO diperoleh nilai KMO sebesar 0,968 dan menunjukkan bahwa nilai KMO lebih dari 0,5 ( $KMO > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Kemudian berdasarkan uji Bartlett diperoleh nilai signifikansi Bartlett sebesar 0,000 dan menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $sig < 0,05$ ) sehingga memenuhi syarat. Dengan hasil tersebut maka dinyatakan analisis faktor konfirmatori memenuhi syarat berdasarkan uji KMO dan uji Bartlett.

**Tabel 25 : Hasil Uji MSA**

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
Anti-image	Resiko Tinggi	.950 <sup>a</sup>	-.007	-.205	-.072	.037	-.045	-.299	-.410	.139	-.166
Correlation	Sumber Daya Insani	-.007	.968 <sup>a</sup>	-.106	-.209	-.284	-.090	-.147	-.046	.052	-.253
	Kepercayaan	-.205	-.106	.984 <sup>a</sup>	-.056	.005	-.143	-.062	-.022	-.119	-.135
	Pelayanan	-.072	-.209	-.056	.971 <sup>a</sup>	-.115	-.167	-.005	-.210	-.266	.046
	Sosialisasi	.037	-.284	.005	-.115	.963 <sup>a</sup>	-.068	-.275	.068	-.250	-.162
	Bagi Hasil	-.045	-.090	-.143	-.167	-.068	.981 <sup>a</sup>	-.085	-.160	-.132	-.164
	Promosi	-.299	-.147	-.062	-.005	-.275	-.085	.970 <sup>a</sup>	-.050	-.071	.095
	Religiusitas	-.410	-.046	-.022	-.210	.068	-.160	-.050	.963 <sup>a</sup>	-.127	.028
	Lokasi	.139	.052	-.119	-.266	-.250	-.132	-.071	-.127	.966 <sup>a</sup>	-.195
	Kualitas Produk	-.166	-.253	-.135	.046	-.162	-.164	.095	.028	-.195	.970 <sup>a</sup>

Sumber: Data Penelitian Diolah (2021)

Hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari masing-masing variabel Resiko Tinggi, Sumber Daya Insani, Kepercayaan, Pelayanan, Sosialisasi, Bagi Hasil, Promosi, Religiusitas, Lokasi, dan Kualitas Produk lebih dari 0,5 (MSA > 0,5) sehingga memenuhi syarat.

**Tabel 26 : Hasil Uji Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.907	89.068	89.068	8.907	89.068	89.068
2	.224	2.244	91.311			
3	.160	1.600	92.912			
4	.154	1.544	94.455			
5	.129	1.293	95.749			
6	.105	1.053	96.801			
7	.097	.966	97.768			
8	.082	.817	98.585			
9	.075	.755	99.339			
10	.066	.661	100.000			

Sumber: Data Penelitian Diolah (2021)

Hasil variance explained diperoleh nilai % of variance sebesar 89,068 persen yang menunjukkan bahwa besarnya variasi yang dapat dijelaskan dari hasil analisis faktor terhadap variabel Resiko Tinggi, Sumber Daya Insani, Kepercayaan, Pelayanan, Sosialisasi, Bagi Hasil, Promosi, Religiusitas, Lokasi, dan Kualitas Produk adalah sebesar 89,068 persen.

**Tabel 27 : Hasil Uji Faktor Konfirmatori**

	Component
	1
Resiko Tinggi	.935
Sumber Daya Insani	.955
Kepercayaan	.933
Pelayanan	.955
Sosialisasi	.949

	Component
	1
Bagi Hasil	.955
Promosi	.939
Religiusitas	.935
Lokasi	.943
Kualitas Produk	.939

Sumber: Data Penelitian Diolah (2021)

Hasil analisis faktor diperoleh nilai loading tertinggi sebesar 0,955 pada variabel sumber daya insani, variabel pelayanan dan variabel bagi hasil, artinya ketiga variable tersebut merupakan faktor yang paling dominan.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Dalam pembahasan penelitian ini peneliti akan menyampaikan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu :

#### **A. Pengaruh Faktor Resiko Tinggi terhadap Minat Nasabah**

Faktor risiko tinggi menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor risiko tinggi lebih dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut :Furqon mengatakan dalam penelitiannyapembiayaan Mudharabah dengan prinsip bagi hasil merupakan inti atau ciri khas dimiliki dalam kegiatan perbankan syari'ah, akan tetapi dalam pelaksanaannya, ini kurang diminati dalam kegiatan pembiayaan terutama dalam BPRS, ini disebabkan oleh karena tingkat risiko pembiayaan Mudharabahsangat tinggi dan untuk tingkat pengembalian hasilnya tidak pasti karena hal ini berkaitan dengan usaha yang dikelola.<sup>84</sup>

Seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya bahwa ada beberapa risiko yang terdapat dalam mudharabah terutama dalam penerapan pembiayaan relatif tinggi di antaranya:<sup>85</sup>

1. *Side strefulang*; nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad.
2. Lalai dan kesalahan yang disengaja.
3. Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur.

Nasabah yang akan mengajukan pembiayaan maupun sudah mendapatkan persetujuan dari pihak perbankan untuk menggunakan pembiayaan, bukannya langsung membuka usaha tetapi menjadi bingung dan tidak tahu apa yang diusahakan dengan dana yang sudah diterima sehingganya nasabah membuka usaha seadanya yang tidak sesuai dengan keinginan awal maupun peluang omset di lapangan. Hal inilah yang menjadi salah satu tolak ukur pihak perbankan BPRS Bobato Syariah memberikan kepercayaan kepada nasabah dalam mengelolah dana. Pengembalian hasilnya tidak pasti karena hal ini berkaitan dengan usaha yang dikelola.

---

<sup>84</sup> Furqon, Rafiudin Ahmad. Analisis Risiko Pembiayaan Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah dengan Metode Risk Adjusted Return On Capital (RAROC), 2020.

<sup>85</sup> HM. Dumairi Nor. *Ekonomi Syariah (versi Salaf)*, 78-84

Resiko dalam konteks perbankan merupakan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak diperkirakan dan juga akan berdampak negatif pada pendapatan dan permodalan bank.<sup>86</sup> Resiko yang dihadapi oleh bank dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu resiko finansial dan risiko non-finansial. Resiko finansial selanjutnya dibagi menjadi resiko pasar dan resiko kredit sedangkan dalam resiko non finansial meliputi resiko operasional, resiko regulator dan resiko hukum.<sup>87</sup> Menurut Idroes, resiko perbankan di bagi menjadi beberapa jenis salah satunya yaitu resiko kredit. Resiko kredit didefinisikan sebagai resiko kerugian sehubungan dengan pihak peminjam yang tidak dapat dan tidak mau memenuhi kewajibannya untuk membayar kembali dana yang di pinjamnya secara penuh pada saat jatuh tempo.<sup>88</sup> Namun dalam penelitian ini resiko yang kami teliti disini mengenai resiko finansial yaitu resiko kredit. Resiko kredit adalah resiko kegagalan suatu nasabah untuk memenuhi kewajibannya secara penuh dan tepat waktu yang sesuai dengan kesepakatan diawal perjanjian. Biasanya resiko ini muncul karena nasabah gagal memenuhi kewajiban untuk membayar hutangnya secara penuh pada waktu yang sudah ditentukan di awal perjanjian. Al Qur'an Surah Yusuf : 47, yaitu :

Ditinjau dari Al-Quran, Allah berfirman :

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ

Artinya : *Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan”*. (QS. Yusuf: 47).<sup>89</sup>

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa agar kamu dapat menikmati hasil dari keuntungan maka ketika memberikan modal kepada orang lain dalam mengelolanya agar berguna bagi keduanya, hal itu dikarenakan keuntungan yang didapat dibagi sama dengan orang yang telah mengelolah hartanya.

Peneliti terdahulu juga mendukung ada pengaruh faktor resiko tinggi terhadap minat nasabah diantaranya Anwar dan Hamdalah bahwa pemilik modal memberikan modal sepenuhnya kepada pihak pengelolah yang sudah dipercayai untuk mengelolah dalam bentuk apapun guna memperoleh keuntungan.<sup>90</sup> Hasil yang didapat dari mudharib tersebut dibagi

<sup>86</sup>Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking sebuah teori...*, hal. 942

<sup>87</sup> Tariqullah Khan, *Manajemen Risiko Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 11

<sup>88</sup> Ferry N. Idroes, *Manajemen Risiko Perbankan: Pemahaman pendekatan 3 pilar kesepakatan basel II terkait aplikasi regulasi dan pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), hal. 23

<sup>89</sup> Depag, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, (Depok: Cahaya Qur'an, 2008)

<sup>90</sup>Muhammad Choirul Anwar. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembiayaan Mudharabah*. 2016

sesuai dengan nisbah keuntungan yang dilakukan awal perjanjian.<sup>91</sup>Namun apabila dalam akad mudharabah atau bisnis tersebut tidak mendapatkan laba sama sekali / mengalami kerugian, maka pihak mudharib(pengelola dana) tidak berhak diberi upah atas usahanya dan shahibul maal (pemilik dana) tidak berhak menuntut kerugian kepada mudharib,sekalipunmudharib juga menderita karena tidak mendapat apapun dari semua yang telah ia lakukan.

## **B. Pengaruh Faktor Sumber Daya Insani terhadap Minat Nasabah**

Faktor sumber daya insani menjadi faktor yang dominan menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Hasil analisis data menggunakan analisis faktor dapat diketahui melalui 5 kali reduksi hasil uji jumlah variabel 10 direduksi hingga menjadi 3 variabel yang paling dominan. Hal ini sesuai hipotesis dengan dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para peneliti sebagai berikut : menurut Novianadalam penelitiannya *Pengaruh Sumber Daya Manusia Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah Di Pt.Bprs Aman Syariah Sekampung*bahwa PT. BPRS Aman Syariah Sekampung telah melakukan berbagai kegiatan pengembangan sumber daya manusia dengan baik, seperti pelatihan, pendidikan, seminar, magang, dan lain sebagainya.<sup>92</sup> Kegiatan tersebut memiliki banyak manfaat bagi para karyawan, antara lain meningkatkan produktivitas, profesionalisme, kemampuan, keterampilan, keahlian dan sebagainya. Semakin tinggi tingkat produktivitas karyawan, maka akan semakin meningkatkan kinerja serta pelayanan yang diberikan. Hal ini berakibat pada kepuasan nasabah, sehingga semakin banyak nasabah yang tertarik untuk melakukan transaksi keuangan dengan bank.

Menurut Ridwinskyahdalam penelitiannya bahwa, agar sumber daya insani di perbankan syari'ah mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan cepat serta dapat mampu mengkomunikasikan produk dan jasa perbankan secara jelas dan selalu bersikap ramah dan adil dalam melayani nasabah sehingga nasabah dapat merasa puas dan nyaman atas pelayanan yang ada di perbankan syariah.<sup>93</sup> Ketika nasabah merasa puas atas pelayanan dan mendapatkan nilai atau manfaat setelah menjalin kerjasama di perbankan syariah sesuai apa yang diharapkan. Nasabah akan cenderung melakukan transaksi kembali, tetap setia untuk waktu yang lama dan memungkinkan merekomendasikan suatu perusahaan kepada

<sup>91</sup>Ahmad Hamdalah. *Pemikiran Islam*. (Jurnal An-nida' Edisi Desember, 2017 Vol. 41 No. 2 |), 154

<sup>92</sup>Noviana, Putri. *Pengaruh Sumber Daya Manusia Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah Di Pt.Bprs Aman Syariah Sekampung*. (Jurnal Perbankan Syariah, 2017),. 55-56

<sup>93</sup>Oky Ridwinskyah, *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Insani tingkat Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mudharabah*, 2017.

teman atau kerabat. Sesuai dengan definisi dari kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap *ekspektasi* mereka.

Sumber daya insani (SDI) merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan dan kesehatan suatu bank sehingga perlu dipersiapkan yang profesional yang perlu diciptakan dalam waktu panjang dan dengan biaya yang besar. Setiap bank wajib mengupayakan peningkatan kemampuan dan keterampilan pegawainya guna memenuhi kebutuhan tenaga profesional. Perusahaan di Indonesia yang mayoritas SDI adalah beragama Islam dan menjalankan sholat, apakah sudah mampu membentuk budaya unggul dalam menghasilkan kinerja yang diharapkan dalam jangka panjang.

Surah Al-Baqarah ayat 32 menjelaskan:

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

Mereka menjawab: *Maha Suci Engkau ! Tidak ada pengetahuan bagi kami. kecuali yang Engkau ajarkan kepada Kami. Karena sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Tahu, lagi Maha Bijaksana.*

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memberikan pengetahuan ilmu kepada hambanya untuk belajar dan memahami serta apa yang diketahui hambanya hendaklah dia memberitahu serta mengajarkan kepada orang lain agar menjadi paham supaya tidak menimbulkan kebingungan di antaranya.

Penelitian yang dilakukan Prihandini yang mendukung ada pengaruh faktor sumber daya insani yaitu menyebutkan citra perusahaan / citra lembaga bukan hanya mengenai produk dan pelayanannya saja tapi keseluruhan yaitu kepribadian, reputasi, nilai dan identitas perusahaan.<sup>94</sup> Menurut Hakim dalam penelitiannya menyebutkan dikarenakan kurang terciptanya suasana persaudaraan ataupun kerjasama yang kondusif serta karena termasuk kontrak yang tidak alami, maka pihak mudharib tidak bisa memberikan kepastian pendapatan baik dari segi jumlah maupun waktunya menyebabkan pihak investor menjadi ragu untuk menyalurkan pembiayaan mudharabah.<sup>95</sup> Sedangkan menurut Badriyah dalam penelitiannya juga mendukung pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah bahwa bagi hasil, kualitas pelayanan dan reputasi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih produk simpanan mudharabah.<sup>96</sup>

<sup>94</sup>Charisma Hunaning Prihandini, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah*, (2018).

<sup>95</sup>Abdul Hakim, *Rendahnya Realisasi Pembiayaan Mudharabah dalam Perbankan Syariah di Indonesia*, (2017)

<sup>96</sup>Gugub Siti Badriyah, *Pengaruh Bagi Hasil, dan Reputasi Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Mudharabah di Kopsyah BMT*, (2018)

### C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah

Faktor kepercayaan menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor resiko tinggi lebih dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Besarnya tingkat kepercayaan pada nasabah mempengaruhi minat nasabah memilih jasa perbankan yang akan digunakan juga. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap BPRS Bobato Lestari, maka nasabah juga menambah keinginan untuk menggunakan jasa perbankan di BPRS Bobato Lestari. Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan prinsip kehati-hatian untuk menjaga kepercayaan nasabah. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Mudharabah.<sup>97</sup> Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut: Menurut Hotma, Kepercayaan pelanggan adalah keyakinan setiap saat melakukan transaksi bisnis dengan mereka, pimpinan dan karyawan perusahaan tersebut bertindak adil, kompeten, etis dan dapat dipercaya.<sup>98</sup> Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan tumbuh karena pengalaman baik mereka melakukan transaksi bisnis. 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 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.

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang. Dari Abu Sa'`id Al-Khudri ra. dari Nabi Muhammad saw. Beliau bersabda:

---

<sup>97</sup> Vico Putri Nilam Sari. Thesis *Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Minat Memilih Produk Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang*, (2020)

<sup>98</sup> Ronny Sautma Hotma, *Hubungan Bank dan Nasabah Terhadap Produk Tabungan dan Deposito*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1996). Hal.40

“Pedagang yang jujur lagi dipercaya (amanah) akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada.” (HR. At-Tirmidzi).<sup>99</sup>

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa lembaga perbankan dapat dipercaya dengan apa yang dikerjakannya yaitu dengan produk yang ditawarkan serta sistem bagi hasil yang dianut oleh bank syariah tersebut sehingga masyarakat juga tidak ragu dan menaruh kepercayaan penuh pada bank dan selanjutnya melakukan transaksi maupun menggunakan produk bank tersebut.

Penelitian yang dilakukan Sari juga mendukung adanya pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menjelaskan bahwa kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk, sedangkan religiusitas mampu memoderasi pengaruh kepercayaan minat memilih produk namun tidak memoderasi sistem bagi hasil terhadap minat memilih produk.<sup>100</sup> Menurut Khumaidah juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa faktor-faktor yang terkait dengan penelitian yaitu, kepercayaan, bagi hasil, kualitas produk, kesejahteraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan mudharabah.<sup>101</sup> Sedangkan menurut Zunaini juga menjelaskan kepercayaan dapat mempengaruhi minat nasabah dengan adanya tingkat margin dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah.<sup>102</sup>

#### **D. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Nasabah**

Faktor pelayanan menjadi faktor yang dominan menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Hasil analisis data menggunakan analisis faktor dapat diketahui melalui 5 kali reduksi hasil uji jumlah variabel 10 direduksi hingga menjadi 3 variabel yang paling dominan. Hal ini sesuai hipotesis dengan dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para peneliti sebagai berikut : Menurut Abdurrahman *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Pembiayaan Mudharabah Pada BMT-UMJ* bahwa adanya *Asymmetric Information* atau keseimbangan informasi antara lembaga keuangan (Shohibul Maal) dengan pengusaha (Mudharib) dan kinerja dari lembaga keuangan syariah, baik dari sumber daya insani (SDI) yang berkualitas maupun dari regulasi

<sup>99</sup> dari Abu Sa'id al-Khudri radhiyallahu 'anhu, HR at-Tirmidzi (no. 1209)

<sup>100</sup> Vico Putri Nilam Sari. *Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Minat Memilih Produk Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang*. (2020)

<sup>101</sup> Siti Khumaidah, *Analisis Faktor yang Menyebabkan Nasabah Memutuskan Memilih Tabungan Mudharabah di BMT Tulungagung*, (2016)

<sup>102</sup> Anindya Zunaini, *Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah*, (2019)

lembaga keuangan syariah itu sendiri.<sup>103</sup> Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan.<sup>104</sup> Dalam kaitan ini, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Ayat al-Quran dan hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Eksistensi manusia sebenarnya ditentukan oleh kemanfaatannya pada orang lain. Setiap perbuatan maka akan kembali kepada orang yang berbuat.

Firman Allah dalam QS. Al-Isra: 7.

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ<sup>٥</sup>

Artinya: "Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri (QS. Al-Isra:7)

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa hendaklah kamu berbuat baik bukan hanya untuk dirimu sendiri melainkan pada orang lain, memperlakukan orang lain sebagaimana mestinya. Dalam salah satu hadits Rasulullah SAW memerintahkan kepada manusia agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan "bermanfaat bagi sesama" sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang.

Hal ini berarti tidak mendukung penelitian yang dilakukan Zunaini dan Fauz Moh'd Khamis & Rosemaliza AbRashid yang mengatakan bahwa faktor pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah<sup>105</sup> yaitu untuk mendapat nilai positif dari nasabah maka kualitas pelayanan yang paling utama ditingkat untuk menarik minat nasabah serta membuat mereka nyaman sehingga setia dengan instansi tersebut.<sup>106</sup>

## E. Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah

<sup>103</sup> Abdurrahman. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Pembiayaan Mudharabah Pada BMT-UMJ*. 2017. 71

<sup>104</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Computindo, 2003), h. 14.

<sup>105</sup> Anindya Zunaini, *Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah*, (2019)

<sup>106</sup> uz Moh'd Khamis & Rosemaliza AbRashid. *Service quality and customer's satisfaction in Tanzania's Islamic banks. A case study at People's Bank of Zanzibar (PBZ)*. *Islamic Marketing Journal*, Vol. 9 No. 4. 2018,

Faktor sosialisasi menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor resiko tinggi lebih dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Pengaruh tersebut didukung oleh sosialisasi yang dilakukan hanya sekedar lewat brosur yang diedarkan kepada nasabah yang hendak melakukan transaksi di Bank ataupun disampaikan melalui mulut ke mulut bahkan lewat platform-platform internet media sosial sehingga membuat masyarakat masih minim pengetahuannya tentang produk yang tersedia di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore. Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut : menurut Apriliana dalam penelitiannya *Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah* menunjukkan bahwa sosialisasi produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah memilih pembiayaan di Pegadaian Syariah cabang Cakranegara. Berdasarkan hasil analisis bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 36,5%.<sup>107</sup>

Sosialisasi yang sering dilakukan akan membawa dampak positif bagi pertumbuhan BPRS Bobato Lestari itu sendiri. Salah satu dampak positif itu adalah meningkatnya jumlah nasabah yang dapat menunjang pertumbuhan BPRS Cabang Kota Tidore. Namun melalui wawancara awal yang dilakukan peneliti, sebagian masyarakat masih bertahan menjadi nasabah konvensional. Menyadari kondisi ini BPRS setidaknya memberikan pemahaman terhadap masyarakat, misalnya mengenai ragam produk yang dimiliki BPRS lebih menarik dari perbankan lain, sehingga dapat menarik masyarakat untuk mencoba produk yang ditawarkan.

Karim mengatakan bahwa dalam persoalan sosialisasi kepada masyarakat bank syariah masih relatif kecil, hanya sebagian masyarakat yang paham tentang ciri-ciri dan keistimewaan yang dimiliki oleh Bank Syariah.<sup>108</sup> Hal ini dikarenakan sosialisasi perbankan Syariah kepada masyarakat harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitasnya, namun realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat dalam institusi Perbankan Syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *Islamic Banking*. Sosialisasi Perbankan Syariah kepada kalangan masyarakat sangat penting mengingat masih minimnya

---

<sup>107</sup>Nur Apriliana, *Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah*, (2017)

<sup>108</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h.27

minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah, keterbatasan informasi mengenai prinsip dan operasional bank syariah yang dimiliki masyarakat bahkan dikalangan perbankan sekalipun. Pesan moral sosialisasi terungkap pada ayat Al-Qur'an surat Al-Maidah : 2.

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

Artinya :*Hendaklah kalian bekerjasama dalam menegakkan “al-Biir” (kebaikan sosial kemanusiaan/universal) dan jangan bekerjasama dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*(QS. Al-Maidah : 2)

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kita untuk berbuat kebaikan dan hindari perbuatan yang tidak baik. Hendaklah memberikan informasi yang benar dan sesuai dengan ketentuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan orang lain dan janganlah engkau ingin menarik perhatian orang dengan bekerjasama dalam perbuatan dosa dan permusuhan.

Penelitian yang dilakukan Fadahunsi & Kargwell juga mendukung bahwa sosialisasi dapat mempengaruhi minat nasabah yaitu agar produk kita ingin dikenal oleh banyak orang maka dilakukannya sosialisasi dan promosi semenarik mungkin kepada masyarakat.<sup>109</sup>

#### **F. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah**

Faktor bagi hasil yang dominan menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Hasil analisis data menggunakan analisis faktor dapat diketahui melalui 5 kali reduksi hasil uji jumlah variabel 10 direduksi hingga menjadi 3 variabel yang paling dominan. Hal ini sesuai hipotesis dengan dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para peneliti sebagai berikut : Menurut Zunaini *Pengaruh Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Tahun 2016-2018* bahwa Margin berpengaruh positif terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* pada tahun 2016-2018 di BPRS Suriyah Semarang.<sup>110</sup> Dilihat dari nilai t hitung  $6,469 > 2,287$  t tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* pada tahun 2016-2018 di BPRS Suriyah Semarang. Dilihat dari nilai t hitung  $7,805 > 2,287$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Tingkat margin dan kualitas pelayanan

<sup>109</sup> Fadahunsi, Akinola. dan Kargwell, Samia. *Social media, consumer behavior and marketing strategies: “Halal ”implications for Islamic Marketing Operations”*. Journal of Small Business and Entrepreneurship Development, Vol 3 No. 1. 2005, 36-43.

<sup>110</sup> Anindya Zunaini, *Pengaruh Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Tahun 2016-2018*. 2019. 131

berpengaruh positif terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* pada tahun 2016-2018 di BPRS Suriyah Semarang. Dilihat dari  $F$  hitung  $> F$  Tabel dengan nilai  $130.955 > 3.11$  dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah  $0,000 < 0,05$ . Kemudian hasil dari pengujian penelitian koefisien determinasi ( $R_2$ ) menunjukkan bahwa dari kedua variabel independen dimana (Tingkat Margin) dan variabel (Tingkat Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* sebesar 0,773 atau 77,3% yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel tingkat *margin* dan tingkat kualitas pelayanan dan sisanya 22,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Dengan lahirnya BPRS Bobato Lestari yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank konvensional merupakan peluang bagi masyarakat untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin, karena nasabah akan berhubungan dengan perbankan dengan tenang tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat. Ismail mengatakan dengan lahirnya BPRS Bobato Lestari yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank konvensional merupakan peluang bagi masyarakat untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin, karena nasabah akan berhubungan dengan perbankan dengan tenang tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat.<sup>111</sup> Karakteristik nisbah akan berbeda-beda dilihat dari beberapa segi antara lain :

1. Persentase nisbah antar bank syariah akan berbeda hal ini tergantung kebijakan masing-masing bank.
2. Persentase nisbah akan berbeda sesuai dengan jenis dana yang dihimpun.
3. Jangka waktu investasi *mudharabah* akan berpengaruh pada besarnya persentase nisbah bagi hasil.

Pandangan Islam berdasarkan Hadist Nabi saw.a). Diriwayatkan oleh AbuSaid al-Khudri bahwa Rasulullah SAW. pernah bersabda: "*Emas hendaklah dibayar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, tepung dengan tepung, kurma dengan kurma, garam dengan garam, bayaran harus dari tangan ke tangan (cash). Barang siapa memberi*

---

<sup>111</sup>Ismail, Op, Ciitt. Hal. 79

*tambahan atau meminta tambahan, sesungguhnya ia telah berurusan dengan riba. Penerima dan pemberi sama-sama bersalah.*"<sup>112</sup>

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam melakukan suatu usaha hendaklah adil dalam pembagian keuntungan maupun upah, tidak ada kecurangan di dalamnya dan tidak ada bentuk riba di dalamnya. Bank harus berlaku adil dalam pembagian keuntungan (bagi hasil) dan tidak menimbulkan unsur riba yang mana memberi tambahan atau meminta tambahan.

Hasil penelitian yang dilakukan Setiawati mengatakan bahwa bagi hasil dapat mempengaruhi minat nasabah yaitu karena nasabah merasa ada kemudahan dalam melakukan transaksi dengan akad bagi hasil serta kepuasan menjadi nasabah bank syariah.<sup>113</sup> Serta menurut Rismawati dan Rosita bahwa sistem penghitungan keuntungan yang digunakan PT Bank BNI Syariah adalah bagi hasil, dengan kontrak deposito Mudharabah Mutlaqah.<sup>114</sup>

### **G. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah**

Faktor promosi menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor resiko tinggi lebih dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut :Sedangkan menurut Lubis mengatakan secara simultan (bersama sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan mudharabah.<sup>115</sup> Pengaruh tersebut didukung dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung.<sup>116</sup> Promosi juga menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dan komunikasi berperan penting dalam hal ini. Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Namun tindakan

<sup>112</sup>dari Abu Sa'id al-Khudri *radhiallahu 'anhu*, HR at-Tirmidzi (no. 1209)

<sup>113</sup> Santi Setiawati, *Pengaruh Implementasi Prinsip Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah (KSPPS) BMT Al-Ittihad*, (2017)

<sup>114</sup> Rismawati & Siti Rosita, *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Mudharabah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Bank Syariah*, (2018)

<sup>115</sup> Ismail Marzuki Lubis, *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah*, (2015)

<sup>116</sup> Indriyono, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, (Yogyakarta : BPFE, 2000), H. 235

promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan. Oleh karena itu, bank BPRS Bobato Syariah harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan, media cetak, alat elektronik, promosi langsung atau mengadakan event/acara yang tersedia.

Al-Qur'an surat Al-Ahqaf :19.

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَيُؤْتِيهِمْ أَعْمَالَهُمْ ۗ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: *Dan setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan balasan amal perbuatan mereka dan mereka tidak dirugikan.*

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa (sedangkan mereka tiada dirugikan) barang sedikitpun misalkan untuk orang-orang mukmin dikurangi dan untuk orang-orang kafir ditambah.<sup>117</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari potongan ayat diatas yaitu kita akan mendapatkan imbalan atas apa yang telah kita kerjakan, seperti halnya dalam suatu pekerjaan diperusahaan, maka apabila kita ingin memperoleh imbalan yang tinggi maka harusla diimbangi dengan kerja yang lebih baik pula.

Menurut afriani dalam penelitiannya juga mendukung promosi dapat mempengaruhi minat nasabah yaitu dengan 3 keutamaan dalam bank yaitu a. *keunggulan produk* yaitu sistem jemput bola dalam menjemput langsung ke nasabah pada pembiayaan mudharabahserta sistem penarikan yang dapat dilakukan setiap saat dalam jam kerja pada mudharabahdan penarikan pada waktu tertentu saja pada tabungan dengan akad wadiah yaitu tabungan pendidikan, tabungan haji, tabungan qurban dan tabungan walimah, b. *Keunggulan harga menyeluruh*, dengan membebaskan biaya administrasi bulanan dan penetapan margin yang cukup tinggi pada mudharabahdan pemberian bonus pada akad wadiah, c. *Tempat/lokasi* yang dekat dengan pasar, d. *cara promosi* yang dilakukan dengan promosi langsung yaitu dengan berbagai alternative yaitu brosur, iklan di radio, media sosial serta promosi langsung dengan cara mulut ke mulut.<sup>118</sup>

## H. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Nasabah

Faktor religiusitas menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor resiko tinggi lebih dari 0,5 (MSA > 0,5)

<sup>117</sup> Tafsir Al-Jalalain <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-46-al-ahqaf/ayat-19>

<sup>118</sup> Leni Afriani, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Mudharabah dibandingkan dengan Wadiah pada BMT At-Taqwa*, (2018)

sehingga memenuhi syarat. Pengaruh tersebut didukung dengan persepsi seorang muslim yaitu kegiatan yang dilakukan akan lebih mempertimbangkan masalah sesuai dengan ajaran agama daripada mencari keuntungan semata. Kegiatan yang dilakukan tidak dapat dipisahkan dari keimanan seseorang. Keimanan ini salah satu tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian seseorang yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia. Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut :menurut Nisa dalam penelitiannya bahwa juga mendukung faktor religiusitas dapat mempengaruhi minat nasabah bahwa religiusitas bukan hanya terkait pada persoalan KeTuhanan dan keimanan saja. Akan tetapi dapat diwujudkan dalam berbagai aktifitas yang dilakukan oleh manusia seperti pembiayaan. Aktivitas ini tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan ritual (ibadah), tetapi apresiasi terhadap ajaran agama tersebut tetapi juga diaplikasikan kedalam kegiatan sehari-hari atau kegiatan duniawi.<sup>119</sup>

Masyarakat yang memilih produk pembiayaan BPRS juga salah satu karena adanya nilai religiusitas dalam diri pribadi. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi akan berusaha untuk patuh terhadap apa yang diperintah dan menjauhi apa yang dilarang-Nya. Karena menurut mereka ini akan membawa ketenangan dan ketentraman. Menurut Omer selain religiusitas perilaku ekonomi seseorang juga dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang. Sehingga dapat dibentuk kecenderungan perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsinya, yaitu apabila tingkat keimanan baik maka motif ekonomi yang dilakukannya akan didominasi oleh motif masalah, kebutuhan dan kewajiban, ini disebut dengan karakter seorang muslim yang taat.<sup>120</sup>

Keberagamaan (religiusitas) diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktifitas beragama tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah), tetapi apresiasi terhadap ajaran agama. Tersebut juga telah diaplikasikan dalam kegiatan duniawi atau kemasyarakatan termasuk perbankan. Dengan demikian, keagamaan atau religi adalah keyakinan manusia yang tinggi terhadap ajaran agamanya, sehingga menimbulkan kesadaran dalam dirinya untuk tunduk dan patuh sepenuhnya dalam melaksanakan ajaran agamanya. Dalam kaitan itu, umat Islam yang tingkat emosionalnya tinggi akan tunduk dan patuh terhadap fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) bahwa sistem bunga yang diterapkan di

---

<sup>119</sup> Choitotun Nisa', *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Religiusitas Nasabah terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah*, (2018)

<sup>120</sup> Omer.,H. (1992)., *The Implication of Islamic Belief and Practice on Islamic Economic Financial Institution in UK*, PhD Loughborough University

perbankan konvensional adalah riba dan hukumnya haram, karena terjadi kesamaan *illat* (sebab) pada nilai hukum bunga dan riba.

Dalam Al-Quran surah An-Nisa : 103.

فَإِذَا قَضَيْتُمُ الصَّلَاةَ فَادْكُرُوا اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ ۚ فَإِذَا اطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ ۚ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَّوْفُورًا

Artinya : “Selanjutnya, apabila kamu telah menyelesaikan sholat(mu), ingatlah Allah ketika kamu berdiri, pada waktu duduk dan ketika berbaring. Kemudian, apabila kamu telah merasa aman, maka laksanakanlah sholat itu (sebagaimana biasa). Sungguh, salat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman.” (QS. An-Nisa : 103).

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa diamanapun kita berada maka selalu ingatlah Allah dan kerjakan sholat 5 waktu. Bank syariah sudah tentunya memiliki karyawan atau pegawai nya yang beragama muslim, menggunakan hijab, sopan santun serta mengerjakan kewajiban sholat. Pemahaman mereka juga tentang agama yang berkaitan dengan riba sehingga dapat menarik perhatian maupun kepuasan nasabah.

Menurut Munthemengatakan bagi hasil, pelayanan, religidan pendapatan mempengaruhi minat nasabah memilih pembiayaan mudharabah. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi akan berusaha untuk patuh terhadap apa yang diperintah dan menjauhi apa yang dilarangnya. Karena menurut mereka ini akan membawa ketenangan dan ketentraman.<sup>121</sup>

## I. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah

Faktor lokasi menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor resiko tinggi lebih dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antar rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah

<sup>121</sup> Safaruddin Munthe, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah di Bank Muamalat*, (2018)

layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan. Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut :menurut Fariz dalam penelitiannya mengatakan bahwa dari hasil analisis regresi nampak bahwa brand image, kualitas produk, lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah memilih mengajukan akad Mudharabah.<sup>122</sup>

Menurut Tjiptonopemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan terhadap faktor-faktor berikut :<sup>123</sup>

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau transportasi. Berada dekat dengan pemukiman dan berada di pusat keramaian atau lokasi kerja. Indikatornya adalah :
  - 1) Lokasi mudah dijangkau transportasi umum.
  - 2) Jarak lokasi dekat dengan tempat tinggal.
  - 3) Lokasi dekat dengan lingkungan kerja.
  - 4) Lokasi berada di pusat keramaian (pasar)
2. Visibilitas, misalnya bank mudah terlihat jelas di tepi jalan. Indikatornya adalah :
  - 1) Lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandangan normal.
  - 2) Lokasi berada di tepi jalan atau pinggir jalan.
3. Lalu lintas, menyangkut pertimbangan utama : banyaknya orang berlalu lalang memberikan peluang besar terhadap terjadinya *buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi karena spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus. Indikatornya adalah : Banyaknya orang yang berlalu lalang sekitar lokasi.
4. Tempat parkir, tersedianya tempat parkir yang luas, aman, nyaman, baik untuk tempat parkir kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi. Tersedianya tempat yang luas dan aman apabila ada perluasan lokasi di kemudian hari. Indikatornya adalah : Apabila ada perluasan lokasi di kemudian hari tersedianya tempat yang luas dan aman.

---

<sup>122</sup> Rafi Fariz, *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk & Lokasi terhadap Minat Nasabah Memilih Akad Mudharabah pada BSM*, (2018)

<sup>123</sup> Tjiptono, Fandy, "*Strategi Pemasaran*", Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002.

6. Lingkungan. Daerah di sekitar bank mendukung produk yang ditawarkan bank. Contohnya lokasi berdekatan dengan kampus, sekolah, perkantoran. Indikatornya adalah : Lokasi didukung daerah sekitar atas produk yang ditawarkan bank.
7. Kompetisi, misalnya lokasi pesaing. Indikatornya adalah : Di jalan yang sama terdapat bank lainnya.
8. Peraturan Pemerintah berupa Undang-Undang. Indikatornya adalah: Ketentuan adanya larangan lokasi industri berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah.

Penentuan lokasi harus diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yakni melarang melakukan kerusakan lingkungan.

Seperti tertulis dalam Al-Qur'an surah Al-Furqan : 48-49.

وَهُوَ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ بُشْرًا بَيْنَ يَدَيْ رَحْمَتِهِ وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً طَهُورًا (48) لِنُحْيِيَ بِهِ بَلْدَةً مَيِّتًا وَنُسْقِيَهُ مِمَّا خَلَقْنَا أَنْعَامًا وَأَنَاسِيَّ كَثِيرًا (49)

Artinya : *“Dialah (Allah) yang meniupkan angin (sebagai) pembawa kabar gembira sebelum kedatangan rahmat-Nya (hujan); dan kami turunkan dari langit air yang amat bersih, agar kami menghidupkan dengan air itu negeri (tanah) yang mati, agar kami member minum dengan air itu sebagian besar dari makhluk kami, binatang-binatang ternak dan manusia yang banyak”*. ( Al-Furqan : 48-49)

Kandungan ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia haruslah selalu mensyukuri atas nikmat yang telah diberikan Oleh Allah SWT. Tentunya nikmat tersebut senantiasa kita jaga kita rawat dan kita lestarikan agar kelak nanti anak cucu kita masih dapat menikmati atas apa yang telah diberikan-Nya. Serta merencanakan pembangunan tata ruang yang tidak merugikan masyarakat, berharap pembangunan dan perkembangan kota menuju Button Up Top Down yaitu perkembangan kota mengarah kepada masyarakat lapisan bawah. Lokasi bank haruslah dekat dengan permukiman masyarakat dan mudah di jangkau.

Menurut Cahyati dalam penelitiannya juga mendukung lokasi dapat mempengaruhi minat nasabah yaitu bahwa 1) variabel pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih tabungan mudharabah, 2) variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah memilih tabungan

mudharabah, 3) variabel lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah memilih tabungan mudharabah, 4) dan pengujian secara bersama-sama variabel pengetahuan konsumen, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih pembiayaan mudharabah.<sup>124</sup>

## J. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah

Faktor kualitas produk menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan data pada hasil penelitian sebelumnya hasil uji syarat analisis faktor konfirmatori berdasarkan uji MSA diperoleh nilai MSA dari variabel faktor resiko tinggi lebih dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) sehingga memenuhi syarat. Dalam mempertahankan karakter dan komitmen kualitas produk dan jasa yang baik, kita harus mengerti akan pergerakan kualitas produk atau jasa. Seberapa besar toleransi yang harus dikeluarkan dan seberapa besar kualitas telah dinyatakan memuaskan. Hal ini sesuai hipotesis dengan kesimpulan yang disampaikan oleh para beberapa peneliti sebagai berikut :Levyhasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan pembagian nisbah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.<sup>125</sup>

Menurut Nasution dimensi dari kualitas produk terbagi menjadi delapan yaitu performa (*Performance*), keistimewaan (*features*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*service ability*), estetika (*Esthetics*), kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).<sup>126</sup>

Dalam suatu hadits disebutkan: “*Hakim bin Nazam berkata: Nabi bersabda, “Penjual dan pembeli memiliki hak pilih sama sebelum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuslah keberkahan jual beli mereka.”* (HR. Al-Bukhari).<sup>127</sup>

Kandungan hadist tersebut menjelaskan bahwa adanya larangan untuk mengambil keuntungan berarti pengecualian. Keluar dari hukum asal. Sehingga ini sifatnya terbatas,

<sup>124</sup> Dwi Nurdiana Cahyati, *Pengaruh Pengetahuan konsumen, Kualitas Pelayanan & Lokasi terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat*, (2018)

<sup>125</sup> Aan Levy, *Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan Mudharabah & Pembagian Nisbah Mudharabah terhadap Minat Nasabah di BRI Syariah*, (2018)

<sup>126</sup> Nasution, M. N. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*,. Edisi Kedua, Bogor : Ghalia Indonesia. (2005).

<sup>127</sup> HR. Al-Bukhari

karena termasuk pengecualian. Dalam hadis ini, Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* melarang seorang pelaku bisnis mengambil keuntungan, ketika keuntungan itu tidak diimbangi dengan adanya *dhiman* (resiko kerugian). Sehingga, di sini sifatnya pengecualian. Karena bertentangan dengan hukum asal dalam bisnis, yang berorientasi untuk mendapatkan keuntungan.

Penelitian yang dilakukan Pranatajuga mendukung kualitas produk terhadap minat nasabah mengatakan kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Perusahaan selalu berusaha memuaskan konsumen mereka dengan menawarkan produk berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumen).<sup>128</sup>

---

<sup>128</sup>Handika Pranata, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah di Koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah*, (2017)

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur faktor-faktor manasaja yang berpengaruh terhadapminat nasabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan dan faktor manakah yang paling dominan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah nasabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa:

1. Faktor resiko tinggi, kepercayaan, sosialisasi, promosi, religiusitas, lokasi dan kualitas produk menjadi faktor yang menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.
2. Faktor sumber daya insani, pelayanan, dan bagi hasil yang dominan menentukan minat nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan data yang diperoleh di lapangan, ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak-pihak yang berkompeten di dalamnya.

##### **1. Bagi Umum**

Semua keterbatasan yang dimiliki penelitian ini ke depan dibutuhkan penelitian yang dapat menjangkau wilayah Tidore Kepulauan Maluku Utara. Kedepan perlu dilakukan kajian/ penelitian untuk pengujian variabel yang diteliti ini pada lokasi daerah lain yang berada di luar Kota Tidore Kepulauan atau Kota Ternate bahkan Maluku Utara.Faktor pnyebab rendahnya minat nasabah yang menjadi orisinalitas penelitian adalah faktor rendahnya minat nasabah.

##### **2. Bagi BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan**

Dengan melihat hasil penelitian minat nasabah termasuk rendah karena beberapa faktor, maka bagi pihak BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan harus lebih selektif terutama dalam pelayanan dan promosi karena dari dua segi ini bisa mewakili semua variabel yang bisa menarik minat nasabah. Ditambah lagi dengan BPRS Bobato Lestari harus membuka ataupun menambah cabangnya lagi di wilayah-wilayah yang susah untuk menjangkau BPRS Bobato Lestari. Kota Tidore Kepulauan.

### 3. BagiPeneliti

Dengan melihat hasil penelitian dan analisis faktor, besaran pengaruh variabel laten endogen terhadap variabel laten eksogen masih lemah dari dengan menggunakan variabel- variabel yang berbeda dari penelitian yang mempengaruhi minat nasabah. Pengaruh variabel lain di luar penelitian ini. Maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan maupun menambahkan variabel-variabel yang berbeda dari penelitian yang mempengaruhi minat nasabah seperti aksesibilitas dan kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aberchrombie, Nicholas.ect. *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Ansori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press, 2007.
- Arikunto, Suharsimi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- Crow, D Lester & Alice Crow. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989.
- Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Depag. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*. Depok: Cahaya Qur'an, 2008.
- Hamka. *Tafsir al-Azhar*. Jakarta: Panji Masyarakat, 1991
- Hariri, Wawan Muhwan. *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2016.
- Hasanuddin, Maulana & Jaih Mubarak. *Perkembangan Akad Musyarakah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Iqbal, Muhaimin. *Dinar Solution; Dinar Sebagai Solusi*. Jakarta: Gema Insani, 2008.
- Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kashmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Kashmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Latan, Hengky. *Structural Equation Modelling. Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Elfabeta, 2012.
- Longnecker, Justin G. & Carlos W. Moore. Willian Petty. *Kewirausahaan, Salemba Empat*. Jakarta: 2010.
- Mangunwijaya, Y B. *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*. Jakarta: Gramedia, 1986.
- Moenir, Has. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.

- Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Nor, Dumairi, etc. *Ekonomi Syariah Versi salaf*. Pasuruan; Pustaka Sidogiri, 2008.
- Supriyanto, Achmad Sani & Vivin Maharani Ekowati. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press, 2013.
- Sarjono, Haryadi & Winda Julianita. *Structural Equation Modelling (SEM)*. Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survey*. Edisi Revisi. Jakarta: LP3ES, 1983.
- Febuari. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Kedelapan belas. Revisi. Jakarta Barat: Pustaka LP3ES, 2006.
- Sinungan, Mochammad Darsyah. *Manajemen Dana Bank*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Sjahdeni, Sutan Remi. *Perbankan Islam*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat*. Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suryani, Tatik. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Cet ke 6. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.
- Wawancara dengan salah satu pegawai BPRS Bobato Syariah. Kota Tidore Kepulauan. 08-09-2019. 14.17 WIT
- Wibowo, Muhammad Ghafur. *Potret Perbankan Syariah Indonesia Terkini : Kajian Kritis Perkembangan Perbankan Syariah*. Yogyakarta: BiruniPress, 2007.
- Yoeti, Oka A. *Hotel Marketing*. Jakarta: Perca, 1995.

## JURNAL

- Afriani, Leni. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Mudharabah dibandingkan dengan Wadiah pada BMT At-Taqwa*, 2018.
- Anwar, Muhammad Choirul. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembiayaan Mudharabah*.
- Apriliana, Nur. *Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah*, 2017.
- Cahyati, Dwi Nurdiana. *Pengaruh Pengetahuan konsumen, Kualitas Pelayanan & Lokasi terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat*, 2018.
- Fournier, Sani. *Brand relationship quality*. 2018.
- Hakim, Abdul. *Rendahnya Realisasi Pembiayaan Mudharabah dalam Perbankan Syariah di Indonesia*, 2017.
- Hamdalah, Ahmad. *Pemikiran Islam*, 2017.
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistikperbankansyariah/Default.aspx#>
- Kresnamurti, Agung & Ariani Putri. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur*, 2017.
- Lubis, Ismail Marzuki. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah*, 2015.
- Maulana. *Islam and Health Dimension in 20th Century*.
- Munthe, Safaruddin. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah Menabung pada tabungan mudharabah di bank muamalat cabang balai kota*, 2015.
- Nisa', Choirotun. *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Religiusitas Nasabah terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah*, 2018.
- Prihandini, Charisma Hunaning. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabaah*, 2018.
- Quatro, SA. *Organizational Spiritual Normativity as Influence on Organizational Culture and Performance in Fortune 500 Firms*. Dissertation at Iowa State University, 2002.
- Rismawati & Siti Rosita. *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Mudharabah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Bank Syariah*, 2018.
- Sari, Vico Putri Nilam. *Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang*. 2020 Thesis Manajemen.

- Saud, Mahmud Abu. *Outlines of Islamic Economics (I. I. F. S. O)*.1984: 64.
- Setyanto, Totok Tri. *Analisis pengaruh trust mudharabah dan mutuE-Banking terhadap minat Bertransaksi ulang secara online*,2015.
- Setiawati, Santi. Thesis *Pengaruh Implementasi Prinsip Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Mudharabah (KSPPS) BMT Al-Ittihad*, 2017.
- Tafsir Al-Jalalain <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-46-al-ahqaf/ayat-19>.
- Widyastuti.*Solusi Menembus Hati Pelanggan*, 2017.
- Yogiarto, Atanasius Hardian Permana. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah TabunganMudharabah*. 2015 Jurnal Ekonomi.
- Zunaini, Anindya.*Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah*,2019.

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

#### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan

##### I. Identitas Responden

- a. Nama : .....
- b. Jenis Kelamin :  1. Laki-laki 2.  Perempuan
- c. Usia :  1. 20 – 29 th  2. 30 – 39 th  3. 40 – 49 th  4. 50 th keatas
- d. Pendidikan Terakhir :  1. SD  2. SMP  3. SMA  4. Sarjana  5. Diploma  6. Lain – lain
- e. Pendapatan Perbulan  
 1. Dibawah Rp 1.000.000  2. Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000  3. Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000  4. Rp. 2.000.000 – Rp 2.500.000  5. Rp 2. 500.000 Lebih

##### II. Petunjuk

Instrument ini dimaksud untuk memperoleh data tentang pendapat masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah di BPRS Kota Tidore Kepulauan.

- a. Mohon dengan jujur untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan di bawah ini dengan cara memberi tanda centang  pada kolom yang tersedia.
- b. Pilihlah jawaban sesuai dengan keyakinan, pengalaman dan idealisme anda.
- c. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah bank BPRS Kota Tidore Kepulauan.
- d. Terdapat 5 alternatif jawaban yang harus anda pilih, yaitu:
  1. Tidak Setuju
  2. Kurang Setuju
  3. Netral
  4. Setuju
  5. Sangat Setuju
- e. Mohon memilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, atas bantuan anda diucapkan terima kasih.

### III. Butir pertanyaan atau pernyataan

#### 1. Variabel Faktor Resiko Tinggi

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Kelalaian	2. Nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad.					
		3. Kesalahan yang dilakukan dengan disengaja.					
		4. Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur.					
2.	Kerugian	1. Kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola.					
		2. Apabila kerugian diakibatkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.					
		3. Kerugian akibat dari kelalaian.					
3.	Tanggung jawab	1. Pemilik modal bertanggung jawab atas kerugian.					
		2. Pengelola bertanggung jawab atas kerugian.					
		3. Tidak ada rasa tanggung jawab diantara salah satu pihak.					

#### 1. Variabel Faktor Sumber Daya Insani

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Reputasi	1. BPRS sudah mulai dikenal kalangan masyarakat					
		2. Produk yang ditawarkan sesuai prinsip syariah					
		3. Jaringan ATM yang dimiliki Bank BPR masih terbatas.					
2.	Citra	1. Tidak ada simpangsiur pada produk pembiayaan					
		2. Prosedur sudah sesuai dengan kapasitas BPRS					
		3. BPRS berjalan sesuai keuntungan yang jelas jumlahnya.					
3.	Pemahaman	1. Para pegawainya lancar ketika menjelaskan produk pembiayaan.					
		2. Saya memahami bahwa BPRS					

		berorientasi Islami.					
		2. Saya mendapatkan rekomendasi dari teman untuk menabung di BPRS.					

### 3. Variabel Faktor Kepercayaan

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Keyakinan	1. Menganggap BPRS merupakan solusi terbaik mengajukan pinjaman.					
		2. Produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS dapat dipercaya.					
		3. Saya yakin karyawan BPRS memiliki moral yang baik dan tulus dalam membantu saya.					
2.	Transparan	1. BPRS harus transparan dalam menawarkan produk/layanan kepada nasabah.					
		2. BPRS terbuka memberikan informasi tentang keluhan nasabah.					
		3. BPRS sangat transparan dalam memberikan informasi dari suatu layanan/produk.					
3.	Kejujuran	1. Saya berkeinginan untuk menabung di Bank Syariah karna mengetahui manfaat, keuntungan, dan kemudahannya.					
		2. BPRS berbedadengan bank umum yang menggunakan bunga.					
		3. Saya tidak pernah mendapat rekomendasi dari siapapun untuk menabung di BPRS.					

### 4. Variabel Faktor Pelayanan

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Daya Tanggap	3. Staf BPRS mengetahui kebutuhan nasabah.					
		4. Staf BPRS melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.					
		5. Staf BPRS memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah					
2.	Jaminan	2. BPRS menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi					
		3. BPRS dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.					
		3. Transaksi di BPRS bebas dari kekeliruan.					

3.	Empati	4. Staf BPRS bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.					
		5. Staf BPRS penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.					
		3. Staf BPRS bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.					

### 5. Variabel Faktor Sosialisai

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Produk	4. Produk bank syariah beragam dan inovatif seperti mudharabah dan murabahah					
		5. Produk yang ditawarkan mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.					
		6. Produk yang ditawarkan menguntungkan bagi masyarakat.					
2.	Transaksi	1. Para pegawai Bank BRI menerima dan melayani dengan baik setiap nasabah tabungan yang datang ke kantor.					
		2. Menggunakan peralatan teknologi yang memadai didalam melayani berbagai macam transaksi.					
		6. Petugas perbankan syariah siap sedia dalam memberikan bantuan kepada nasabah yang kurang mengerti dalam proses transaksi.					
3.	Sistem	1. Saya belum paham sistem pembiayaan					
		2. Bank Syariah memiliki sistem kerja yang berbeda dengan Bank Konvensional					
		3. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan layanan/produk dari BPRS.					

### 6. Variabel Faktor Bagi Hasil

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Keuntungan	1. Keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari pengelolaan dana pembiayaan mudharabah yang diberikan.					
		2. Besaran pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.					

		3. Mudharib harus membayar bagian keuntungan yang menjadi hak bank secara berkala sesuai dengan periode yang disepakati.					
2.	Akad	1. Menggunakan akad mudharabah.					
		2. Akad yang sesuai dengan agama Islam / Syariah.					
		3. Penggunaan akad di BPRS tidak digunakan bank konvensional.					
3.	Modal	1. Modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama.					
		2. Jika modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan harus disepakati bersama.					
		3. Modal diserahkan kepada mudharib seluruhnya (100%) lumpsum.					

### 7. Variabel Faktor Promosi

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Penawaran	4. Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami Bank Syariah.					
		5. BPRS memberikan penguatan mengenai produk pembiayaan.					
		6. Memberitahukan keunggulan dan keistimewaan produk.					
2.	Pembiayaan	4. Sistem pembiayaannya berupa bagi hasil					
		5. Produk pembiayaan ini tidak menggunakan unsur riba dan sesuai syariah.					
		6. Ada 2 produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS yaitu Mudharabah dan Murabahah.					
3.	Keunggulan	4. Saya menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional.					
		5. BPRS tidak menganut unsur riba.					
		6. BPRS menggunakan prinsip mudharabah bagi hasil.					

### 8. Variabel Faktor Religiusitas

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Keimanan	7. Saya mempunyai pemahaman yang kuat sehingga tertarik dengan pembiayaan BPRS					
		8. Saya menggunakan Bank Syariah karena taat kepada Agama yang saya anut.					
		9. Pegawai BPRS sangat sopan dan sering beribadah pada waktunya.					
2.	Riba	1. <i>Profit Sharing</i> bank syariah tidak mengandung riba atau bunga.					
		K. Produk BPRS Al-Qur'an dan As-Sunnah oleh pemerintah sebagai pedoman operasionalnya.					
		L. Pada BPRS namanya bagi hasil / keuntungan.					
3.	Kepribadian	1. Jika ada kelebihan uang saya akan depositokan pada produk dan nisbah yang lebih besar.					
		2. Saya menabung di bank syariah karena adanya diskusi tentang bank syariah di lingkungan rumah saya.					
		3. Saya menabung di BPRS karena merupakan bank Islam					

### 9. Variabel Faktor Lokasi

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Kemudahan	1. Lokasi kantor cabang/kas yang ada memudahkan akses saya menabung di bank syariah.					
		2. BPRS terletak didekat pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi.					
		3. Tersedianya angkutan umum ke BPRS.					
2.	Jangkauan	1. Saya belum mengetahui lokasi bank BPRS.					
		2. Lokasi BPRS sangat sulit dijangkau dari tempat tinggal.					
		3. lokasinya banyak dilewati angkutan umum.					
3.	Lingkungan	1. BPRS berada didekat pusat keramaian					
		2. Lingkungan disekitar BPRS aman.					

		3. Lingkungannya bersih dan segar					
--	--	-----------------------------------	--	--	--	--	--

### 10. Variabel Faktor Kualitas Produk

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Manfaat	1. Penggunaan produk BPRS menjadi tren masa kini.					
		2. Sangat membantu untuk masyarakat untuk membuka usaha karena tidak unsur bunga.					
		3. Sama-sama pihak mendapatkan keuntungan.					
2.	Nilai	1. Setelah menawarkan berbagai macam produk, saya menjadi paham.					
		2. Saya percaya dengan kualitas produk dan layanan dari BPRS					
		3. Produk BPRS mampu meyakinkan saya untuk menggunakannya dengan aman.					
3.	Konsekuensi	1. Apabila di salah gunakan pengelola maka pengelola wajib bertanggung jawab.					
		2. Bank tidak akan menerima pembagian keuntungan, bila terjadi kegagalan atau wanprestasi yang terjadi bukan karena kelalaian mudharib.					
		3. Bila terjadi kegagalan usaha yang mengakibatkan kerugian yang disebabkan oleh kelalaian mudharib, maka kerugian tersebut harus ditanggung oleh mudharib (menjadi piutang bank).					

### 11. Minat Nasabah

No.	Indikator	Item	Alternative Jawaban				
			TS	KS	N	S	SS
1.	Marketing Mix / Bauran Pemasaran	1. Saya tertarik dengan produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS.					
		2. Produk pembiayaan BPRS berbeda dengan bank Konvensional.					
		3. Saya tertarik dengan strategi promosi yang di rancang yaitu metode komunikasi.					
2.	Faktor Budaya	1. Saya tertarik dengan pembiayaan mudharabah karena tidak merugikan.					
		2. Saya tertarik karena sistem bagi hasil yang sesuai akad.					

		3. Pembiayaan mudharabah cocok dengan saya sebagai pelaku usaha kecil.					
3.	Faktor Sosial	1. Saya tertarik dengan produk pembiayaan karena ada saudara / rekan yang bekerja di BPRS Bobato Lestari.					
		2. Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena ada penjelasan dari teman yang sudah menjadi langganan BPRS.					
		3. Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena semua sanak keluarga menggunakan produk syariah.					
4.	Faktor Pribadi	1. Saya tertarik karena bank syariah lagi trend sekarang ini.					
		2. Adanya manfaat dan keuntungan dalam menggunakan pembiayaan mudharabah.					
		3. Tertarik menggunakan pembiayaan mudharabah karena tidak ada unsur riba.					
5.	Faktor Psikologis	1. Karena sekarang semua memilih bisnis dengan membuka usaha yang cocok dengan pembiayaan mudharah.					
		2. Saya ingin mencoba menggunakan produk pembiayaan mudharabah.					
		3. Saya menggunakan produk BPRS karena takut denga riba.					

## Lampiran 2 : Analisis Faktor

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Resiko Tinggi	3.8561	.60415	167
Sumber Daya Insani	3.8063	.60323	167
Kepercayaan	3.8049	.59916	167
Pelayanan	3.8357	.58252	167
Sosialisasi	3.8425	.57639	167
Bagi Hasil	3.8199	.58923	167
Promosi	3.8003	.58544	167
Religiusitas	3.7987	.56621	167
Lokasi	3.8307	.57668	167
Kualitas Produk	3.8480	.58213	167

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.968
Approx. Chi-Square		2823.619
Bartlett's Test of Sphericity	df	45
	Sig.	.000

### Anti-image Matrices

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
Anti-image Covariance	Resiko Tinggi	.122	-.001	-.028	-.008	.004	-.005	-.038	-.051	.017	-.021
	Sumber Daya Insani	-.001	.098	-.013	-.021	-.028	-.009	-.017	-.005	.006	-.028
	Kepercayaan	-.028	-.013	.154	-.007	.001	-.018	-.009	-.003	-.016	-.019
	Pelayanan	-.008	-.021	-.007	.101	-.012	-.017	-.001	-.024	-.029	.005
	Sosialisasi	.004	-.028	.001	-.012	.102	-.007	-.032	.008	-.027	-.019
	Bagi Hasil	-.005	-.009	-.018	-.017	-.007	.108	-.010	-.019	-.015	-.019
	Promosi	-.038	-.017	-.009	-.001	-.032	-.010	.131	-.006	-.009	.012
	Religiusitas	-.051	-.005	-.003	-.024	.008	-.019	-.006	.127	-.016	.004

Anti-image Correlation	Lokasi	.017	.006	-.016	-.029	-.027	-.015	-.009	-.016	.119	-.024
	Kualitas Produk	-.021	-.028	-.019	.005	-.019	-.019	.012	.004	-.024	.130
	Resiko Tinggi	.950 <sup>a</sup>	-.007	-.205	-.072	.037	-.045	-.299	-.410	.139	-.166
	Sumber Daya Insani	-.007	.968 <sup>a</sup>	-.106	-.209	-.284	-.090	-.147	-.046	.052	-.253
	Kepercayaan	-.205	-.106	.984 <sup>a</sup>	-.056	.005	-.143	-.062	-.022	-.119	-.135
	Pelayanan	-.072	-.209	-.056	.971 <sup>a</sup>	-.115	-.167	-.005	-.210	-.266	.046
	Sosialisasi	.037	-.284	.005	-.115	.963 <sup>a</sup>	-.068	-.275	.068	-.250	-.162
	Bagi Hasil	-.045	-.090	-.143	-.167	-.068	.981 <sup>a</sup>	-.085	-.160	-.132	-.164
	Promosi	-.299	-.147	-.062	-.005	-.275	-.085	.970 <sup>a</sup>	-.050	-.071	.095
	Religiusitas	-.410	-.046	-.022	-.210	.068	-.160	-.050	.963 <sup>a</sup>	-.127	.028
	Lokasi	.139	.052	-.119	-.266	-.250	-.132	-.071	-.127	.966 <sup>a</sup>	-.195
	Kualitas Produk	-.166	-.253	-.135	.046	-.162	-.164	.095	.028	-.195	.970 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

### Communalities

	Initial	Extraction
Resiko Tinggi	1.000	.874
Sumber Daya Insani	1.000	.913
Kepercayaan	1.000	.871
Pelayanan	1.000	.911
Sosialisasi	1.000	.900
Bagi Hasil	1.000	.911
Promosi	1.000	.881
Religiusitas	1.000	.875
Lokasi	1.000	.889
Kualitas Produk	1.000	.882

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.907	89.068	89.068	8.907	89.068	89.068
2	.224	2.244	91.311			
3	.160	1.600	92.912			
4	.154	1.544	94.455			
5	.129	1.293	95.749			
6	.105	1.053	96.801			
7	.097	.966	97.768			
8	.082	.817	98.585			
9	.075	.755	99.339			
10	.066	.661	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

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

	Component
	1
Resiko Tinggi	.935
Sumber Daya Insani	.955
Kepercayaan	.933
Pelayanan	.955
Sosialisasi	.949
Bagi Hasil	.955
Promosi	.939
Religiusitas	.935
Lokasi	.943
Kualitas Produk	.939

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

### LAMPIRAN 3.

No.	Pernyataan	TS	KS	N	S	SS	Jumlah	%
	Kelalaian	1	2	3	4	5		
1.	Nasabah menggunakan dana tidak sesuai dengan kesepakatan yang disebut dalam akad.	165	0	0	0	2	167	20
		165	0	0	0	10	175	
2.	Kesalahan yang dilakukan dengan disengaja.	165	0	0	0	2	167	20
		165	0	0	0	10	175	
3.	Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabah tidak jujur.	166	0	1	0	0	167	20
		166	0	3	0	0	169	
4.	<b>Kerugian</b>	4	1	4	4	154	167	96
	Kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola.	4	2	12	16	770	804	
5.	Apabila kerugian diakibatkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.	2	0	1	4	160	167	98
		2	0	3	16	800	821	
6.	Kerugian akibat dari kelalaian.	100	29	34	0	9	167	40
		100	85	102	0	45	335	
7.	<b>Tanggung jawab</b>	2	2	5	7	154	167	98
	Pemilik modal bertanggung jawab atas kerugian	2	4	15	28	770	819	
8.	Pengelola bertanggung jawab atas kerugian yang disengaja	2	0	4	7	154	167	96
		2	0	12	28	770	802	
9.	Tidak ada rasa tanggung jawab diantara salah satu pihak	155	12	0	0	0	167	21
		155	24	0	0	0	179	
10.	<b>Reputasi</b>	1	0	1	4	161	167	98
	BPRS sudah mulai dikenal kalangan masyarakat.	1	0	3	16	805	825	
11.	Produk yang ditawarkan sesuai prinsip syariah	1	0	0	3	163	167	99
		1	0	0	12	815	828	
12.	Jaringan ATM yang dimiliki Bank BPR masih terbatas.	2	0	3	4	158	167	97
		2	0	9	16	790	817	
13.	<b>Citra</b>	1	0	0	4	162	167	99
	Tidak ada simpangsiur pada produk pembiayaan	1	0	0	16	810	827	
14.	Prosedur sudah sesuai dengan kapasitas BPRS	1	0	0	2	165	167	99
		1	0	0	8	825	834	

15.	BPRS berjalan sesuai keuntungan yang jelas jumlahnya	0	0	0	6	161	167	99
		0	0	0	24	805	829	
16.	<b>Pemahaman</b>	0	2	11	17	137	167	94
	Para pegawainya lancar ketika menjelaskan produk pembiayaan	0	4	33	68	685	790	
17.	Saya memahami bahwa BPRS berorientasi Islami	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
18.	Saya mendapatkan rekomendasi dari teman untuk menabung di BPRS.	10	3	1	7	146	167	93
		10	6	3	28	730	777	
19.	<b>Keyakinan</b>	0	0	2	0	165	167	99
	Menganggap BPRS merupakan solusi terbaik mengajukan pinjaman.	0	0	6	0	825	831	
20.	Produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS dapat dipercaya.	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
21.	Saya yakin karyawan BPRS memiliki moral yang baik dan tulus dalam membantu saya	0	0	0	3	164	167	99
		0	0	0	12	820	832	
22.	<b>Transparan</b>	0	0	1	1	165	167	99
	BPRS harus transparan dalam menawarkan produk/layanan kepada nasabah.	0	0	3	4	825	832	
23.	BPRS terbuka memberikan informasi tentang keluhan nasabah.	0	0	0	6	161	167	99
		0	0	0	24	805	829	
24.	BPRS sangat transparan dalam memberikan informasi dari suatu layanan/produk.	0	0	0	4	163	167	99
		0	0	0	16	815	831	
25.	<b>Kejujuran</b>	0	0	0	2	165	167	99
	Saya berkeinginan untuk menabung di Bank Syariah karna mengetahui manfaat, keuntungan, dan kemudahannya	0	0	0	8	825	833	
26.	BPRS berbedadengan bank umum yang menggunakan bunga.	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
27.	Saya tidak pernah mendapat rekomendasi dari siapapun untuk menabung di BPRS	95	7	2	4	54	167	48
		95	14	6	16	270	401	
28.	<b>Daya Tanggap</b>	3	0	1	11	152	167	97
	Staf BPRS mengetahui kebutuhan nasabah.	3	0	3	44	760	810	
29.	Staf BPRS melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
30.	Staf BPRS memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan	0	0	2	2	163	167	99
		0	0	6	8	815	829	

	permasalahan nasabah							
31.	<b>Jaminan</b>	0	0	0	1	166	167	99
	BPRS menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi	0	0	0	4	830	834	
32.	BPRS dapat menyimpan data dengan benar dan akurat	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
33.	Transaksi di BPRS bebas dari kekeliruan.	1	0	0	3	164	167	99
		1	0	0	12	820	833	
34.	<b>Empati</b>	0	0	0	1	166	167	99
	Staf BPRS bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi	0	0	0	4	830	834	
35.	Staf BPRS penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
36.	Staf BPRS bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah	0	0	1	2	164	167	99
		0	0	3	8	820	831	
37.	<b>Produk</b>	0	0	0	13	154	167	98
	Produk bank syariah beragam dan inovatif seperti mudharabah dan murabahah	0	0	0	52	770	822	
38.	Produk yang ditawarkan mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.	0	11	2	12	142	167	94
		0	22	6	48	710	786	
	Produk yang ditawarkan menguntungkan bagi masyarakat.	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
40.	<b>Transaksi</b>	0	0	0	2	165	167	99
	Para pegawai Bank BRI menerima dan melayani dengan baik setiap nasabah tabungan yang datang ke kantor.	0	0	0	8	825	833	
41.	Menggunakan peralatan teknologi yang memadai didalam melayani berbagai macam transaksi.	0	0	0	5	164	167	100
		0	0	0	40	820	860	
42.	Petugas perbankan syariah siap sedia dalam memberikan bantuan kepada nasabah yang kurang mengerti dalam proses transaksi	0	0	0	0	167	167	100
		0	0	0	0	835	835	
43.	<b>Sistem</b>	15	0	5	3	144	167	91
	Saya belum paham sistem pembiayaan	15	0	15	12	720	768	
44.	Bank Syariah memiliki sistem kerja yang berbeda dengan Bank Konvensional	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
45.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan layanan/produk dari BPRS.	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
46.	<b>Keuntungan</b>	0	0	0	13	154	167	98

	Keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari pengelolaan dana pembiayaan mudharabah yang diberikan.	0	0	0	52	770	822	
47.	Besaran pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
48.	Mudharib harus membayar bagian keuntungan yang menjadi hak bank secara berkala sesuai dengan periode yang disepakati.	0	0	0	13	154	167	98
		0	0	0	52	770	822	
50.	<b>Akad</b>	0	0	1	0	166	167	99
	Menggunakan akad mudharabah	0	0	3	0	830	833	
51.	Akad yang syariah	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
52.	penggunaan akad di BPRS tidak digunakan bank konvensional	0	0	1	1	165	167	99
		0	0	3	4	825	832	
53.	<b>Modal</b>	0	0	0	2	165	167	99
	Modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama.	0	0	0	8	825	833	
54.	Jika modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan harus disepakati bersama.	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
55.	Modal diserahkan kepada mudharib seluruhnya (100%) lumpsum.	0	0	4	24	139	167	96
		0	0	12	96	695	803	
56.	<b>Penawaran</b>	0	0	0	1	166	167	99
	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami Bank Syariah.	0	0	0	4	830	834	
57.	BPRS memberikan penguatan mengenai produk pembiayaan.	0	0	0	11	156	167	98
		0	0	0	44	780	824	
	Memberitahukan keunggulan dan keistimewaan produk.	0	0	0	0	167	167	100
		0	0	0	0	835	835	
58.	<b>Pembiayaan</b>	0	0	0	1	166	167	99
	Sistem pembiayaannya berupa bagi hasil	0	0	0	4	830	834	
59.	Produk pembiayaan ini tidak menggunakan unsur riba dan sesuai syariah.	0	0	0	0	167	167	100
		0	0	0	0	835	835	
60.	Ada 2 produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS yaitu Mudharabah dan Murabahah.	0	0	0	3	164	167	99
		0	0	0	12	820	832	

61.	<b>Keunggulan</b>	0	0	0	1	166	167	99
	Saya menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional.	0	0	0	4	830	834	
62.	BPRS tidak menganut unsur riba.	0	0	0	0	167	167	100
		0	0	0	0	835	835	
63.	BPRS menggunakan prinsip mudharabah bagi hasil.	0	0	0	1	167	167	100
		0	0	0	4	835	839	
64.	<b>Keimanan</b>	19	24	20	16	88	167	75
	Saya mempunyai pemahaman yang kuat sehingga tertarik dengan pembiayaan BPRS	19	48	60	64	440	631	
65.	Saya menggunakan Bank Syariah karena taat kepada Agama yang saya anut.	0	6	34	22	105	167	87
		0	12	102	88	525	727	
66.	Pegawai BPRS sangat sopan dan sering beribadah pada waktunya	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
67.	<b>Riba</b>	0	0	0	3	164	167	99
	<i>Profit Sharing</i> bank syariah tidak mengandung riba atau bunga.	0	0	0	12	820	832	
68.	Produk BPRS Al-Qur'an dan As-Sunnah oleh pemerintah sebagai pedoman operasionalnya.	0	0	0	0	167	167	100
		0	0	0	0	835	835	
69.	Pada BPRS namanya bagi hasil / keuntungan	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
70.	<b>Kepribadian</b>	0	0	4	0	163	167	99
	Jika ada kelebihan uang saya akan depositokan pada produk dan nisbah yang lebih besar.	0	0	12	0	815	827	
71.	Saya menabung di bank syariah karena adanya diskusi tentang bank syariah di lingkungan rumah saya.	0	0	1	3	163	167	99
		0	0	3	12	815	830	
72.	Saya menabung di BPRS karena merupakan bank Islam	0	0	1	1	167	167	100
		0	0	3	4	835	842	
73.	<b>Kemudahan</b>	100	6	6	4	51	167	48
	Lokasi kantor cabang/kas yang ada memudahkan akses saya menabung di bank syariah.	100	12	18	16	255	401	
74.	BPRS terletak didekat pusat perbelanjaan dan tempat rekreasi.	0	0	0	9	158	167	99
		0	0	0	36	790	806	
75.	Tersedianya angkutan umum ke BPRS.	97	10	4	6	50	167	48
		97	20	12	24	255	408	

76.	<b>Jangkauan</b> Saya belum mengetahui lokasi bank BPRS.	91	6	2	16	52	167	51
		91	12	6	64	260	433	
77.	Lokasi BPRS sangat sulit dijangkau dari tempat tinggal.	101	4	2	4	56	167	50
		101	8	6	16	280	310	
78.	lokasinya banyak dilewati angkutan umum.	38	10	2	10	107	167	76
		38	20	6	40	535	639	
79.	<b>Lingkungan</b> BPRS berada didekat pusat keramaian	1	0	0	2	164	167	99
		1	0	0	8	820	829	
80.	Lingkungan disekitar BPRS aman.	0	0	5	6	156	167	98
		0	0	15	24	780	819	
81.	Lingkungannya bersih dan segar	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
82.	<b>Manfaat</b> Penggunaan produk BPRS menjadi tren masa kini.	0	0	0	3	164	167	99
		0	0	0	12	820	832	
83.	Sangat membantu untuk masyarakat untuk membuka usaha karena tidak unsur bunga.	0	0	0	4	163	167	99
		0	0	0	16	815	831	
84.	Sama-sama pihak mendapatkan keuntungan.	0	0	0	3	164	167	99
		0	0	0	12	820	832	
85.	<b>Nilai</b> Setelah menawarkan berbagai macam produk, saya menjadi paham.	0	0	0	7	160	167	99
		0	0	0	28	800	828	
86.	Saya percaya dengan kualitas produk dan layanan dari BPRS	0	0	0	4	163	167	99
		0	0	0	16	815	831	
87.	Produk BPRS mampu meyakinkan saya untuk menggunakannya dengan aman	0	0	0	8	159	167	99
		0	0	0	32	795	827	
88.	<b>Konsekuensi</b> Apabila di salah gunakan pengola maka pengelola wajib bertanggung jawab.	1	0	0	4	162	167	99
		1	0	0	16	810	827	
89.	Bank tidak akan menerima pembagian keuntungan, bila terjadi kegagalan atau wanprestasi yang terjadi bukan karena kelalaian mudharib.	0	2	0	3	162	167	98
		0	4	0	12	810	826	
90.	Bila terjadi kegagalan usaha yang mengakibatkan kerugian yang disebabkan	0	0	2	2	163	167	99

	oleh kelalaian mudharib, maka kerugian tersebut harus ditanggung oleh mudharib (menjadi piutang bank).	0	0	6	8	815	829	
91.	<b>Marketing Mix / Bauran Pemasaran</b>	0	0	0	1	166	167	99
	Saya tertarik dengan produk pembiayaan yang ditawarkan BPRS	0	0	0	4	830	834	
92.	Produk pembiayaan BPRS berbeda dengan bank Konvensional	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
93.	saya tertarik dengan strategi promosi yang di rancang yaitu metode komunikasi	0	2	0	12	153	167	97
		0	4	0	48	765	817	
94.	<b>Faktor Budaya</b>	0	0	0	2	165	167	99
	Saya tertarik dengan pembiayaan mudharabah karena tidak merugikan	0	0	0	8	825	833	
95.	Saya tertarik karena sistem bagi hasil yang sesuai akad	0	0	0	1	166	167	99
		0	0	0	4	830	834	
96.	Pembiayaan mudharabah cocok dengan saya sebagai pelaku usaha kecil	0	0	0	8	159	167	99
		0	0	0	32	795	807	
97.	<b>Faktor Sosial</b>	1	5	2	2	157	167	97
	Saya tertarik dengan produk pembiayaan karena ada saudara / rekan yang bekerja di BPRS Bobato Lestari	1	10	6	8	785	810	
98.	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena ada penjelasan dari teman yang sudah menjadi langganan BPRS	0	0	1	1	165	167	99
		0	0	3	4	825	832	
99.	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena semua sanak keluarga menggunakan produk syariah	0	3	5	1	158	167	97
		0	6	15	4	790	815	
100.	<b>Faktor Pribadi</b>	0	0	0	2	165	167	99
	Saya tertarik karena bank syariah lagi trend sekarang ini	0	0	0	8	825	833	
101.	Adanya manfaat dan keuntungan dalam menggunakan pembiayaan mudharabah	0	0	0	2	165	167	99
		0	0	0	8	825	833	
102.	Tertarik menggunakan pembiayaan mudharabah karena tidak ada unsur riba	0	0	2	18	147	167	97
		0	0	6	72	735	807	
103.	<b>Faktor Psikologis</b>	0	0	0	4	163	167	99
	Karena sekarang semua memilih bisnis dengan membuka usaha yang cocok dengan pembiayaan mudharah	0	0	0	16	815	831	
104.	Saya ingin mencoba menggunakan produk	0	0	0	4	163	167	99

	pembiayaan mudharabah	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>815</b>	<b>831</b>	
105.	Saya menggunakan produk BPRS karena takut denga riba	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>158</b>	<b>167</b>	<b>98</b>
		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>790</b>	<b>826</b>	

