

**ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH
DEPOSITO MUDHARABAH DI BMT UGT SIDOGIRI
CAPEM JENGGAWAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

Divia Rizalianty
NIM. 083143159

Dosen Pembimbing

Ahmadiono M.E.I.
NIP. 197604012003121005

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI PERBANKAN SYARIAH
2018**

**ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH
DEPOSITO MUDHARABAH DI BMT UGT SIDOGIRI
CAPEM JENGGAWAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Divia Rizalianty
NIM. 083143159

Disetujui Pembimbing



Ahmadiono M.E.I.
NIP. 197604012003121005

MOTTO

تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ۗ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ
لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١١﴾

Artinya: “Kamu beriman kepada Allah dan Rosul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahui”. (QS. As-shaff : 11)¹

IAIN JEMBER

¹ Al-Qur'an, 61:11, Departemen Agama.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Rasa syukur terucap kepada-Mu yang telah memberikan kemudahan dan pemahaman sehingga karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Ayah dan Ibuku tercinta Ahmad Samsul Bahri dan Sri Milik Zunaidah, Kedua Adikku Mohammad Yusuf Sofyan dan Novan Ferdiansyah beserta keluarga besar yang dengan segala ketulusanya senantiasa mendo'akan, membimbing, perhatian serta kasih sayang yang tulus dan ikhlas yang selama ini menyertai setiap langkah penulis dan memberikan dukungan moral serta material yang sangat besar demi keberhasilan penulis.
2. Pamanku M. Zaki Anshori dan Tante Nurul Idayati yang telah memberikan kasih sayang kepadaku.
3. Sahabatku Rohmatus Solihah, Rosita Vilantika, Yulia eka Vidiana Putri, dan Husnul Akhlaq yang telah memberikan saran dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Teman-teman Prodi Perbankan Syariah angkatan 2014 khususnya Kelas J3 yang sama-sama berjuang dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi ini.
5. Almamater IAIN Jember yang kubanggakan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, taufiq dan hidayahnya sehingga penelitian ini dapat menyelesaikan dengan judul “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT sidogiri Capem Jenggawah”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini berkat petunjuk dan tuntunan Allah SWT SWT, serta adanya pihak lain yang turut membantu. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,MM. Selaku Dekan sekaligus dosen penasehat Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri Jember.
4. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE.MM, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.

5. Bapak Ahmadiono M.E.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan pengarahan dan saran kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember yang telah mengajarkan ilmu pengetahuannya dan turut membantu kelancaran penelitian ini.
7. Pihak BMT yang telah mengizinkan saya melaksanakan penelitian hingga selesai.



ABSTRAK

Diva Rizalianty. Ahmadiono M.E.I. 2018. *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah Di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah*

Perilaku Nasabah adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka. Diantara berbagai macam produk BMT salah satunya yakni produk deposito mudharabah yang sangat menarik minat nasabah sehingga setiap tahunnya mengalami peningkatan tahun semakin meningkat.

Fokus masalah yang diteliti adalah bagaimana perilaku Nasabah dan faktor-faktor yang mendorong dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Capem Jenggawah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku nasabah dalam memahami perilaku nasabah dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memutuskan memilih produk Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Dalam pengumpulan data bersumber dari lapangan, melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Selain tu dalam penelitian ini juga menggunakan studi pustaka yang digunakan sebagai pendukung kesempurnaan data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research* dengan teknik analisis deskriptif kualitatif dan *purposive sampling* serta untuk keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap nasabah yang memilih deposito mudharabah memiliki perilaku yang berbeda-beda. Tindakan nasabah dalam mengambil suatu keputusan yaitu dengan mengenali masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian. Selain itu terdapat dua unsur yang mempengaruhi perilaku nasabah yakni unsur internal dan unsur eksternal. Unsur internal yang mempengaruhi perilaku nasabah diantaranya yaitu faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya terdapat dua faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku nasabah yaitu faktor pribadi dan faktor sosial. Sedangkan unsur eksternal dipengaruhi oleh adanya *personal selling* dan *advertising*.

Kata kunci: Perilaku Nasabah, Deposito Mudharabah.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAM PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PESEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Subyek Penelitian	41
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Analisis Data	46
F. Keabsahan Data	48
G. Tahap-Tahap Penelitian	49

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian	51
B. Penyajian Data dan Analisis	72
C. Pembahasan Temuan	90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

99

Lampiran-Lampiran

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Surat Ijin Penelitian
4. Surat Selesai Penelitian
5. Jurnal Kegiatan Penelitian
6. Panduan Wawancara
7. Dokumentasi Penelitian
8. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
2.1	Penelitian Terdahulu	19
2.2	Alur Tahap-Tahap Keputusan Konsumen	24
2.3	Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen.....	26
2.4	Langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	28
2.5	Tahap Pelanggan Menggunakan atau Menyingkirkan Produk	32
4.1	Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah	55
4.2	Jam Oprasional atau Pelayanan Untuk Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan yang pesat pada bank syariah di Indonesia saat ini dipengaruhi adanya faktor ketertarikan masyarakat terhadap budaya menyimpan uang dalam bentuk investasi. Masyarakat pada dasarnya mengharap keamanan dana adanya keuntungan yang mereka dapatkan yakni adanya bunga yang terdapat di bank konvensional dan bagi hasil pada bank syariah. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor yang memunculkan keinginan dan memotivasi masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank.

Pada dasarnya kegiatan bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional. Menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998, pengertian bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit maupun dalam bentuk-bentuk yang lainnya dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan pengertian bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Bank Indonesia dan *Center for Banking Research* Universitas Andalas).

Pesatnya laju perekonomian di negara Indonesia, dapat dilihat dari banyaknya lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syari'at Islam seperti halnya Baitul Mal Wat Tamwil (BMT). BMT adalah lembaga

keuangan syariah non bank yang beroperasi seperti Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Fungsi pokok dari kegiatan BMT yakni penghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT), dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT).² Hal ini tercantum dalam aturan UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoprasian, PP RI No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal sebagai lembaga keuangan syariah.³

BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan ataupun kesulitan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank. BMT memiliki beberapa fungsi salah satunya yakni penghimpun dan penyalurkan dana, dengan menyimpan uang di BMT uang tersebut dapat ditingkatkan, sehingga timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana berlebihan) dan unit defisit (pihak yang kekurangan dana)⁴ Salah satu produk dari BMT yakni deposito mudharabah.

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 deposito didefinisikan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank atau pada saat jatuh tempo. Dalam pasal 1 angka 22 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang

² A. Djazuli dan Yudi Janwari, *Lembaga- Lembaga Perekonomian Umat sebuah Pengenalan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada,2002), 183.

³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mall Wa Tamwil* (Yogyakarta: UII Press,2004), 129.

⁴ Nurul Huda dan Mohammad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta: Prenamedia Grup), 363.

penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah dan/ atau UUS.⁵ Deposito Mudharabah ialah deposito dengan prinsip *mudharabah* yaitu suatu perjanjian antara dua pihak yakni pihak pemilik dana dan pengelola dana, dimana ditentukan nisbah atau resiko, tata cara pembagian keuntungan serta risiko yang dapat timbul dari penghimpunan dana tersebut.

Kegiatan BMT ialah bebas melakukan berbagai usaha yang tidak bertentangan dengan Islam dan mengembangkannya. BMT bebas mengelola dana (*mudharib mutaqqah*). BMT berfungsi sebagai *mudharib* sedangkan nasabah juga *shahibul maal*. Ada juga dana nasabah yang dititipkan untuk usaha tertentu. Nasabah memberi batasan penggunaan dana untuk jenis dan tempat tertentu.

Dengan semakin ketatnya persaingan dalam lembaga keuangan bank lain ataupun persaingan lembaga lain seperti BRI, Mandiri dan Pegadaian ataupun sesama lembaga BMT membuat BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah harus memiliki keunggulan dibandingkan yang lain harus mempunyai inovasi baru terhadap produk yang ditawarkan, untuk menarik nasabah baru ataupun nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Salah satunya yakni dengan memberikan suatu pelayanan yang terbaik selain itu diperlukannya suatu strategi khusus yang menjadi pembeda.

⁵ Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung:PustakaSetia, 2011), 210-213.

Aktivitas dikawasan BMT jenggawah didominasi oleh aktiviatas perekonomian dilingkungan pasar. Pasar merupakan salah pusat laju pertumbuhan ekonomi yang sangat produktif guna menjadikan kehidupan yang lebih baik atau layak. Terdapat beberapa alasan yang membuat nasabah diwilayah jenggawah tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh BMT yakni adanya kebutuhan terhadap tempat menyimpan dana yang aman, adanya keinginan berinvestasi, adanya prospek pendidikan anak dan adanya keinginan untuk meeperoleh keuntungan. Selain itu adanya perilaku nasabah yang disebabkan setiap nasabah memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda dalam kehidupan.

Perilaku Nasabah adalah sebagai konsumen bank (*costumer behavior*) yaitu interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka.⁶ Diantara berbagai macam produk BMT antara lain Produk-Produk Simpanan antara lain: Tabungan Umum Syariah, Tabungan Haji Huromani, Tabungan Idul Fitri, Tabungan Qurban⁷, Tabungan Lembaga Peduli Siswa, Tabungan Mudharabah Berjangka, Tabungan Mudharabah Berjangka Plus, Deposito Mudharabah. Produk-Produk Pembiayaan antara lain: UGT GES (Gadai Emas Syariah), UGT MUB (Modal Usaha Barokah), UGT MTA (Multiguna Tanpa Agunan), UGT KBB (Kendaraan Bermobil Barokah), UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik), UGT PKH (Pembiayaan *Kalafah Haji*), UGT MJB (Multi Jasa Barokah), UGT MGB

⁶ Babun Suharto, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 45.

⁷ Brosur, KSPS BMT UGT Sidogiri Indonesia Cabang Pembantu Jenggawah, 25 juli 2018

(Multi Griya Barokah), UGT MPB (Modal Pertanian Barokah) dan Mobile UGT. Diantara produk – produk BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yang paling menari minat nasabah yakni produk Deposito Mudharabah yang sangat menarik minat nasabah sehingga setiap tahunnya mengalami peningkatan tahun semakin meningkat.

Seperti yang dikemukakan oleh nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah Ibu Musrifah Ulfa yakni ”Saya membutuhkan tempat untuk menyimpan dana hasil usaha yang saya miliki. Saya mengetahui informasi dari pihak BMT yang mensosialisasikan produk deposito mudharabah dilingkungan pasar dan dimasyarakat (tempat muslimatan), serta adanya brosur mengenai produk deposito mudharabah yang menarik sehingga membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah yang mendepositokan dana yang saya miliki di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawa. Adanya promosi Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah juga mempengaruhi ketertarikan saya untuk mendepositokan dana yang saya miliki di BMT’.⁸Bentuk inovasi dari BMT terhadap produk deposito mudharabah yakni dengan mengadakan Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah yang menawarkan berbagai macam hadiah yang menarik, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk mendepositokan dananya yang mereka miliki di BMT. Oleh karena itu memahami perilaku nasabah sangatlah penting dalam perusahaan tersebut, sehingga organisasi yang ada di perusahaan tersebut haruslah memiliki

⁸ Musrifah Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

inovasi selalu dalam memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga nantinya tidak akan terjadi penurunan jumlah anggota atau nasabah di BMT.

Setiap perusahaan pastinya ingin meningkatkan profit maupun citra positif dimasyarakat ataupun nasabahnya. Maka dari itu prinsip BMT yakni ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya yakni dengan strategi jemput bola atau mendatangi nasabah secara langsung. Selain itu adanya promosi yang menarik yakni Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah yang membuat ketertarikan calon nasabah. Pada tahun 2018 ini diadakan promosi Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah yang diadakan khusus hanya di BMT UGT Sidogiri Capem jenggawah dari periode deposito mudharabah minimal 6 bulan dengan minimal dana deposito senilai 5 juta rupiah dapat berkesempatan mendapatkan kupon hadiah undian 2 Sepeda Motor Beat ataupun hadiah-hadiah peralatan rumah tangga seperti, TV, Kulkas, Mesin cuci, Sepeda gunung, Blender, VCD dan Kompor.

Hal itu merupakan strategi inovasi promosi lembaga keuangan BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yang semakin membuat nasabah menjadi senang dan loyal terhadap BMT, sehingga meningkatkan jumlah nasabah deposito setiap tahunnya dari tahun 2015 yaitu 102 nasabah, tahun 2018 total nasabah sebanyak 126, tahun 2017 yaitu telah jumlah 165 nasabah, dan pada tahun 2018 ini telah mencapai 182 nasabah.

Peneliti tertarik melakukan penelitian dikarenakan nasabah didominasi oleh nasabah yang menjadi deposan dengan mengambil akad deposito mudharabah. Dari uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian yang

berjudul “*Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.*”

B. Fokus Penelitian

Bagian ini akan mencantumkan semua rumusan masalah yang dicari jawabannya melalui proses penelitian. Perumusan masalah harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Capem Jenggawah?
2. Faktor-faktor yang mendorong perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Capem Jenggawah?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan dan membuktikan pengetahuan. Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan perilaku nasabah dalam dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mendorong perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.⁹ Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan praktis, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengkonfirmasi keselarasan antara teori perilaku konsumen dengan perilaku yang ada pada nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang Perilaku Nasabah yang sangat berguna untuk pengembangan dalam pengaplikasian pelajaran atau matakuliah yang telah penulis dapat selama ini di bangku kuliah. Serta dapat menjadi penelitian ilmiah yang memenuhi syarat sebagai laporan atau tugas akhir kuliah.

b. Bagi Kampus IAIN Jember dan Mahasiswa Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai koleksi yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa baik sebagai

⁹ *Ibid*, 37-38.

pengetahuan maupun sebagai referensi sebagai data dan informasi untuk kegiatan belajar.

c. Bagi Instansi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam menghadapi persoalan di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yang berkaitan dengan Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini tentu tidak sempurna yang diharapkan, terdapat kekurangan dan kelebihan dalam penelitian ini yang dapat dijadikan pertimbangan para peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya.

E. Definisi Istilah

Berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁰

1. Perilaku Nasabah (*costumer behavior*) yaitu interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka.¹¹ Perilaku nasabah dipengaruhi oleh dua unsur yaitu unsur internal dan unsur faktor

¹⁰ *Ibid* (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 45.

¹¹ Murni Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta:Liberty, 2002), 233.

eksternal. Unsur internal yakni faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya. Selain itu terdapat unsur eksternal yang mempengaruhi perilaku nasabah yakni *personal selling* dan *advertising*.

2. Deposito Mudharabah ialah deposito dengan prinsip *mudharabah* yaitu suatu perjanjian antara dua pihak yakni pihak pemilik dana dan pengelola dana, dimana ditentukan nisbah atau resiko, tata cara pembagian keuntungan serta risiko yang dapat timbul dari penghimpunan dana tersebut.¹²

F. Sistematika Pembahasan

Dalam skripsi ini, sistematika pembahasan merupakan gambaran singkat dan urutan antara bab dari skripsi, yang dirumuskan secara berurutan dari bab per bab, dengan tujuan agar pembaca dapat mudah dan ceapt memahami skripsi. Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimuali dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk diskriptif, bukan seperti daftar isi¹³

Dalam pedoman penulisan karya ilmiah IAIN Jember, skripsi nanti akan terdiri dari lima bab, yang diawali dengan halaman judul, halamn persetujuan, halaman pengesahan, motto, kata pengantar, abstrak daftar isi, yang dilanjutkan denagn bab I sampai dengan bab V. Sistemtika pemabahsan dari penelitaian ini adalah seabagai berikut:

¹² Akuntansi Universitas Lampung. Pdf. Diakses pada tanggal (Mei, 2018), 6.

¹³ Babun Suharto, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

Bab I PENDAHULUAN Meliputi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, defenisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II KAJIAN PUSTAKA Meliputi berisi tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu, yang mamuat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan kajian teori yang digunakan sebagai prespektif oleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN Meliputi tentang penyajian metode penlitian yang digunakan oleh peneliti yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, ,keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN HASIL Mengemukakan tentang penyajian data dan analisis data yang diperoleh dalam pelaksanaan penelitian secara empiris yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta diakhiri dengan pembahasan temuan dari lapangan.

BAB V PENUTUP, merupakan bab yang berisi tentang berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran sebagai pendukung didalam pemenuhan kelengkapan dan penelitian.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, kemudian membuat penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan yakni dengan membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.¹⁴ Beberapa kajian terdahulu yang dikemukakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. **Anwar Rofi**, (2010): Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Di Bank Syari'ah (Studi kasus di PT BPRS Bumi Rinjani Batu).¹⁵

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa (1) adanya pengaruh yang signifikan dari faktor eksternal terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. BPRS Bumi Rinjani Batu, (2) adanya pengaruh yang signifikan dari faktor internal terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. BPRS bumi Rinjani Batu (3) adanya pengaruh simultan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. BPRS Bumi Rinjani Batu.

¹⁴ Babun Sukarno, Dkk. *Pedoman Penulisan*, 52.

¹⁵ Anwar Rofi, *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Di Bank Syari'ah (Studi kasus di PT BPRS Bumi Rinjani Batu)*. (Skripsi S1 Universitas Negri Malang, Malang, 2010)

2. **Rokiyah**, 2014: Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada PD.BPR Rokan Hilir Cabang Kubu Kabupaten Rokan Hilir.¹⁶

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan faktor pribadi 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku nasabah dalam menabung sebesar 0,256 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel faktor sosial sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku nasabah dalam menabung sebesar 0,249 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel faktor psikologis sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku nasabah dalam menabung sebesar 0,286 artinya bahwa setiap peningkatana faktor psikologis sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku nasabah dalam menabung sebesar 0,286 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel faktor kebudayaan adalah sebesar 0,497 dengan asumsi variabel lain tetap. Maka dari itu faktor pribadi, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor kebudayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terdapat variabel perilaku nasabah dan menabung.

3. **Sucita Diayu Nirandi Yani**, 2015: Analisis Minat Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Internet Banking menggunakan Model

¹⁶Rokiyah, *Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada PD.BPR Rokan Hilir Cabang Kubu Kabupaten Rokan Hilir*. (Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Riau, 2014)

Integrasi *Theory Of Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behavior* Di Surabaya.¹⁷

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan niat penggunaan internet banking, meliputi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *security*. Sedangkan kontrol perilaku dalam menggunakan *internet banking* dalam menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh *self efficacy*, *government support*, dan *tecnology support*.

4. **Mei Lupitasari**, 2016: Analisis Penerapan Simpanan Berjangka Deposito Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung dan BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Kanigoro Blitar.¹⁸

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan simpanan berjangka mudharabah dengan langkah pertama di BMT Pahlawan Tulungagung, yakni dengan melakukan prosedur pembukuan di BMT Pahlawan sangat mudah, saldo awal pembukuan yang akan didepositokan minimal Rp100.000 dengan membayar adminitrasi.

5. **Galih Puspita**, 2016: Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Produk Tabungan Sijangka Di BMT Al Ishlah Salatiga.¹⁹

¹⁷ Sucita Diayu Niranda Yani, *Analisis Minat Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Internet Banking menggunakan Model Integrasi Theory Of Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior Di Surabaya*, (Skripsi S1 Universitas Airlangga, Surabaya, 2015)

¹⁸ Mei Lupitasari, *Analisis Penerapan Simpanan Berjangka Deposito Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung dan BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Kanigoro Blitar*, (Skripsi S1 Institut Agama Islam Negri Tulungagung, Tulungagung, 2016).

¹⁹ Galih Puspita, *Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Produk Tabungan Sijangka Di BMT Al-Ishlah Salatiga*. (Skripsi S1 Institut agama Islam Negri Salatiga, Salatiga, 2016).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa perilaku nasabah terhadap Tabungan Si Jangka adalah positif yakni dengan kesadaran diri sendiri tanpa keterpaksaan dengan tujuan memudahkan dalam keperluan menyimpan uang dimasa yang akan datang.

6. **Ifa Marifat**, 2016: Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Jumlah Kantor Layanan, Inflasi, dan PDB Terhadap umlah Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia.²⁰

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa tingkat bagi hasil deposito mudharabah, jumlah kantor layanan, inflasi, dan PDB berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito mudharabah secara simultan. Namun secara parsial, hanya tingkat bagi hasil deposito mudharabah berpengaruh signifikan secara negatif terhadap jumlah deposito mudharabah. Sedangkan inflasi dan PDB secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito mudharabah.

7. **Linda Utari Agustin**, 2016: Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia Terhadap Prosentase Nisbah Bagi Hasil Deposito Pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Bondowoso Tahun 2013-2015.²¹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian secara parsial dari variabel tingkat suku bunga BI terhadap presentasenisbah

²⁰ Ifa Marifat, *Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Jumlah Kantor Layanan, Inflasi, dan PDB Terhadap umlah Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia*. (Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016).

²¹ Linda Utari Agustin, *Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia Terhadap Prosentase Nisbah Bagi Hasil Deposito Pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Bondowoso Tahun 2013-2015*. (Skripsi S1 Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2016).

bagi hasil deposito yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 4,082 dan t_{hitung} 1,708. Dari hasil tersebut berarti nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel tingkat suku bunga dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat suku bunga BI berpengaruh secara persial terhadap presentase nisbah bagi hasil depoaito pada PT. Bank Syariah Mandiri Breach Bondowoso tahun 2011-2015. Pengaruh tingkat ssuku bungan BI terhadap presentase nisbah bagi hasil deposito sebesar 11,2% yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut kecil pengaruhnya terhadap presentase nisbah bagi hasil deposito pada PT. Bank Syariah Mandiri Breach Bondowoso, sedangkan sisanya 88,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

8. Debby Andriani, 2017: Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia.²²

Hasil penelitain menunjukkan bahwa secara serempak, *Financing to Deposit Ratio (FDR)*, *Bank Size*, Tingkat Bagi Hasil, Suku Bunga Bank Indonesia, *Non Performing Financing (NPF)*, dan *Grass Domestic Product (GDP)* berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah sedangkan positif signifikan terhadap pertumbuhan deposito mudharabah dan tingkat bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah sedangkan Suku Bunga Bank Indonesia dan *Non Performing Financing (NPF)* berpengaruh

²² Debby Andriani, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*. (Skripsi S1 Universitas Sumatra Utara Medan ,Medan, 2017).

negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan deposito mudharabah pada Bank Umum Syariah di Indonesia, serta *Bank Size* dan *Gross Domestic Product* (GDP) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan deposito mudharabah pada Bank Syariah di Indonesia.

9. Inan Nati Ismah, 2017: Pengaruh Deposito Mudharabah, *Non Performing Financing*, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil Pada Industri Perbankan Syariah di Indonesia periode 2011-2016.²³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel deposito mudharabah, *non performing financing* dan tingkat bagi hasil secara stimulan berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan berbasis bagi hasil. Sedangkan secara parsial variabel deposito mudharabah, *non performing financing* dan tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan berbasis bagi hasil.

10. Aji Wicaksono, 2018: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Empiris Di Bank Syariah Mandiri).²⁴

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat suku bunga dan ukuran bank berpengaruh terhadap jumlah simpanan deposito mudharabah Bank Syariah Mandiri. Sedangkan tingkat bagi hasil

²³ Inan Nati Ismah, *Pengaruh Deposito Mudharabah, Non Performing Financing, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil Pada Industri Perbankan Syariah di Indonesia periode 2011-2016*. (Skripsi S1 Universitas Airlangga, Malang, 2017).

²⁴ Aji Wicaksono, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi umlah Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Empiris Di Bank Syariah Mandiri)*. (Skripsi S1 Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2018).

deposito mudharabah, tingkat likuiditas dan inflasi tidak menunjukkan pengaruh terhadap jumlah simpanan deposito mudharabah.

Tabel 2.1
Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti dan judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Anwar Rofi (2010). “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Di Bank Syari’ah (Studi kasus di PT BPRS Bumi Rinjani Batu)”.	1. Sama-sama membahas perilaku nasabah.	1. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variable yang digunakan yakni variabel bebas dan variabel terikat. 2. Membahas tentang pembiayaan di Bank Syariah. 3. Objek penelitin terdahulu di Bank Syari’ah dengan Studi kasus di PT BPRS Bumi Rinjani Batu.
2.	Rokiyah (2014) “Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada PD.BPR Rokan Hilir Cabang Kubu Kabupaten Rokan Hilir”.	1. Sama-sama membahas tentang perilaku nasabah.	1. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel yang digunakan yakni variabel koefisien regresi. 2. Objek penelitin di PD.BPR Rokan Hilir Cabang Kubu Kabupaten Rokan Hilir. 3. Membahas tentang produk tabungan di PD.BPR Rokan Hilir Cabang Kubu Kabupaten Rokan Hilir”.

3.	Sucita Diayu Nirandi Yani, (2015) "Analisis Minat Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Internet Banking menggunakan Model Integrasi <i>Theory Of Acceptance Model</i> dan <i>Theory Of Planned Behavior</i> Di Surabaya"	1. Sama-sama membahas tentang perilaku nasabah.	1. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan metode <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM). 2. Menggunakan data kuesioner. 3. Fokus penelitian adalah penggunaan layanan <i>internet banking</i> .
4.	Mei Lupitasari (2016) "Analisis Penerapan Simpanan Berjangka Deposito Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung dan BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Kanigoro Blitar".	1. Sama-sama membahas deposito mudharabah. 2. Objek penelitian sama-samadi BMT. 3. Metode yang digunakan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. 4. Analisis yang digunakan yaitu menggunakan anlisis deskriptif.	1. Membahas tentang produk tabungan simpanan berjangka. 2. Lokasi penelitian di Tulungagung dan Blitar.
5.	Galih Puspita (2016). "Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Produk Tabungan Sijangka Di BMT Al-Ishlah Salatiga".	1. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif. 2. Sama-sama membahas tentang perilaku nasabah. 3. Objek yang diteliti sama-sama di BMT.	1. Dalam penelitian ini produk yang diteliti yakni produk tabungan Sijangka.

6.	Ifa Marifat (2016) “Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Jumlah Kantor Layanan, Inflasi, dan PDB Terhadap jumlah Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia”.	1. Sama-sama membahas tentang deposito mudharabah.	1. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu analisis <i>Pooled date/</i> data panel dengan pendekatan <i>fixed effect model</i> . 2. Objek penelitian di Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia.
7.	Linda Utari Agustin, (2016) “Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia Terhadap Prosentase Nisbah Bagi Hasil Deposito Pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Bondowoso Tahun 2013-2015”.	1. Membahas tentang nisbah bagi hasil deposito.	1. Metode pendekatannya menggunakan metode kuantitatif. 2. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian data <i>time series</i> . 3. Teknik analisisnya menggunakan linier sederhana.
8.	Debby Andriani, (2017) “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia”.	1. Yang dibahas ama-sama yang dibahas yakni produk deposito mudharabah.	1. Dalam penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif. 2. Menggunakan metode analisis data yaitu menggunakan analisis deskriptif dan metode regresi linier berganda data panel. 3. Objek penelitian di Bank Umum Syariah Di Indonesia.
9.	Inan Nati Ismah, (2017) “Pengaruh Deposito Mudharabah, <i>Non Performing Financing</i> , dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil Pada Industri	1. Sama-sama membahas produk deposito mudharabah	1. Menggunakan pendekatan kuantitatif. 2. Data yang digunakan yakni data sekunder. 3. Menggunakan model analisis regresi linier berganda. 4. Meneliti tentang <i>Non performing financing</i>

	Perbankan Syariah di Indonesia periode 2011-2016”.		dan tingkat bagi hasil. 5. Objek penelitian dilakukan di Perbankan Syariah di Indonesia periode 2011-2016.
10.	Aji Wicaksono (2018) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Empiris Di Bank Syariah Mandiri)”.	1. Sama-sama membahas produk deposito mudharabah	1. Menggunakan metode kuantitatif 2. Data yang digunakan yakni data sekunder dan <i>time series</i> . 3. Jenis metode yang digunakan yakni metode regresi linier berganda. 4. Objek penelitian Studi Empiris Di Bank Syariah Mandiri.

Sumber: Data diolah 2018.

Tabel di atas menjelaskan tentang beberapa persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis. Dari keterangan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan bahwa yang diteliti adalah mengenai perilaku nasabah. Persamaanya terletak pada pendekatan dan jenis penelitian yaitu penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, jenis penelitiannya menggunakan analisis deskriptif, serta membahas tentang deposito mudharabah seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh: Ifa Marifat, Debby Andriani, Inan Nati Ismah, dan Ajiwicaksono. Objek penelitian sama-sama di BMT yang dilakukan oleh: Mei Lupitasari, Galih Puspita, Selain itu persamaan yang lain adalah terletak pada pembahasan perilaku nasabah, seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh: Anwar Rofi, Rokiyah dan Sucita Diayu Nurandi Yani.

Kemudain letak perbedaannya terletak pada jenis data penelitian yang peneliti teliti, sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anwar Rofi, Rokiyah, Linda Utari Agustin dan Sucita Diayu Nurandi Yani yang menggunakan analisis data kuantitatif, menggunakan objek study empiris, pengambilan sampel menggunakan teknik kuesioner yang dilakukan oleh: Anwar Rofi, Rokiyah, Sucita Diayu Nurandi Yani, Mei Lupitasari, Galih Puspita Inan Nati Isnah dan Aji Wicaksono. Namun peneliti terdahulu yang dilakukan oleh: Ifa Marifat, Debby Andriani yakni menggunakan metode analisis data panel, metode asosiatif, metode regresi linier berganda, menggunakan data pelitian sekunder, empiris dan *time sories*.

B. Kajian Teori Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam Wikipedia Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa perilaku manusia adalah kumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan atau genetika.²⁵ Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan

²⁵ Wikipedia Bahasa Indonesia. Ensiklopedia Bebas, *Perilaku Manusia*, artikel diakses pada 12 April 2018 dari http://id.wikipedai.org/wiki/Perilaku_manusia.htm

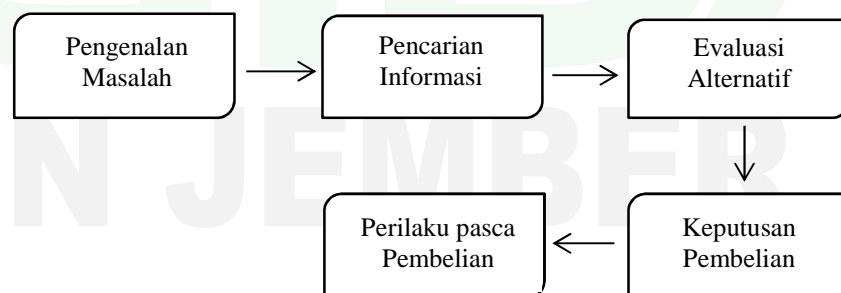
bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Alex S. Nitisemito, tentang perilaku nasabah sebagai konsumen bank (*consumer behavior*) yaitu interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran di dalam hidup mereka. Menurut Alex S. Nitisetmito, perilaku nasabah adalah ilmu yang mencoba mempelajari tingkah laku nasabah sebagai konsumen bank dalam arti tindakannya untuk membeli suatu barang atau jasa perbankan.²⁶

a. Proses Keputusan Konsumen

Pada dasarnya proses psikologis memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Dalam pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” proses keputusan pembelian yakni dengan melalui lima tahapan antara lain:

2.2 Alur Tahap Keputusan Konsumen.²⁷



²⁶ Novi Rofiani, “Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syari’ah Mandiri TBK. Universitas Pamulang Ciputat Banten, *Jurnal Ilmiah Perilaku Nasabah*, (12 April 2018).

²⁷ Ibid, *Manajemen Pemasaran*, 185.

1) Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejarah dan sejumlah konsumen.²⁸

2) Pencarian informasi

Adanya sifat konsumen yang ingin mencari informasi yang terbatas. Adanya pembeda antara tingkat keterlibatan dengan pencarian. Keadaan pencarian yang lebih rendah disebut dengan *perhatian tajam*. Pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki *pencarian informasi aktif* yakni mencari bahan bacaan, menelpon teman, melakukan legiatan *online*, dan mengunjungi lembaga keuangan untuk mengetahui produk tersebut.

Sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok

- a) *Pribadi* yang mempengaruhi diantaranya yaitu keluarga, teman, tetangga, rekan.
- b) *Komersial* yang mempengaruhi diantaranya yaitu iklan, situs web, wiraniaga, penyaluran, kemasan, tampilan.

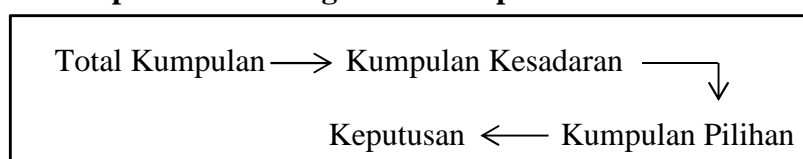
²⁸ Ibid, 184.

- c) *Publik* yang mempengaruhi diantaranya yaitu media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
- d) *Eksperimental*, yang mempengaruhi diantaranya yaitu penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

Secara umum, konsumen menerima informasi terpenting tentang sebuah produk dari komersial yaitu sumber yang didominasi pemasar. Meskipun demikian, informasi yang paling efektif sering berasal dari sumber pribadi atau sumber publik yang merupakan otoritas independen.

Setiap sumber informasi melaksanakan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sumber komersil biasanya melaksanakan fungsi informasi, sementara sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi atau evaluasi. Konsumen perorangan hanya akan mengetahui sebagian merek ini, kumpulan kesadaran. Beberapa merek, *kumpulan pertimbangan*, akan memenuhi kriteria pembelian awal. Ketika konsumen mengumpulkan lebih banyak informasi, hanya beberapa kumpulan dan akan membuat pilihan. Sebuah perusahaan harus menyusun strategi agar mereknya dapat masuk ke dalam kesadaran, pertimbangan dan pilihan yang berbeda.

2.3 Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen.²⁹



²⁹ *Ibid*, 185.

Lembaga keuangan harus mengidentifikasi produk lain dalam kelompok pilihan nasabah sehingga perusahaan dapat memiliki daya tarik kompetitif yang tepat. Selain itu lembaga keuangan harus mengidentifikasi sumber informasi konsumen dan mengevaluasi arti penting relatif mereka. Dengan bertanya kepada konsumen tentang bagaimana mereka (calon nasabah) mendengar merek tersebut untuk pertama kalinya, informasi apa yang datang kemudian, dan arti pentingnya relatif sumber akan membantu perusahaan atau lembaga menyiapkan komunikasi efektif pasar sasaran.

3) Evaluasi Alternatif

Ada beberapa proses, dan sebagian besar model terbaru melihat konsumen membentuk sebagian besar penilaian secara sadar dan rasional. Beberapa konsep dasar yang akan membantu dalam memahami proses evaluasi:

- a) Konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
- b) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- c) Konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memutuskan kebutuhan ini. Misalnya: Hotel → Lokasi, kebersihan, atmosfer, harga.

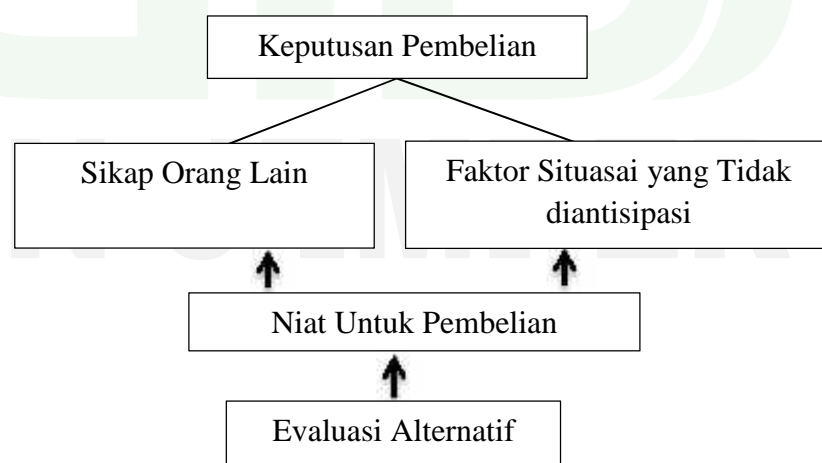
Dalam tahapan evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.³⁰

4) Keputusan Pembelian

Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima subkeputusan antara lain: merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

Model nonkompensatoris (*noncompensatory model*) merupakan model nonkompensatoris, yaitu hal-hal yang dianggap baik untuk sebuah produk dapat membantu menutup hal-hal yang dianggap buruk. Dengan model nonkompensatoris pilihan konsumen, pertimbangan hal yang positif dan negatif tidak selalu saling mengurangi. Adanya evaluasi membuat konsumen lebih mudah dalam mengambil keputusan, tetapi juga meningkatkan bahwa ia akan mengambil pilihan berbeda jika ia berpikir lebih rinci.

2.4 Langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian³¹



³⁰ *Ibid*, 186

³¹ *Ibid*, 189.

Jika konsumen membentuk evaluasi merek, dua faktor umum dapat mengintervensi antara maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor yang pertama adalah *sikap orang lain*. Batas dimana sikap seseorang mengurangi preferensi kita untuk sebuah alternatif tergantung pada dua hal yakni:

- a) Intensitas sikap negatif orang lain terhadap Alternatif yang kita sukai.
- b) Motivasi kita untuk mematuhi kehendak orang lain. Hal yang berhubungan dengan sikap orang lain adalah peran yang dimainkan oleh perantara informasi yang mengumumkan evaluasi mereka. Faktor kedua adalah *faktor situasional yang tidak diantisipasi* yang mungkin muncul untuk mengambil niat pembelian.

Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh *risiko anggapan*. Konsumen dapat menilai banyak jenis resiko dalam membeli dan mengonsumsi sebuah produk antara lain:

- (1) *Risiko fungsional* yaitu produk tidak bekerja sesuai harapan.
- (2) *Risiko fisik* yaitu produk mengancam kesejahteraan atau kesehatan fisik pengguna atau orang lain.
- (3) *Risiko keuangan* yaitu produk tidak layak untuk harga yang dibayarkan.

(4) *Risiko sosial* yaitu produk menimbulkan rasa malu dari orang lain.

(5) *Risiko psikologis* yaitu produk mempengaruhi kesehatan jiwa pengguna.

(6) *Risiko waktu* yaitu kegagalan produk penghasilan biaya peluang untuk menemukan produk memuaskan lainnya.³²

5) Perilaku Pascapembelian

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat tampilan yang mengawatirkan atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi dalam pemasaran seharusnya lebih meyakinkan dan mengevaluasi dalam memperkuat pilihan konsumen dan membantunya untuk bisa merasa nyaman terhadap produk atau merek. Ada beberapa hal yang perlu diamati oleh seorang pemasaran antara lain:

a) Kepuasan Pascapembelian

Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja dan anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen akan *kecewa*; namun jika memenuhi harapan, konsumen; namun jika memenuhi harapan, konsumen akan merasa *puas* dan jika melebihi harapan, konsumen merasa *sangat puas*. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan membeli

³² *Ibid*, 189.

produk kembali dan membicarakan hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan tentang produk itu kepada orang lain. Karena semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan yang terjadi.

b) Tindakan Pascapembelian

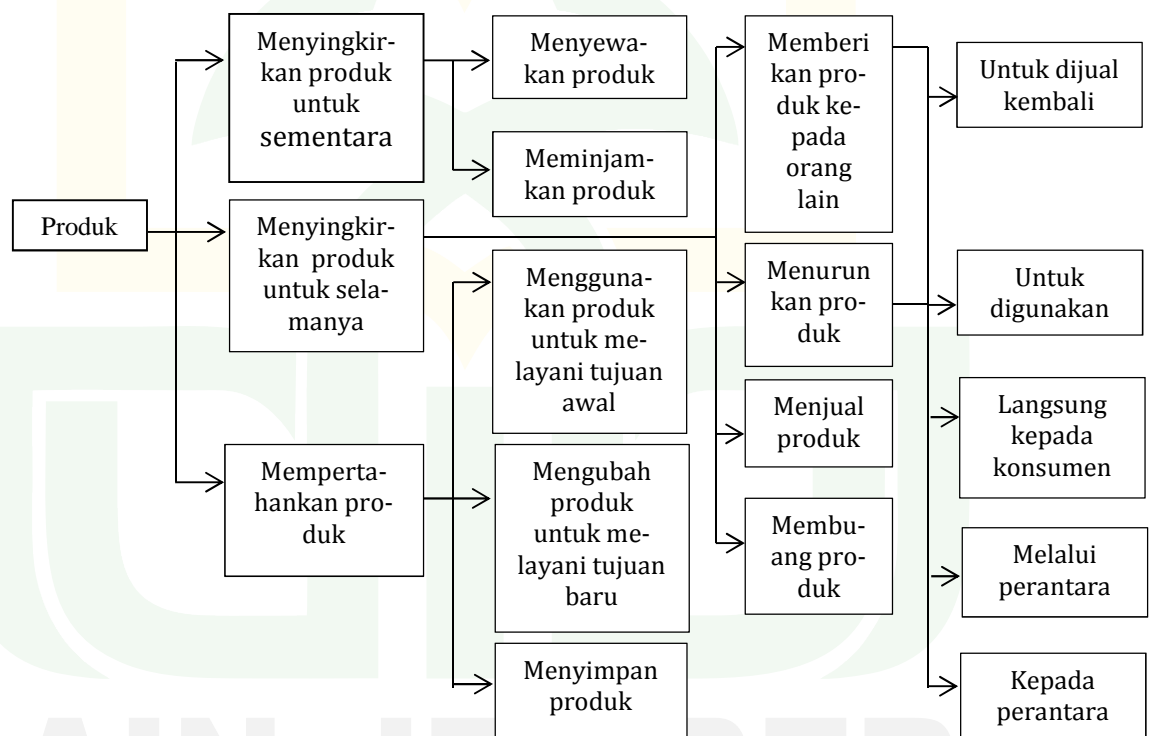
Jika konsumen merasa puas, ia mungkin ingin membeli produk itu kembali. Pelanggan yang puas cenderung mengatakah hal-hal yang baik tentang merek kepada orang lain. Di pihak lain, konsumen yang kecewa mungkin mengabaikan atau mengembalikan produk. Mereka mungkin mencari informasi yang memastikan nilai produk yang tinggi. Mereka mungkin mengajukan tuntutan atau melayangkan keluhan kepada perusahaan menggunakan pengacara, atau melayangkan keluhan ke kelompok lain (seperti badan bisnis, swasta atau pemerintah). Tindakan pribadi menyangkut kepuasan untuk berhenti membeli produk (*opsi keluar*) atau *memperingi pulang*.

b) Penggunaan dan Penyingkiran Pascapembelian

Pemasar juga harus mengamati bagaimana pembeli menggunakan dan menyingkirkan produk. Pendorong kunci penjualan adalah tingkat konsumsi produk yakni semakin cepat pembeli mengonsumsi sebuah produk, semakin cepat mereka kembali ke pasar untuk membelinya lagi.

Salah satu peluang untuk meningkatkan frekuensi penggunaan produk terjadi ketika persepsi konsumen tentang penggunaan mereka berbeda dengan kenyataan. Konsumen mungkin bisa gagal dalam mengganti produk yang memiliki rentang umur relatif pendek dengan cukup cepat karena mereka salah menilai umur produk. Berikut tahapan pembeli menggunakan dan menyingkirkan produk.³³

2.5 Tahap Pelanggan Menggunakan atau Menyingkirkan Produk.³⁴



2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua unsur yakni internal dan unsur eksternal, diantaranya yaitu:

³³ *Ibid*, 184-190.

³⁴ *Ibid*, 191.

a. Unsur Internal

Unsur internal merupakan unsur yang dipengaruhi dari dalam diantaranya faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya yakni sebagai berikut:

1) Faktor Pribadi

Kelompok kepribadian diantaranya yaitu:

- a) *Compliant* adalah individu-individu yang cenderung mendekati (*toward*) orang lain. Mereka mempunyai hasrat untuk dikasihi, diingini dan dihargai.
- b) *Aggresive* adalah individu-individu yang yang cenderung menentang (*against*) orang lain. Mereka mempunyai hasrat untuk berprestasi dan mendapat pujian.
- c) *Detached* adalah individu-individu yang cenderung menjauhi orang lain. Mereka suka kemandirian, kemerdekaan, kebebasan dan kewajiban.

Kepribadian adalah esensi yang mencerminkan perbedaan individu. Suatu ciri kepribadian tidak bisa dimiliki bersama-sama oleh semua konsumen. Kepribadian bersifat konsisten dan bertahap dalam waktu yang lama *Respons* seseorang (secara acak) terhadap bermacam-macam stimulus akan selalu konsisten. Akan tetapi, perilaku seseorang tidak dapat diramalkan berdasarkan satu ciri kepribadian pada suatu saat Misalnya, seseorang tidak dapat memastikan perabotan rumah mana yang akan dibeli oleh orang

yang pendiam. Kepribadian dapat berubah. Kepribadaian berinteraksi dengan situasi.³⁵

2) Faktor Sosial

Dari sudut pemikiran pemasaran, adanya kelas sosial di masyarakat, yang tidak dapat disangkal lagi setiap orang hidup dalam suatu kelas sosial dan orang lain hidup dalam kelas sosial yang lain. Kelas sosial secara tidak sadar membentuk dan mengarahkan pilihan pada prioritas seseorang.

Kelas sosial mempunyai beberapa karakteristik diantaranya yaitu:

- a) Orang-orang yang berada dalam masing-masing kelas cenderung mempunyai kemiripan dalam cara berpakaian, pola bicara, dan preferensi rekresional dibanding dengan orang lain dari kelas sosial yang berbeda.
- b) Orang dianggap menduduki posisi lebih rendah atau lebih tinggi menurut kelas sosial.
- c) Kelompok *variabel* misalnya pekerjaan, penghasilan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi nilai.
- d) Kelas sosial seseorang dalam tangga kelas sosial dapat bergerak naik atau turun sepanjang hidup mereka.³⁶

³⁵ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004), 44-45.

³⁶ *Ibid*, 166-170.

3) Faktor Budaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya (*subculture*) yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika subbudaya tumbuh besar dan cukup kaya, perusahaan sering merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

Pemasaran multikultural tumbuh dari riset pemasaran yang teliti, yang mengungkapkan bahwa adanya etnik dan demografis yang berbeda tidak selalu memberikan respon positif terhadap iklan pasar massal. Melihat perkembangan tiap tahun belakangan ini, banyak perusahaan yang telah mengambil keuntungan dari strategi pemasaran multibudaya yang dipikirkan secara baik-baik. Meskipun demikian, ketika banyak negara yang semakin beragam budaya, banyak kampanye pemasaran yang dibidik target budaya tertentu dapat menyebar dan berpengaruh positif terhadap kelompok budaya lain.³⁷

b. Unsur Eksternal

Unsur eksternal merupakan unsur yang dipengaruhi dari luar diantaranya Faktor *Personal Selling* dan Faktor *Advertising* yakni sebagai berikut.

³⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2008), 166-168.

1) Penjualan perorangan (*Personal selling*), mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

a) *Personal* (perorangan)

Personal merupakan alat promosi yang terlibat langsung, menanggapi dan berinteraksi secara langsung pula dengan pribadi atau beberapa pribadi yang dihadapinya.

b) *Direct Respons* (Tanggapan langsung)

Karena *personal selling* mampu memberikan tanggapan atau reaksi kepada konsumen secara langsung, sehingga dapat memberikan kesan baik perusahaan kepada konsumennya.

(1) Mempererat hubungan perusahaan dan konsumen

Jika *personal selling* yang dilakukan perusahaan dapat berjalan secara efektif maka dapat mempererat hubungan perusahaan dengan konsumen dilakukan dengan efektif jika komunikator (*sales representative*) mampu meningkatkan minat dan membina hubungan baik secara jangka panjang.

(2) Biaya Tinggi

Karena harus berkomunikasi secara langsung dengan tatap muka dengan konsumen, maka perlu kesempatan yang lebih banyak sehingga biaya persatuan yang ditanggung pembeli menjadi lebih tinggi atau mahal.³⁸

Personal Selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya itu. Kontak langsung itu akan dapat mempengaruhi secara lebih intensif para konsumennya karena dalam hal ini pengusaha dapat mengetahui keinginan dan selera konsumennya secara gaya hidupnya dan dengan demikian maka pengusaha dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasinya dengan konsumen itu secara lebih tepat yang sesuai dengan konsumen yang bersangkutan. Beberapa kategori personal selling diantaranya yaitu: *Door to door selling, Mail Order, Telephone Selling, Direct Selling*.³⁹

2) Periklanan (*advertising*)

Periklanan mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

(1) Masyarakat (*public presentation*).

Dapat memberikan pengaruh terhadap barang yang ditawarkan oleh penjual. Karena pesan yang dirancang dalam iklan adalah sama untuk semua target *audiens* atau konsumen sehingga motivasi pembelian konsumen akan dapat dikenali.

³⁹ Indriyo Gitosudarman, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:BPFE Yogyakarta,1994), 240.

(2) Kemampuan membujuk

Periklanan mempunyai daya bujuk yang tinggi (sangat persuasif), hal itu disebabkan periklanan dapat dimulai berkali-kali. Dengan demikian para calon pembeli dapat membanding-bandingkan dengan iklan yang dibuat pesaing. Format iklan pemberian pesan yang positif akan citra perusahaan.

(3) Ekspresif (*expressiveness*)

Periklanan mempunyai kemampuan untuk mendramatisir produk sekaligus juga perusahaannya. Hal itu disebabkan periklanan menggunakan seni cetak, warna, suara dan formatnya yang menarik.

(4) Tidak terharap orang tertentu saja (*impersonal*)

Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang hanya menolong oleh karena itu konsekuensinya tidak dapat menanggapi respon atau tanggapan secara langsung dari pembaca iklan.

(5) Efisien

Periklanan dikatakan efisien, karena periklanan dapat menjangkau masyarakat luas terutama secara geografis.

Sehingga biaya persatuan untuk promosi menjadi rendah

dan murah.⁴⁰ Dengan iklan yang baik dan tepat akan dapat menjangkau masyarakat luas dan cepat.⁴¹



⁴⁰ *Ibid* 242-243.

⁴¹ Siti Nuzulia, “Efektivitas *Personal Selling* dan *Sales Promotion* Dengan Sampel Produk Terhadap Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, *Jurnal Sosial dan Industri Psikologi*, 1 (2014), 1.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.⁴¹ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴²

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian deskriptif yaitu suatu penyelidikan intensif tentang individu dan atau unit sosial yang dilakukan secara mendalam dengan menemukan semua variabel penting tentang perkembangan individu atau unit sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini dimungkinkan ditemukannya hal-hal tak terduga kemudian dapat digunakan untuk membuat hipotesis. Pada dasarnya jenis penelitian ini bertujuan agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan lengkap dengan jalan mengumpulkan, menyusun, mengklarifikasi dan menganalisis data yang diperoleh guna memecahkan masalah yang dihadapi.

⁴¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 33-34.

⁴² J.Lexi, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Karya, 2002), 15.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi yang menjadi tempat penelitian untuk mendapatkan dan menyampaikan berbagai data-data yang mendukung terhadap proses penelitian. Penelitian dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah di Jl. Kawi Selatan Polsek Jenggawah.

Alasan peneliti melakukan penelitian yakni untuk memahami perilaku nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah, dikarenakan nasabah memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda, sehingga saya tertarik menganalisa dengan judul penelitian yaitu “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Nasabah dalam lembaga tersebut merasa ingin mengamankan dan menyimpan uangnya dalam prospek jangka panjang dalam hal penyimpanan, sebagai strategi investasi.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah melaporkan jenis data dan sumber data. Dalam menentukan penelitian sebagai sumber informasi peneliti menggunakan teknik Purposive sampling yakni pengambilan informasi dengan pertimbangan tertentu ini misalnya, orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang yang kita harapkan.⁴³ Menurut Margono pemilihan sekelompok subjek dalam purposive sampling didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang

⁴³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Ed. Rev. Cet. 28 (Bandung: Alfabeta, 2014), 54.

dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.⁴⁴

Adapun subjek dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Nasabah BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah

- a. Ibu Musrifatul Ulfa
- b. Ibu Miftahurrohmah
- c. Ibu Lutfiah,
- d. Bapak Yuli Arisandi Hernandiano
- e. Bapak Ahmir Mahmud
- f. Bapak Abdul Munib

2. Kepala Capem BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah

- a. Bapak Zainuri

Adapun data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang berasal dari informan yakni berupa fakta atau keterangan yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Dengan syarat sebagai berikut:

- a) Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
- b) Pedagang di Pasar Jenggawah
- c) Kepala Capem BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
- d) Periode waktu Deposito lebih dari 5 Bulan

⁴⁴ <http://www.google.co.id/amp/s/www.eurekapendidikam.com/2015/2016>. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2018.

e) Nominal Deposito lebih dari 5 Juta Rupiah

b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain.⁴⁵

Data sekunder tidak hanya dapat membantu memperjelas masalah, penyusunan alternatif keputusan, melainkan juga keputusan dapat diambil berdasar data sekunder yang dikumpulkan.⁴⁶Sumber data sekunder merupakan sumber data yang berasal dari buku-buku, sarana dan prasarana serta bahan-bahan lainnya yang mendukung penelitian dalam pengumpulan data, demi lengkapnya sebuah data dalam penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat diuraikan teknik pengumpulan data yang digunakan misalnya, observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Pendeskripsian masing-masing harus tentang data apa saja yang diperoleh melalui teknik-teknik tersebut. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data dengan menggunakan penelitian *field research* atau pengamatan secara langsung dengan melakukan pendekatan kualitatif adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa bantuan alat standar lain untuk keperluan.

Dengan cara pengamatan langsung terdapat kemungkinan untuk mencatat

⁴⁵ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonom* (Jogjakarta: Erlangga, 2003), 127.

⁴⁶ *Ibid*, 131.

hal-hal, perilaku, pertumbuhan dan sebagainya, dan sewaktu kejadian tersebut berlaku. Dengan cara pengamatan data langsung mengenai perilaku yang tipikal dari objek dapat dicatat segera dan tidak menggantungkan data dari ingatan seseorang.⁴⁷

Untuk mendapatkan data yang baik peneliti juga melakukan observasi awal yaitu teknik pengumpulan data serta memperoleh informasi dengan melakukan pengamatan langsung dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.⁴⁸ Dalam hal ini peneliti mengobservasi Perilaku Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.

2. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan tanya jawab tatap muka secara langsung. Adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada:

- a. Kepala Capem BMT UGT Sidogiri Jenggawah
- b. Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

⁴⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 154

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Teoritik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 128.

Adapun data yang diperoleh melalui teknik wawancara ini, adalah sebagai berikut mengetahui data tentang perilaku nasabah dan faktor-faktor perilaku nasabah dalam memilih produk deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti.⁴⁹ Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditunjukkan kepada subyek penelitian.⁵⁰ Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh beberapa data sebagai berikut:

- a. Struktur organisasi di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
- b. Sejarah berdirinya BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
- c. Perilaku nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
- d. Data jumlah nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah
- e. Foto-foto yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

4. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode untuk mengumpulkan data berdasarkan sumber catatan yang ada, dilakukan dengan cara mencari membaca, mempelajari dan memahami data-data sekunder yang berhubungan dengan hukum sesuai dengan pengumpulan data dengan jalan mengutip bahan-bahan pustaka berupa buku-buku, majalah,

⁴⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 134.

⁵⁰Skandarrumaidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2012),100

literature, dokumen, peraturan yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti. Dari segi kepustakaan ini akan diperoleh manfaat berupa:

- a. Diperoleh konsep dan teori-teori yang bersifat umum yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.
- b. Melalui prosedur logika deduktif akan dapat ditarik kesimpulan spesifik yang mengarah pada penyusunan jadwal sementara terhadap penelitian.
- c. Akan diperoleh informasi empirik yang spesifik yang berkaitan dengan masalahnya.
- d. Melalui logika induktif akan diperoleh kesimpulan umum yang diarahkan pada penyusunan jadwal teoritis terhadap permasalahannya.

E. Analisis Data

Analisis data yang digunakan penelitian ini ialah analisis data secara kualitatif yaitu segala sesuatu yang dinyatakan responden, baik secara tertulis maupun lisan serta perilaku nyata yang dipelajari dan diteliti sebagai sesuatu yang utuh.

Analisis data dari pengumpulan data merupakan tahapan yang penting dalam penyelesaian dalam suatu kegiatan penelitian ilmiah. Data yang terkumpul tanpa dianalisis menjadi tidak bermakna dan tidak berarti. Oleh karena itu, analisis data ini diperlukan untuk memberikan arti, makna, dan nilai yang terkandung dalam data.⁵¹

⁵¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 248.

Analisis ini dilakukan dengan bersamaan proses data. Adapun model analisis yang digunakan yaitu model analisa interaktif yang didukung proses triangulasi mencakup metode-metode, kajian ulang dan meliputi praktek-praktek yang biasanya diikuti untuk memperkirakan validitas dan reliabilitas temuan-temuan penelitian. Sedangkan yang dimaksud dengan metode analisis interaktif ialah model analisis yang terdiri dari tiga komponen pokok, yaitu:

1. Reduksi Data (*Date Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci, untuk itu perlu segera dilakukan analisis data. Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka peneliti segera melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan. Data yang sudah direduksi data akan lebih memudahkan peneliti mengumpulkan data.

2. Penyajian Data (*Date Display*)

Penyajian data dalam penelitian adalah proses penyusunan informasi yang kompleks ke dalam bentuk yang sistematis, sehingga lebih sederhana dan dapat dipahami maknanya.

Penggunaan metode analisis kualitatif dalam penelitian adalah dengan cara membahas pokok permasalahan berdasarkan data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan maupun dari hasil penelitian di lapangan yang kemudian dianalisa secara kualitatif untuk pemecahan.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verivication*)

Setelah peneliti melakukan penyajian data maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan, sesuai dengan pernyataan Miles dan Hubberman bahwa “peneliti yang berkompeten akan menangani kesimpulan dengan longgar, tetap terbuka dan tidak *skeptic*, mula-mula belum jelas namun dengan meminjam istilah klasik dari *Glasser* dan *Straus* kemudian mengingat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh”.⁵²

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah suatu proses penelitian yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.⁵³

Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai alat uji keabsahan data. Moleong mengatakan bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan melakukan wawancara kepada narasumber yang berada sampai ditemukan pandangan yang sama dari masing-masing narasumber.⁵⁴

⁵² Miles dan Hubberman, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru* (Jakarta: UI Press, 1992), 16.

⁵³ J.Lexi, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Karya, 2002), 178.

⁵⁴ *Ibid*, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Karya, 2009), 330.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian merupakan pedoman yang harus diikuti selama pelaksanaan penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini ada tiga tahapan yang ditempuh peneliti yaitu:

1. Tahap Pra Lapangan

Ada banyak hal dalam tahap pra lapangan yang harus dilakukan, salah satunya adalah mencari permasalahan yang ada dan mencari referensi terkait dengan penelitian tersebut. Hal ini meliputi:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Menentukan lokasi penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menentukan informan
- e. Menyiapkan mental diri dan perlengkapan penelitian
- f. Memahami etika penelitian
- g. Memasuki lapangan penelitian
- h. Mengumpulkan data
- i. Menyempurnakan data yang belum lengkap

2. Tahap Pelaksanaan lapangan

Setelah tahap pra lapangan dianggap cukup maka peneliti bersiap-siap untuk masuk ke lokasi penelitian dengan membawa perbekalan yang disiapkan sebelumnya. Ada beberapa tahap-tahap pelaksanaan di lapangan diantaranya sebagai berikut:

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - 1) Perbatasan latar dan penelitian
 - 2) Penampilan
 - 3) Pengenalan hubungan penelitian di lapangan
 - 4) Jumlah waktu studi
 - b. Memasuki lapangan penelitian
 - 2) Keakraban hubungan
 - 3) Mempelajari bahasa
 - 4) Peranan peneliti
 - b. Pengumpulan data
 - 1) Mencatat data
 - 2) Analisis lapangan
3. Tahap Paksa Penelitian
- a. Menganalisis data yang diperoleh
 - b. Mengurus perizinan selesai selesai penelitian
 - c. Menyajikan data dalam bentuk laporan
 - d. Merevisi laporan yang telah disempurnakan

IAIN JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran makna dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Berdirinya BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Sejarah Koperasi BMT Unit Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri ini diawali keprihatinan oleh Bapak KH. Nawawi Thoyib (Alm) pada tahun 1993 diwaktu maraknya praktek-praktek rentenir di Desa Sidogiri Jawa Timur, maka beliau mengutus beberapa orang untuk mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjaman tanpa bunga. Program tersebut bisa berjalan hampir 4 tahun meskipun masih terdapat sedikit kekurangan dan praktek rentenir masih belum hilang sepenuhnya. Semangat dan tekad itulah para pendiri koperasi yang pada waktu itu dimotori oleh Ust. H. Mahmud Ali Zain bersama beberapa pendiri madrasah ingin meneruskan apa yang menjadi keinginan Bpk. KH. Nawawi Thoyib agar segera terwujud lembaga yang diatur rapi dan tertata bagus.⁵⁵

Pada tahun 1996 di Probolinggo, tepatnya di pondok pesantren Zainul Hasan Genggog berlangsung acara seminar dan sosialisasi tentang

⁵⁵ BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri, Buku Panduan, 01.

konsep Simpan Pinjam Syariah yang dihadiri oleh KH. Nur Muhammad Iskandar, DR. Subiakto Tjakrawardaya, dan DR, Amin Aziz.. Dari panduan dan materi yang telah disampaikan itulah para pendiri yang terdiri dari : Ust. H. Mahmud Ali Zain, M. Hadroli Abd. Karim, A Muna'i Achmad, M. Dumairi Nor, dan Baihaqi Utsman.² Dan Beberapa pengurus Pesantren Sidogiri yang terlibat, berdiskusi dan bermusyawarah yang pada akhirnya seluruh tim pendiri sepakat untuk mendirikan Koperasi BMT yang diberinama Baitul Mal wat-Tamwil Masalah Mursalah Lil Ummah Pasuruan atau disingkat BMT MMU. Ditetapkanlah pendirian Koperasi BMT MMU Pasuruan pada tanggal 12 Rabi'ul Awal 1418 H atau 17 juli 1997 yang berkedudukan di kecamatan Wonorejo Pasuruan. Di saat itu kantor pelayanan pertama BMT MMU masih sewa. Modal awal sebesar Rp. 13.500.000,- yang terkumpul dari anggota sebanyak 148 orang, terdiri dari para pendiri, pengurus dan pimpinan Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri.

BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah berdiri pada tahun 2010. Dengan adanya BMT di Jenggawah, karyawan telah berusaha melakukan perbaikan dan perkembangan secara berkesinambungan pada semua bidang baik organisasi maupun usaha tersebut Maka anggota koperasi dan penerima amanat perlu memiliki karakter STAF (Shidiq/Jujur), (Tabliq/Transparan), (Amanat/Dapat Dipercaya), (Fathanah/Profesional), untuk menunjang hal tersebut. Dengan adanya karakter penunjang nantinya akan melahirkan peningkatan jumlah calon anggota nasabah

yakni salah satunya dengan cara memberikan strategi promosi yang menarik dan kemudahan fasilitas layanan sehingga dapat mudah diterima masyarakat.

1. Letak Geografis BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Penelitian ini dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yang beralamatkan Jl. Kawi, Krajan, Jenggawah, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Telp : 082233333485

Kode Pos : 68171

2. Visi dan Misi BMT UGT sidogiri Capem Jenggawah

a. “Visi”

- 1) Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariah islam.
- 2) Terwujudnya budaya ta’awun dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi.

b. “Misi”

- 1) Menerapkan memasyarakatkan syariah islam dalam aktivitas ekonomi.
- 2) Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah dibidang ekonomi adalah adil, mudah, dan maslahah.
- 3) Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota.

- 4) Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya STAF Shiddiq (jujur), tabliq (komunikatif), amanah (dipercaya), dan fatanah (profesional).

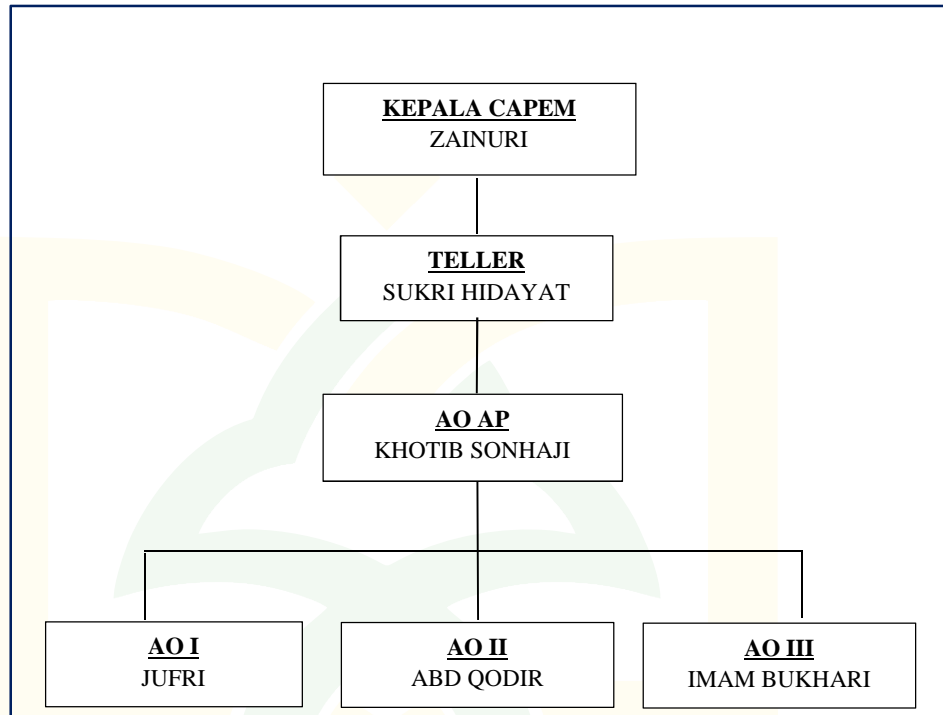
3. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan sebagai kelompok orang yang saling berinteraksi dan bekerjasama untuk merealisasikan tujuan bersama. Sedangkan yang dimaksud struktur organisasi adalah suatu manifestasi perwujudan organisasi yang menunjukkan hubungan antara otoritas dan tanggung jawab yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas aktivitas.⁵⁶

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan bagian- bagian yang ada dalam perusahaan batas-batas wewenang serta tanggung jawab dalam setiap bagian dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi. Struktur organisasi berfungsi sebagai alat untuk membimbing kearah efisiensi dalam penggunaan pekerja dan seluruh sumber daya yang dibutuhkan dalam meraih organisasi. Secara umum struktur BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri hampir sama dengan yang ada di perbankan. Adapun struktur organisasi BMT UGT Sidogiri Capem jenggawah adalah sebagai berikut :

⁵⁶ Siswanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2009), Cet, ke-5, h. 73.

4.1 Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Jenggah



Sumber: Data dari dokumen BMT

4. Mekanisme Operasional BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

a. Kepala Capem

- 1) Memimpin dan mengontrol pelaksanaan operasional Capem.
- 2) Membina, memotivasi dan mengontrol kedisiplinan dan *perform* kerja bawahannya.
- 3) Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan dan pencarian pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. Wakil Kepala Cabang

- 1) Menjadi kepala operasional di kantor cabang.

- 2) Mempunyai fungsi seperti tugas dan wewenang kepala cabang pembantu.
- 3) Mengatur dan menjaga kestabilan likuiditas kantornya.
- 4) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target sesuai dengan proyeksi yang telah dibuat dan ditetapkan.
- 5) Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan, dan akad pencapaian pembiayaan sesuai dengan plafond yang ditentukan.
- 6) Membina, memotivasi, mengawasi, mengontrol, dan mengevaluasi kinerja bawahannya.
- 7) Mempertanggung jawabkan segala aktivitas operasional maupun keuangan secara berkala kepada cabang dan direktur kepatuhan.

c. Kasir (*Teller*)

- 1) Bertanggung jawab terhadap pencatatan keuangan melakukan pengecekan terhadap check list acconting.
- 2) Mendokumentasikan hasil transaksi harian.
- 3) Menyusun pembukuan laporan harian
- 4) Melayani penyeteroran dan penarikan produk simpanan baik umum maupun simpanan berjangka.
- 5) Menyusun dan menyerahkan laporan keuangan kepada pimpinannya.

- 6) Bertanggung jawab terhadap kesesuaian catatan keuangan baik catatan maupun jumlah uang tunai maupun bank opname dengan kas bank.
- 7) Merapikan dan menertibkan pemberkasan serta administrasi kantor bersama pimpinannya, serta membuat dan menyusun laporan keuangan bulanan.

d. AO (*Account Officer*)

- 1) Bertanggung jawab terhadap pemasaran produk pembiayaan dan produk tabungan.
- 2) Bertanggungjawab menjaga hubungan baik dengan nasabah.
- 3) Mencari nasabah potensial baik untuk tabungan maupun pembiayaan.
- 4) Melaksanakan survey dan analisis pengajuan pembiayaan.

5. Ruang Lingkup Kegiatan atau Usaha dari Instansi Perusahaan

Secara umum peran BMT adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup dalam hal ilmu pengetahuan dan materi, maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

Sistem ekonomi islam akan menjadi dasar beroprasinya BMT dalam menjalankan usahanya yakni menggunakan prinsip bagi hasil. Dalam pelaksanaan kegiatan bertransaksi BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah berdasarkan dengan prinsip syariah, menonjolkan aspek keadilan dan kejujuran dalam bertransaksi, investasi yang beretika mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudraan dalam memproduksi dan menghindari kegiatan spekulasi dan berbagai transaksi keuangan. Lebih jauh lagi, manfaatnya kan tetapi dapat membawa kesejahteraan semua kalangan masyarakat.

Didalam menjalankan oprasinya BMT Sidigiri Capem Jenggawah memiliki fungsi antara lain:

- a. Penghimpun dan penyalur dana, dengan cara menyimpan uang di BMT, uang tersebut dapat ditingkatkan utilitasnya sehingga timbul timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana berlebih) dan unit defisit (pihak yang kekurangan dana).
- b. Pencipta dan pemberi likuiditas, dapat menciptakan alat pembayaran yang sah mampu memberikan kemampuan untuk memenuhi kewajiban suatu lembaga/perorangan.
- c. Sumber pendapatan, BMT dapat menciptakan suatau lapangan pekerjaan dan memberikan pendapatan kepada pegawainya.
- d. Pemberi informasi, memberi informasi kepada masyarakat mengenai resiko keuntungan dan peluang yang ada pada lembaga tersebut.

e. Sebagai suatu lembaga keuangan mikro Islam yang dapat memberikan pembiayaan bagi usaha kecil, mikro, menengah dan juga koperasi dengan kelebihan tidak ada jaminan yang memberatkan bagi UMKM tersebut.

6. Produk-produk BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Koperasi BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah memiliki tiga produk, yaitu : produk tabungan/simpanan, produk pembiayaan, dan produk jasa-jasa.

a. Jenis-jenis Produk Simpanan

1) Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah angka setoran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota

Tabungan yang diikuti yang diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 30% Anggota: 70% BMT.

Manfaat dan ketentuan dari Tabungan Umum Syariah yaitu:

- a) Aman dan menguntungkan
- b) Transaksi mudah dan sesuai syariah
- c) Bagi hasil hasil halal dan kompetitif
- d) Gratis biaya administrasi bulanan
- e) Ikut membantu sesama ummat (t'awun)

2) Tabungan Haji Huromani

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji. Tabungan dengan akad berdasarkan syariaiah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 50% Anggota : 50% BMT. Dengan ketentuan setoran awal minimal Rp. 100.000 dan selanjutnya Rp. 50.000, penarikan dilakukan untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena *udzur syar'i*.

Manfaat dan keuntungan Tabungan Haji Huromania

- a) Kemudahan melakukan setoran
- b) Mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi buku tabungan.
- c) Mendapat bagi hasil kompetitif.
- d) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*).
- e) Aman, terhidar dari riba dan haram.
- f) Dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan.

3) Tabungan Umrah Al-Hasanah

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariaiah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 40% Anggota 60% BMT dengan setoran awal minimal

Rp 1.000.000, setoran berikutnya sesuai dengan perencanaan keberangkatan, ketentuan keberangkatan adalah sesuai jadwal dari travel umrah, perencanaan, keberangkatan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan, setoran dapat dilakukan setiap pekan, bulan, atau musiman dan dana dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah, umrah, kecuali *udzhur syar'i*.

Manfaat dan keuntungan tabungan Umah Al-Hasanah yaitu:

- a) Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat.
- b) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.
- c) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awu*)
- d) Aman, terhindar dari riba dan haram.
- e) Dapat mengajukan dana talangan umrah maksimal 50% dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku.⁵⁷

4) Tabungan Idul Fitri

Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hati raya Idul Fitri. Tabungan diadkan berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 40% anggota 60% BMT dengan ketentuan setoran awal minimal Rp 10.000, setoran berikutnya minimal Rp 1000, biaya administrasi Rp 5.000 dan penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum Hari raya Idul Fitri.

⁵⁷ Dokumentasi, KSPS BMT UGT Sidogiri Indonesia Cabang Pembantu Jenggawah, 25 juli 2018.

Kemudahan dari tabungan Idul Fitri adalah sebagai berikut:

- a) Transaksi mudah.
 - b) Aman, terhindar dari riba dan haram.
 - c) Ikut membantu sesama umat (*ta'awun*)
 - d) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan untuk dapat dirupakan barang untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan barang BMT UGT Sidogiri
 - e) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.
- 5) Tabungan Qurban⁵⁸

Tabungan umum berjangka untuk membantu dan kemudahan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 40% anggota 60% BMT dengan ketentuan yaitu:

- a) Setoran awal minimal Rp 50.000
- b) Setoran berikutnya minimal Rp 25.000
- c) Saldo setelah pelaksanaan Aqiqah dan ibadah Qurban minimal Rp 50.000
- d) Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah Qurban atau Aqiqah
- e) Perencanaan ibadah aqiqah 5 bulan sampai 24 bulan.

⁵⁸ Brosur, KSPS BMT UGT Sidogiri Indonesia Cabang Pembantu Jenggawah, 25 juli 2018

Keuntungan Tabunga Qurban yaitu:

- a) Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan qurban dan aqiqah
- b) Mendapatkan bagi hasil yang halal dan kompetitif.
- c) Membantu sesama ummat (*ta'awun*)

6) Tabungan Lembaga Peduli Siswa

Tabungan untuk berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 40% anggota 60% BMT dengan ketentuan:

- a) Setoran awal Rp 100.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 50.000
- b) Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan diakhir tahun pelajaran.
- c) Pengajuan "Basiswa" apabila masa tabungannya minimal 5 bulan dan dana tabungan mencapai saldo rata-rata Rp 50.000
- d) Pengambilan "Basiswa" di akhir tahun pelajaran ketika tabungan akan diambil.

Keuntungan Tabungan Lembaga Peduli Siswa adalah:

- a) Aman dan mudah memantau perkembangan dan setiap bulan.

- b) Transaksi mudah dan bebas dari riba.
 - c) 50% Anggota 50% BMT.
 - d) Jangka waktu 3 bulan nisbah 52% Anggota 48% BMT.
 - e) Jangka waktu 6 bulan nisbah 55% Anggota 45% BMT
- Pengurus lembaga tidak disibukkan dengan urusan keuangan terutama pada saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan
- f) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan.
 - g) Mendapatkan dana BEASISWA untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri
 - h) Gratis biaya administrasi.

7) Tabungan Mudharabah Berjangka

Tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu. Tabungan diadakan berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musyarakah* dengan nisbah sebagai berikut:

- a) Jangka waktu 1 bulan nisbah
- b) Jangka waktu 9 bulan nisbah 57% Anggota 43% BMT
- c) Jangka waktu 12 bulan nisbah 60% Anggota 40% BMT
- d) Jangka waktu 24 bulan nisbah 70% Anggota 30% BMT

Keuntungan Tabungan Mudharabah Berjangka:

- a) Mendapatkan bagi hasil yang lebih besar atau kompetitif
- b) Bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- c) Nisbah bagi hasil lebih besar

8) Tabungan Mudharabah Berjangka Plus

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan rawat inap dan ematian. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musyarkah* dengan nisbah 45% Anggota 55% BMT, adapun ketentuan adalah sebagai berikut

- a) Jangka waktu tabungan 36 bulan
- b) Nominal tabungan mulai dari Rp 25 juta dan berlaku kelipatan sampai dengan Rp 100 juta
- c) Tidak boleh ditarik sebelum berakhir masa kontrak kecuali ada udzhur syari'i

Manfaat dan keuntungan Tabungan *Mudharabah Berjangka Plus*:

- a) Gratis Tabaru asuransi
- b) Mendapatkan santunan rawat inap
- c) Mendapatkan santunan kematian.
- d) GRATIS perlindungan asuransi.

9) Deposito Mudharabah

Deposito mudharabah merupakan simpanan yang disertakan batas periode jangka waktu dengan nisbah bagi hasil yang telah disesuaikan atas dasar kesepakatan antara nasabah dan pihak BMT. Dengan nisbah keuntungan 40% nasabah dan 60% BMT.

b. Produk-produk pembiayaan terdiri dari :

1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Akad akan digunakan akad *Rahn dan Ijarah*.

Keuntungan dan manfaat UGT GES (Gadai Emas Syariah)

adalah:

- a) Proses cepat dan mudah
- b) Pembiayaan langsung cair tanpa survei
- c) Ujrah lebih mudah dan kompetitif
- d) Perhitungan ujrah sistem harian
- e) Transaksi sesuai syariah

2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual-beli *Murabahah*. Keuntungan dan manfaat UGT MUB (Modal Usaha Barokah) yaitu:

- a) Membantu anggota untuk memenuhi kebutuhan modal usaha dengan sistem mudah, adil dan bermasalah.
- b) Anggota bisa sharing risiko dengan BMT sesuai dengan pendapatan riil usaha anggota.
- c) Terbebas dari riiba dan haram.

3) UGT MTA (Multiguna Tanpa Agunan)

Fasilitas pembiayaan tanpa aguna untuk memenuhi kebutuhan anggota. Akad pembiayaan yang digunakan akad *Murabahah* atau *Ijarah*. Keuntungan dan manfaat UGT MTA (Multiguna Tanpa Agunan) yaitu:

- a) Membantu mempermudah anggota memenuhi kebutuhan dana untuk modal usaha dan konsumtif dengan mudah dan cepat.
- b) Anggota tidak perlu menyerahkan agunan di letakkan di BMT.

4) UGT KBB (Kendaraan Bermobil Barokah)

Merupakan fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor. Akad pembiayaan yang digunakan adalah akad *Mudharabah*. Keuntungan dan manfaat dari UGT KBB (Kendaraan Bermobil Barokah) yaitu:

- a) Membantu anggota dalam memiliki kendaraan bermotor dengan mudah dan barokah.
- b) Bisa memilih kendaraan sesuai keinginan

- c) Nilai angsuran tetap sampai berakhir fasilitas pembiayaan KBB
- d) Kendaraan cover asuransi Syariah (kehilangan dan kerusakan diatas 75%)
- e) Terbatas dari riba dan haram

5) UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)

Fasilitas pembiayaan yang ditunjukkan untuk pembelian barang elektronik. Akad yang digunakan adalah akad *Mudharabah atau Ijarah Muntahiyah Bittamlik*. Keuntungan dari UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik) yaitu:

- a) Membantu anggota dalam memiliki barang elektronik dengan mudah dan barokah
- b) Bisa memilih barang elektronik sesuai dengan keinginan
- c) Nilai angsuran tetap sampai berakhir fasilitas pembiayaan
- d) Terbatas dari riba dan haram

6) UGT PKH (Pembiayaan *Kalafah Haji*)

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi anggota untuk memenuhi kebutuhan kekurangan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementrian Agama. Untuk mendapatkan nomor seat porsi haji. Akad yang digunakan adalah akad *Kafalah Bil Ujrah*. Keuntungan dan manfaat UGT PKH (Pembiayaan Kalafah Haji) yaitu:

- a) Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah
- b) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan diseluruh kantor layanan BMT UGT
- c) Dapat dipenuhinya kebutuhan dana untuk menutupi kekurangan dana sebagai persyaratan dalam memperoleh porsi haji
- d) Pembiayaan tanpa agunan
- e) Jangka waktu sampai 5 tahun
- f) Proses pendaftaran KEMENAG di dampingi oleh BMT UGT

7) UGT MJB (Multi Jasa Barokah)

Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam. Akad yang digunakan adalah akad *Bai'al Wafa* atau *Ijarah Rahn Tasjily*.

Manfaat dan ketentuan UGT MJB (Multi Jasa Barokah) yaitu

- a) Membantu mempermudah anggota memenuhi kebutuhan dana konsumtif dengan mudah dan cepat.
- b) Akad sesuai syariah dijamin halal

8) UGT MGB (Multi Griya Barokah)

Pembiayaan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, dilingkungan *developer* maupun non *developer* atau membangun rumah atau renovasi rumah. Akad yang digunakan adalah akad *Istisna'* atau *akad Ijarah Paralel*.

Manfaat UGT MGB (Multi Griya Barokah) yaitu:

- a) Membiayai kebutuhan anggota dalam hal pengadaan rumah tinggal, baik baru maupun bekas, membeli rumah jadi atau membangun sendiri.
- b) Membantu anggota yang ingin merenovasi rumah.
- c) Anggota dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akad berubah sekalama masa perjanjian.
- d) Proses permohonan yang mudah dan cepat.

9) UGT MPB (Modal Pertanian Barokah)

Fasilitas pembiayaan untuk modal usaha pertanian. Akad yang digunakan adalah akad *Murabahah dan Ijarah*. Manfaat yang didapat untuk petani adalah:

- a) Jangka waktunya hanya Empat bulan
- b) Cara pembayarannya hanya dengan ujahnya saja
- c) Setelah jatuh tempo empat bulan baru dikembalikan dengan pokoknya.

c. Jasa⁵⁹

Mobile UGT adalah fasilitas layanan transaksi yang dapat diakses secara langsung oleh anggota lewat via *smartphone* dengan menggunakan media jaringan internet yang dikombinasikan dengan media SMS.

Layanan yang dapat dinikmati oleh nasabah adalah:

- 1) Cek saldo Tabungan, MDA jangka dan Pembiayaan
- 2) Cek mutasi Tabungan
- 3) Transfer antar rekening
- 4) Pembayaran
- 5) Pembelian PPOB
- 6) Donasi.

7. Hari dan Jam Oprasional BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Jam operasional atau pelayanan untuk nasabah/ debitur di BMT

UGT Sidogiri Capem Jenggawah adalah sebagai berikut:

4.2 Jam Operasional atau Pelayanan Untuk Nasabah⁶⁰

Hari	Jam dan Keterangan
Sanin s/d Kamis (kecuali tanggal merah PHBI)	Pelayanan nasabah harian dimulai jam 08:00 sampai dengan tutup kas jam 14.30 WIB. Untuk hari sabtu s/d minggu, sedangkan untuk hari sabtu dan minggu dimulai jam 07:00 sampai dengan tutup kas jam 13.00 WIB.

Sumber: Dari BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.

⁵⁹ Brosur, KSPS BMT UGT Sidogiri Indonesia Capem Jenggawah, 25 Juli 2018.

⁶⁰ Muhammad Zainuri, *Wawancara*, 04 Mei 2018.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus masalah.

1. Perilaku Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Dalam memahami perilaku nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah diperlukan beberapa tahapan antara lain: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pascapembelian.

a. Pengenalan Masalah

Dari beberapa nasabah setelah diwawancarai ditemukan data, bahwa untuk mengamankan kelebihan dana, mereka membutuhkan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas simpanan. Seperti yang dinyatakan beberapa nasabah

Hal tersebut seperti dikemukakan oleh **“Tbu Fifin Miftahurrohmah”** yakni adanya kebutuhan tempat menyimpan dana, yaitu:

“Adanya dana usaha yang belum terpakai senilai 5 juta rupiah membuat saya merasa tidak aman jika hanya menyimpan di rumah. Dikarenakan tidak adanya jaminan jika nantinya uang tersebut hilang. Maka dari itu saya membutuhkan tempat atau

lembaga keuangan untuk menyimpan dana tersebut. Saya ingin menyimpan dana tersebut dalam jangka waktu 1 tahun”.⁶¹

Selain itu adanya pendapat lain yang diutarakan oleh **“Ibu Lutfiah”** yakni adanya kebutuhan tempat menyimpan dana serta keinginan untuk mendapatkan keuntungan, yaitu:

“Adanya keinginan untuk menyimpan dan mengamankan hasil dana (uang) yang saya peroleh dari hasil memenangkan arisan sejumlah 100 juta rupiah dan saya ingin menyimpan dana tersebut dalam jangka waktu 2 tahun. Dikarenakan belum adanya kebutuhan untuk menggunakan dana (uang) arisan tersebut serta adanya ketakutan dan kekhawatiran yang dirasakan, karena ketidakamanan jika saya menyimpannya di rumah. Selain itu keinginan untuk menyimpan dana di lembaga keuangan dirasa tepat, yakni dengan adanya pengelolaan dana yang tepat dan lebih produktif. Selain itu saya ingin memperoleh keuntungan dari dana yang saya simpan tersebut”.⁶²

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh **“Bapak Amir Mahmud”** bahwa:

“Adanya harga pasar yang tidak stabil/ fluktuatif membuat saya harus mengantisipasi terhadap usaha yang saya jalankan yakni berdagang. Dengan menyimpan dana (uang) hasil usaha sejumlah 10 juta pada tempat yang aman dan memiliki legalitas yang jelas. Saya ingin menyimpan dalam jangka waktu 6 bulan. Selain itu saya ingin nantinya dari dana yang saya simpan mendapatkan nisbah keuntungan”.⁶³

Selain itu pendapat yang sama juga disampaikan oleh **“Bapak Yuli Arisandi Hermandiano”** bahwa:

“Keinginan dalam menyimpan dan mengamankan dana hasil usaha dipengaruhi oleh semakin maju dan pesatnya usaha yang telah dirintis (usaha sosis) yang telah memiliki beberapa cabang di beberapa wilayah pasar. Sehingga saya ingin menyimpan dana hasil usaha sejumlah 20 juta di tempat yang aman dan

⁶¹ Fifin Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁶² Lutfiah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁶³ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018.

tepercaya yakni di lembaga keuangan. Karena saya ingin penyimpanan dana dalam jangka waktu tertentu yakni 6 bulan. Selain itu saya ingin memperoleh keuntungan dari dana tersebut”.⁶⁴

Selain diatas terdapat hal yang dialami oleh **“Ibu Musrifah Ulfa”** yaitu adanya kebutuhan tempat menyimpan dana, untuk kebutuhan pendidikan dan keinginan memperoleh keuntungan:

“Awalnya saya menyimpan uang dari hasil usaha berdagang cabai rawit yakni sebesar 5 juta rupiah, lalu saya butuh tempat menyimpan dana dan dalam jangka waktu tertentu 6 bulan. Dikarenakan pada batas akhir jangka waktu tersebut dana tersebut akan dipergunakan untuk kebutuhan pendidikan anak menjelang masuk sekolah. Selain itu saya ingin memperoleh keuntungan dari dana yang saya simpan tersebut”.⁶⁵

Ada pula yang dialami oleh **“Bapak Abdul Munib”** yaitu sebagai bentuk investasi usaha, kebutuhan keluarga dan keinginan untuk memperoleh keuntungan:

“Saya memiliki dana sejumlah 10 juta rupiah saya ingin menyimpan dalam jangka waktu 6 bulan. Saya berfikir bahwasanya dalam prospek jangka waktu kedepan perlu menyiapkan dana simpanan. Hal itu sangat penting sebagai bentuk investasi. Jika kelak usaha berdagang mengalami kebangkrutan saya akan menggunakan dana simpanan tersebut untuk membuka usaha lain dan sebagai dana cadangan bilamana ada kebutuhan keluarga yang sangat mendesak jika kelak ia tidak memiliki uang. Selain itu saya ingin mendapatkan keuntungan dari hasil dana yang saya simpan”.⁶⁶

b. Mencari Informasi

Dari beberapa nasabah setelah semua diwawancarai ditemukan data, bahwasanya untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam

⁶⁴ Yuli Arisandi Hermandiano, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁶⁵ Musrifah Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁶⁶ Abdul Munib, *wawancara*, 13 Juli 2018.

penyimpanan dananya, mereka mencari informasi terkait dengan lembaga keuangan yang menyediakan jasa penyimpanan dana.

Pernyataan diatas dialami **“Ibu Musrifah Ulfa”** yang menyatakan bahwa:

“Saya mengetahui bahwasanya di Jenggawah terdapat beberapa lembaga keuangan yang menyediakan jasa penyimpanan dana (uang) diantaranya BRI, Bank Mandiri dan BMT yang secara umum saya mengetahui jika lembaga tersebut menyediakan jasa penyimpanan dana baik berupa tabungan ataupun deposito”.⁶⁷

Hal yang sama juga disampaikan **“Ibu Lutfiah”** yang menyatakan bahwa:

“Banyaknya bangunan lembaga keuangan yang berdiri di Jenggawah. secara tidak langsung saya mengetahui lembaga tersebut bahwasanya lembaga tersebut telah siap sedia memberikan pelayanan yang berkaitan dengan fasilitas keuangan diantaranya yakni Bank Mandiri, BRI dan BMT”.⁶⁸

Pernyataan yang sama diutarakan oleh **“Ibu Fifin Miftahurrohmah”** yakni:

“Saya mengetahui terdapat beberapa lembaga keuangan di jenggawah yang menyediakan fasilitas jasa penyimpanan dana, diantara lembaga tersebut yaitu BRI, Bank Mandiri dan BMT”.⁶⁹

Ada pula hal yang dialami oleh **“Bapak Yuli Arisandi Hermandiano”** yang menyatakan bahwa:

“Saya memiliki beberapa simpanan dana di beberapa lembaga keuangan seperti BCA, Bank Mandiri dan BRI namun untuk dana yang sekarang saya ingin menyimpan dana di lembaga keuangan BMT”.⁷⁰

⁶⁷ Musrifah Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁶⁸ Lutfiah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁶⁹ Fifin Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁷⁰ Yuli Arisandi Hermandiano, *wawancara*, 13 Juli 2018.

Hal yang sama juga dikemukakan **“Bapak Amir Mahmud”** menyatakan bahwa:

“Saya hanya berminat ingin menyimpan dana yang sayamiliki di BMT saja, karena saya ingin memperoleh keberkahannya. Dikarenakan BMT mengelola dana tersebut sesuai tuntunan islam”.⁷¹

Serta pernyataan dari **“Bapak Abdul Munib”** yakni:

“Walaupun diwilayah Jenggawah bayak pilihan lembaga keuangan yang sama-sama memberikan fasilitas jasa penyimpan dana namun saya hanya tertarik menyimpan di BMT karena saya dapat memperoleh keuntungan secara halal tanpa ada riba”.⁷²

c. Evaluasi alternatif

Dari beberapa nasabah setelah semua diwawancarai ditemukan data, bahwasanya ada beberapa pilihan lembaga keuangan diwilayah jenggawah yang menawarkan produk yang sama yakni kebutuhan tempat penyimpanan dana yang aman.

Pernyataan diatas dialami **“Ibu Musrifah Ulfa”** yang menyatakan bahwa:

“Di Jenggawah terdapat tiga lembaga keuangan yang saya ketahui yaitu BRI, Bank Mandiri dan BMT. Saya mengetahui bahwasanya BRI dan Bank Mandiri mahal dalam biaya registrasi awal pembukaan rekening, dan mahalnya biaya adaministasi perbulanan sesuai dengan produk yang dipilih. Keuntungan berupa prosentase bunga akan tetap sesuai dengan jumlah dana yang saya simpan. Walaupun profit lembaga keuangan tersebut meningkat. Jika di BMT lebih nyaman karena biaya registrasi pembukaan rekening lebh murah dibanding dengan BRI dan Bank Mandiri. Tidak adanya biaya administasi perbulan yang dibebaskan kepada nasabah, karena BMT menerapkan sistem bagi hasil. Prosentase nisbah bagi hasil yang fluktuatif, yang telah disepakati diawal dan jika

⁷¹ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁷² Abdul Munib, *wawancara*, 13 Juli 2018.

profit lembaga keuangan BMT memperoleh naik maka nominal bagi hasilpun yang nanti diterima saya juga akan bertambah besar. Jika memang dalam keadaan darurat atau terdesak seperti kecelakaan, atau terkena musibah saya dapat mengambil dana yang saya simpan.”⁷³

Selain itu ada pula pendapat yang disampaikan “**Ibu Lutfiah**”

menyatakan bahwa:

“Ada begitu banyak bank di Jenggawah seperti BRI dan Bank Mandiri serta ada juga BMT. Namun jika di BRI dan di Bank Mandiri biaya administrasi pembukaan rekening relatif lebih mahal dan terjadi antrian yang cukup menyita waktu. Saya melihat saat awal jam kerja BRI jenggawah dibuka selalu mengalami antrian yang penuh. Sampai banyak nasabah yang tidak mendapat tempat duduk sehingga mereka menunggu antrian diluar ruangan bank. Namun berbeda dengan BMT yang tidak perlu lama-lama mengantri jika saya ingin melakukan transaksi, dikarenakan dari pihak BMT menerapkan sistem jemput bola yakni mendatangi nasabah ke pasar tepat saya bekerja, sehingga sangat memudahkan saya dalam bertransaksi. Serta adanya sosialisasi promosi dan penawaran produk yang menarik”⁷⁴

Hal yang sama disampaikan oleh “**Ibu Fifin Miftahurrohmah**”

menyatakan bahwa:

“Sepengatahuan saya memang banyak bank di jenggawah seperti BRI, Bank Mandiri dan BMT. Namun BRI dan Bank Mandiri kurang adanya sosialisasi pengenalan produk-produknya diwilayah pasar, sehingga saya kurang mengetahui apa saja produk dan bagaimana prosedurnya. Tapi yang menurut saya lebih terjangkau dan banyak diminati orang dipasar yakni BMT. Karena BMT selalu memberikan pelayanan yaitu mendatangi tempat saya berdagang dan banyaknya tawaran produk-produk yang menarik”⁷⁵

Pernyataan yang sama dari nasabah yaitu “**Bapak Abdul**

Munib” antara lain:

⁷³ Musrifah Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁷⁴ Lutfiah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁷⁵ Fifin Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

“Jika di BRI dan di Bank Mandiri kurang adanya sosialisasi di lingkungan pasar tempat saya bekerja. Jadi banyak pedagang dipasar jenggawah ini yang masih kurang memahami apa saja produk serta bagaimana prosedurnya, termasuk saya yang juga masih belum memahami bagaimana prosedur menjadi nasabah di BRI dan Bank Mandiri. Bila di banding dengan BMT yang saya telah cukup banyak mengetahui apa saja produk-produknya dikarenakan pihak BMT sering sekali ke area pasar yakni mendatangi nasabahnya bahkan hampir setiap hari kecuali hari libur kerja BMT. Karena kedekatan pihak BMT yang memudahkan nasabah-nasabahnya dalam melakukan transaksi, selain itu adanya promosi hadiah yang ditawarkan pihak BMT kepada masyarakat dilingkungan pasar termasuk saya. Sehingga saya juga tertarik untuk menyimpan dana yang saya miliki di BMT UGT Sidogiri capem Jenggawah”.⁷⁶

Pendapat yang sama dikemukakan **“Bapak Yuli Arisandi Hermandiano”** menyatakan bahwa:

“Saya telah memiliki beberapa rekening seperti BCA, Bank Mandiri dan BRI namun melihat adanya tawaran produk-produk yang menarik di BMT, sehingga saya tertarik untuk menyimpan dana yang saya miliki kali ini di BMT saja”.⁷⁷

Selain itu ada pendapat lain yang diutarakan oleh **“Bapak Amir Mahmud”** yang menyatakan bahwa:

“Saya memang mengetahui jika di jenggawah ada beberapa lembaga keuangan perbankan seperti Bank Mandiri dan BRI namun saya hanya tertarik di BMT. Karena saya ingin dana yang saya simpan dapat dikelola dengan baik sesuai amanah dan prinsip dari BMT yang sesuai ajaran islam serta menerapkan sistem berbasis bagi hasil bukan bunga yang insyallah saya mendapatkan keberkahan dari dana dan hasil yang diperoleh nanti”.⁷⁸

d. Keputusan Pembelian

Dengan banyaknya pertimbangan, yang mempengaruhi keputusan dari beberapa pilihan lembaga keuangan. Namun hanya terdapat satu

⁷⁶ Abdul Munib, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁷⁷ Yuli Arisandi Hermandiano, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁷⁸ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018.

pilihan lembaga keuangan yang paling unggul dibandingkan dengan lembaga keuangan yang lain. Adanya niat ketertarikan yang dipengaruhi respon dari pelayanan lembaga keuangan maupun dalam segala aspek yang lain maka akhirnya muncul keinginan dalam memutuskan memilih, membeli dan menggunakan produk tersebut.

Pernyataan tersebut dialami oleh **“Ibu Musrifah Ulfa”** yang menyatakan bahwa:

“Adanya kebutuhan saya dalam hal tempat menyimpan dana dalam jangka waktu tertentu, maka saya memilih produk deposito dengan akad mudharabah. karena pada produk deposito terdapat Gebyar Hadiah khusus produk deposito mudharabah minimal dalam jangka waktu 6 bulan serta minimal deposito 5 juta dapat berkesempatan mendapatkan undian hadiah utama yakni sepeda Motor Beat dan hadiah menarik yang lain”.⁷⁹

Selain itu pendapat yang sama dikemukakan oleh **“Bapak Amir**

Mahmud” menyatakan bahwa:

“Kebutuhan saya dalam hal tempat menyimpan dana juga dirasa tempat pada saat BMT mengadakan promosi deposito yakni Gebyar Hadiah deposito yang menari dan menawarkan berbagai macam hadiah baik secara langsung maupun undian membuat ketertarikan saya dengan produk deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Adanya nisbah keuntungan bagi hasil yang menarik juga mempengaruhi minat saya disisi lain banyaknya tawaran lembaga keuangan seperti BRI dan Mandiri yang memberikan fasilitas produk yang sama. Namun BMT lah yang menjadi pilihan saya dalam hal menyimpan dana dalam jangka waktu 6 bulan yakni dalam bentuk produk deposito yang menerapkan keamanan, amanah, dan sesuai dengan ajaran syariat islam”.⁸⁰

Ada pula pendapat yang disampaikan oleh **“Ibu Lutfiah”**

menyatakan bahwa:

⁷⁹ Musrifah Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁸⁰ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018.

“Ada beberapa pilihan lembaga keuangan yang menawarkan fasilitas penyimpanan dana antara lain BRI dan Mandiri. Namun yang menjadi pembeda antara BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dengan lembaga keuangan yang lain. Adanya tawaran Gebyar Hadiah pada produk deposito yang hanya diperuntukan untuk produk deposito mudharabah. Hal itu sesuai dengan kebutuhan saya yakni tempat menyimpan dana dalam waktu 2 tahun. Maka dari itu saya tertarik dengan produk deposito mudharabah, yakni dengan adanya nisbah keuntungan dengan berbagai macam penawaran hadiah yang sangat menarik”.⁸¹

Pendapat yang sama juga diutarakan **“Ibu Fifi**

Miftahurrohmah” yang menyatakan bahwa:

“Adanya penawaran Gebyar Hadiah yang ditawarkan atau dipromosikan oleh pihak BMT yakni produk deposito mudharabah. Deposito merupakan produk dalam penyimpanan dana dalam jangka waktu tertentu. Adanya promosi itu ternyata pas dengan kebutuhan saya yaitu tempat menyimpan dana dalam jangka waktu 1 tahun, dengan berbagai macam bentuk hadiah yang menarik baik hadiah secara langsung maupun undian yang lain, yang hanya diperuntukan untuk nasabah yang mendepositokan dengan akad mudharabah. Maka saya tertarik untuk menjadi nasabah di BMT”.⁸²

Pernyataan yang disampaikan oleh **“Bapak Yuli Arisandi**

Hermadiano” yang menyatakan bahwa:

“Banyaknya lembaga keuangan di sekitar jenggawah seperti lembaga keuangan BRI dan Mandiri yang menawarkan produk deposito sesuai kebutuhan dalam penyimpanan dana berjangka. Namun saya hanya berminat mendepositokan dana yang saya miliki di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah saja. Dikarenakan saya telah memiliki berbagai macam rekening dana di lembaga lain dan untuk sekarang saya ingin mempercayakan dana yang saya miliki ini di BMT saja. selain itu adanya promosi Gebyar Hadiah bagi nasabah yang mendepositokan di BMT, dengan nominal dana deposito 5 juta dalam waktu 6 bulan Dapat berkesempatan mendapatkan hadiah langsung ataupun

⁸¹ Lutfiah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁸² Fifi Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

undian hadiah serta adanya sistem bagi hasil. Maka saya tertarik mendepositokan di BMT”.⁸³

Serta pernyataan yang disampaikan oleh “**Bapak Abdul Munib**” antara lain:

“Walaupun di sekitar Jenggawah banyak lembaga keuangan BRI dan Mandiri yang sama sama menawarkan jasa penyimpanan dana. Namun BMT masih unggul dibandingkan yang lain, dikarenakan BMT menawarkan Gebyar Hadiah yang menarik bagi produk deposito dan produk tersebut merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya, dalam hal penyimpanan dana. Sesuai kebutuhan dalam penyimpanan dana berjangka. Adanya penawaran hadiah yang bermacam-macam baik hadiah secara langsung maupun undian, selain itu adanya nisbah keuntungan yang bagi hasil menarik terhadap dana yang telah didepositokan yang membuat saya tertarik dengan produk deposito mudharabah yang BMT tawarkan”.⁸⁴

e. Perilaku Pascapembelian

Adanya perilaku pascapembelian akan mempengaruhi kepuasan pascapmbelian dan tindakan pascapembelian. Kepuasan pascapembelian yakni adanya kepuasan yang dirasakan antara harapan dan kinerja haruslah optimal dalam memberikan kepuasan kepada nasabah, agar nasabah puas. Tindakan pascapembelian mempengaruhi nasabah dalam memilih dan menggunakan produk itu kembali. Dengan rasa kepuasan tersebut nasabah cenderung akan mengatakan hal-hal baik tentang kualitas pelayanan yang mempengaruhi citra positif lembaga keuangan BMT UGT sidogiri Capem Jenggawah.

⁸³ Yuli Arisandi Hermandiano, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁸⁴ Abdul Munib, *wawancara*, 13 Juli 2018.

Hal tersebut dikemukakan oleh **“Ibu Musrifah Ulfa”**

menyatakan bahwa:

“Dengan adanya pelayanan yang baik dan memuaskan yang diberikan pihak BMT kepada nasabah saya, membuat saya merasa nyaman dan terkesan menjadi nasabah di BMT UGT sidogiri Capem Jenggawah. Selain itu saya juga menyarankan teman saya sesama pedagang dipasar untuk menandatangani di BMT karena melihat adanya peluang dan kesempatan mendapatkan hadiah jika menandatangani di BMT”.⁸⁵

Pernyataan yang sama diutarakan oleh **“Ibu Fifin**

Miftahurrohmah” menyatakan bahwa:

“Sikap ramah dan pelayanan yang mudah yang diberikan pihak BMT kepada saya, yakni saya dapat langsung bertransaksi ditempat saya bekerja sebagai pedagang dipasar. Selain itu saya terkadang berbicara masalah produk deposito yang saya lakukan kepada para pengan saya dipasar serta banyaknya hadiah-hadiah yang ditawarkan nantinya dapat berkesempatan mendapatkannya. Jika saya mendapatkan hadiah itu saya akan menandatangani kembali dana yang saya miliki di BMT”.⁸⁶

Ada pula pendapat yang disampaikan **“Ibu Lutfiah”** yang

menyatakan bahwa:

“Kemudahan dalam meakses transaksi di BMT membuat saya yakin mempercayakan dana yang saya miliki yakni 100 juta rupiah dengan waktu deposito 2 tahun, untuk didepositokan di BMT. Dengan harapan saya dapat memperoleh hadiah di BMT baik hadiah diposito yang ditawarkan BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah maupun undiah hadiah yanmg diadakan kantor pusat BMT. Karena minimal deposito 20 juta dengan waktu 1 tahun dapat berkesempatan memperoleh undian hadiah baik dari BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah maupun BMT pusat dengan Gebyar hadiah Utama Mobil dan Umrah”.⁸⁷

⁸⁵ Musrifah Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁸⁶ Fifin Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁸⁷ Lutfiah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

Selain itu terdapat pernyataan lain yang dialami oleh **“Bapak**

Yuli Arisandi Hermandiano” menyatakan bahwa:

“Sejauh ini saya merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan BMT. Selain itu adanya pihak BMT yang selalu ke pasar memudahkan saya bila menanyakan hal-hal yang tidak saya fahami serta adanya sikap ramah dari pihak BMT dalam menjelaskannya”.⁸⁸

Pendapat diatas juga diutarakan oleh **“Bapak Abdul Munib”**

menyatakan bahwa:

“Saya merasa bantu dengan adanya pihak BMT yang selalu berbau dengan semua masyarakat yang ada dipasar termasuk saya juga. Jadi memberikan kesan nyaman terlebih saya juga memiliki dana tabungan harian dan melihat adanya promosi produk deposito yang menarik. Utamanya yakni melihat hadiah-hadiah yang ditawarkan membuat saya ingin menyipkan dana yang saya miliki di BMT kembali, namun dengan simpanan dana produk deposito mudharabah”.⁸⁹

Serta pernyataan dari **“Bapak Amir Mahmud”** yang

menyatakan bahwa:

“Saya melihat kinerja BMT selama ini cukup baik. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya antusias masyarakat jenggawah utama didaerah pasar yang menjadi nasabah, mreka telah mempercayakan dananya di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. saya hanya ingin menyimpannya untuk memperoleh keuntungan yang berkah, karena dasar pengeloaan dana BMT sesuai syariat islam dan isyaallah saya yakin mempercayakan dan yang saya milih di BMT saja”.⁹⁰

Penjelasan dari hasil wawancara atau interview diatas mengenai perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah haruslah

memperhatikan beberapa hal anara lain: Pengenalan masalah,

⁸⁸ Yuli Arisandi Hermandiano, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁸⁹ Abdul Munib, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁹⁰ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018.

Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pascapembelian.

perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah haruslah memperhatikan beberapa hal antara lain: Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pascapembelian.

Pengenalan masalah yakni adanya kebutuhan terhadap tempat penyimpanan dana dalam jangka waktu tertentu. *Mencari informasi* yakni beberapa lembaga keuangan seperti BRI, Bank Mandiri dan BMT yang menyediakan jasa penyimpanan dana. *Evaluasi alternatif* yakni perbandingan antar lembaga keuangan di Jenggawah yang menawarkan produk yang sama yaitu dalam menyediakan jasa penyimpanan dana serta adanya keunggulan dari lembaga keuangan yang pilih. *Keputusan Pembelian* yaitu pilihan terhadap keputusan memilih produk deposito mudharabah yang dipengaruhi adanya kebutuhan terhadap tempat penyimpanan dana dalam jangka waktu tertentu, adanya keinginan berinvestasi, adanya prospek pendidikan anak, adanya keinginan untuk memperoleh keuntungan serta adanya harapan keberkahan dari Allah atas dana yang dikelola oleh BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. *Perilaku Pascapembelian* yaitu membentuk keyakinan nasabah dalam memilih produk deposito mudharabah dan menimbulkan rasa puas terhadap pelayanan ataupun pemilihan produk sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah serta menciptakan citra

positif yang baik bagi lembaga keuangan BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawaah.

2. Faktor-faktor Yang Mendorong Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Dengan beraneka ragam perilaku nasabah apa saja faktor yang menjadi pengaruh mereka dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Perilaku nasabah dipengaruhi oleh dua unsur yakni unsur intrnal dan unsur eksternal. Unsur internal diantaranya: faktor budaya, faktor sosial dan pribadi. Unsur eksternal diantaranya *Personal Selling* dan *Advertising*.

- a) Dari beberapa nasabah yang diwawancarai ditemukan data, bahwa untuk faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dipengaruhi oleh unsur internal yang terbagi dalam tiga faktor yakni faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

Hal tersebut seperti dikemukakan oleh **“Ibu Fifi Miftahurrohmah”** menyatakan bahwa perilaku dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dipengaruhi oleh adanya faktor pribadi:

“Keinginan saya untuk mendepositokan di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dibandingkan dengan yang lain, dipengaruhi oleh pribadi saya sendiri, yakni kebutuhan saya dalam hal tempat menyimpan dana yang aman dan dapat dipercaya. Melihat kemudahan dalam hal bertraksaksi maka

saya memilih menandatangani di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah saja”.⁹¹

Pernyataan yang sama diutarakan oleh **“Ibu Maria Ulfa”**

menyatakan bahwa:

“Ketertarikan dengan produk deposito mudharabah di BMT dipengaruhi oleh faktor pribadi yakni kebutuhan dalam penyimpanan dan keinginan dalam pelayanan dapat memudahkan saya. Adanya pihak BMT yang berkeliling mendatangi setiap nasabah BMT dipasar. Dirasa pas dalam kebutuhan saya yang tidak memiliki waktu senggang”.⁹²

Ada pula hal yang dialami oleh **“Bapak Yuli Arisandi**

Hermadiano” menyatakan bahwa perilaku dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dipengaruhi oleh adanya faktor pribadi dan faktor sosial menyatakan bahwa :

“Dorongan diri yakni faktor pribadi, kebutuhan saya dalam hal tempat menyimpan dana yang aman dalam jangka waktu tertentu. Serta adanya pengaruh faktor sosial yakni saya melihat lingkungan tempat saya berdagang dipasar banyak yang mempercayakan dananya di BMT sehingga saya yakin dana yang saya miliki untuk dapat dikelola dengan baik. Melihat adanya jangka waktu maka saya memilih deposito mudharabah saja”.⁹³

Hal yang sama juga dikemukakan oleh **“Ibu Lutfiah”**

menyatakan bahwa:

“Faktor ketertarikan dengan produk deposito mudharabah karena dorongan pribadi ingin ikut serta menjadi nasabah yang menandatangani di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah, adanya pengaruh teman yang juga menyarankan ikut menandatangani di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah sehingga saya tertarik untuk menandatangani dana yang saya miliki”.⁹⁴

⁹¹ Fifin Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁹² Maria Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁹³ Yuli Arisandi Hermadiano, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁹⁴ Lutfiah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

Pernyataan diatas diutarakan pula oleh **“Bapak Abdul**

Munib” yang menyatakan bahwa:

“Ketertarikan dengan produk deposito mudharabah dikarena adanya dorongan faktor kebutuhan pribadi dalam hal tempat alokasi penyimpanan dana yang tepat dan aman dan pengaruh sosial yakni adanya saudara yang juga ikut serta menjadi nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah, maka saya juga berkeinginan menjadi nasabah di BMT”.⁹⁵

Selain itu adanya faktor pribadi dan faktor budaya juga mempengaruhi keputusan dalam memilih deposito mudharabah **”Bapak Amir Mahmud”** di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yakni:

“Adanya kebutuhan pribadi saya dalam hal tempat menyimpan dana yang aman dalam jangka waktu tertentu maka dari itu saya memilih deposito mudharabah. Serta adanya keinginan dalam hal keberkahan karena prinsip dari BMT yakni mengelola dana nasabah sesuai dengan tuntunan syariat islam yang insyaallah halal dan jauh dari riba, yang telah diharamkan oleh Allah”.⁹⁶

- b) Dari beberapa nasabah yang diwawancarai ditemukan data, bahwa untuk faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dipengaruhi oleh unsur eksternal diantaranya Faktor *Personal Selling* (interaksi langsung) dan Faktor (periklanan *Advertising*

Hal tersebut seperti dikemukakan oleh **“Tbu Fifin**

Miftahurrohmah” menyatakan bahwa:

“Saya mengetahui produk deposito mudharabah dari adanya faktor *personal selling* informasi langsung dari pihak BMT

⁹⁵ Abdul Munib, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁹⁶ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018.

yang mensosialisasikan adanya produk deposito mudharabah. Ada juga promosi produk Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah yang ditawarkan pihak BMT yakni di area pasar tempat saya berdagang, tempat perkumpulan pengajian muslimatan ibu-ibu juga. Serta adanya brosur yang diberikan kepada saya sehingga saya mengetahuinya. Selain itu ada juga spanduk yang dipasang didepan lembaga keuangan BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah sehingga saya bisa melihat ketika saya melewati.⁹⁷

Ada pula hal yang dialami oleh **“Ibu Maria Ulfa”** menyatakan bahwa:

“Saya memperoleh informasi langsung produk deposito mudharabah dari pihak pegawai BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah tentang adanya promosi menarik yakni produk Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah dengan adanya hadiah yang menarik yang ditampilkan di brosur yang diberikan kepada saya, oleh pihak pegawai BMT ketika saya berdagang dipasar”.⁹⁸

Selain itu hal yang sama juga di dikemukakan oleh **“Ibu Lutfiah”** menyatakan bahwa:

“Informasi tentang adanya produk deposito mudharabah, saya ketahui dari brosur yang dibagikan pihak BMT kepada para pedagang dipasar, termasuk saya. Dengan brosur yang menawarkan adanya produk deposito mudharabah yang disertai dengan adanya promosi Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah, yang menyertakan berbagai macam hadiah-hadiah yang menarik”.⁹⁹

Pernyataan yang sama diutarakan oleh **“Bapak Amir Mahmud”** yang menyatakan bahwa:

“Informasi tentang adanya produk deposito mudharabah, saya peroleh dari pihak BMT langsung, serta adanya brosur yang diberikan kepada saya. Tentang adanya promosi Gebyar Hadiah

⁹⁷ Fifin Miftahurrohmah, *wawancara*, 13 Juli 2018.

⁹⁸ Maria Ulfa, *wawancara*, 13 Juli 2018

⁹⁹ Lutfia, *wawancara*, 13 Juli 2018

Deposito Mudharabah dengan berbagai macam bentuk hadiah yang menarik”.¹⁰⁰

Ada pula yang diungkapkan oleh **”Bapak Abdul Munib”** yang menyatakan bahwa:

“Adanya informasi produk deposito mudharabah, yang ketahui dari pihak BMT ketika menawarkan kepada saya. Serta adanya promosi Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah membuat saya tertarik yakni dengan adanya sistem bagi hasil serta hadiah yang beragam”.

Serta pernyataan dari **”Bapak Yuli Arisandi Hermandiano”** yang menyatakan bahwa:

“Saya memperoleh informasi tentang adanya produk deposito mudharabah dari para pedagang dipasar yang banyak berminat dengan adanya promosi produk Gebyar Hadiah Deposito Mudharabah yang ditawarkan oleh pihak BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah”.¹⁰¹

Dengan demikian dapat diketahui bahwasanya dalam perilaku nasabah terdapat dua unsur yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yaitu unsur internal dan unsur eksternal.

Unsur internal yakni dipengaruhi oleh faktor pribadi yakni keinginan untuk mendepositokan dana di lembaga keuangan BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. faktor sosial yaitu peran lingkungan sekitar yang mendorong dalam memutuskan memilih produk deposito mudharabah serta adanya pengaruh faktor budaya yakni keinginan menyimpan dana di BMT dengan harapan memperoleh berkah dari

¹⁰⁰ Amir Mahmud, *wawancara*, 13 Juli 2018

¹⁰¹ Yuli Arisandi Hermandiano, *wawancara*, 13 Juli 2018

Allah karena dana yang diamanahkan nasabah kepada BMT akan dikelola sesuai dengan syariat islam. Unsur eksternal yakni pengaruh kontak langsung faktor *personal selling* sosialisasi baik secara langsung maupun dari masyarakat terhadap produk deposito mudharabah yang dilakukan oleh pihak BMT serta adanya faktor *advertising* berupa promosi melalui brosur dan spanduk.

C. Pembahasan Temuan

Dari data-data yang diperoleh dilapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumen, kemudian disajikan dalam bentuk penyajian data. Dari data-data tersebut selanjutnya dianalisis kembali sesuai dengan fokus penelitian yang ada dalam penelitian. Adapun data-data yang akan diperoleh dilapangan meliputi:

1. Perilaku Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Perilaku nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawa yakni adanya hubungan interaksi yang sangat erat antar pihak BMT UGT Sidogiri capem Jenggawah dengan pihak nasabah. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk strategi menarik minat nasabah terhadap produk-produk yang ada di BMT.

Perilaku nasabah yakni seperti yang didefinisikan oleh Alex S. Nitisetmito, perilaku nasabah adalah ilmu yang mencoba mempelajari tingkah laku nasabah sebagai konsumen bank dalam arti tindakannya untuk membeli suatu barang atau jasa perbankan. Perilaku nasabah yang

berbeda-beda membuat pihak lembaga keuangan harus memahami dan melakukan strategi untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang berbeda-beda. Perilaku nasabah adalah tindakan-tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Selain itu adanya kebutuhan nasabah dapat dilihat dari beberapa tahapan proses pengambilan keputusan, antara lain: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian.

Pengenalan masalah yang mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yakni yang dipengaruhi oleh adanya kebutuhan yakni kebutuhan terhadap tempat penyimpanan dana, adanya keinginan untuk berinvestasi, adanya kebutuhan dalam prospek pendidikan anak, adanya keinginan untuk memperoleh keuntungan.

Hal tersebut telah tercantum dalam firman Allah bahwasannya kita tidaklah diperbolehkan dalam menumpuk-numpuk harta.

يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ
 وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنَزْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ

Artinya : “Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, Maka rasakanlah

sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu”. (QS. At-Taubah: 35).¹⁰²

Ayat tersebut menjelaskan bahwa mengumpulkan harta dan menyimpan tanpa dinafkahkan sebagaimana pada jalan Allah (dibayarkan zakat) bagi orang mukmin akan dimasukkan kedalam neraka pada hari akhir at dan didalam neraka pada hari akhirat dan didalam neraka itu semua harta itu akan dipanaskan dalam neraka jahanam, lalu dengan itu disetrikakan, pada dahi pemiliknya begitu pula lambung dan punggung mereka (seraya dikatakan) kepada mereka, “inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah (akibat dari) apa yang kamu simpan itu.

Maka dari itu manusia telah salah jika menimbun harta dengan tujuan agar lebih banyak, karena hal itu justru akan menyengsarakannya dan dipertanggungjawabkan kelak diakhirat.

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ
 تُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri kedalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang baik”. (QS. Al- Baqarah:195).¹⁰³

Maka dari itu sebagai orang mukmin kita dianjurkan memanfaatkan harta dengan tujuan produktif (investasi) dan menggunakan untuk jihad yakni saling tolong menolong dalam

¹⁰² Al-Qur'an, 09: 35, Departemen Agama.

¹⁰³ Al-Qur'an, 02:195, Departemen Agama.

membantu sesama muslim yang kesulitan. Hal itu telah diterapkan oleh nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yang memilih produk deposito mudharabah.

Pencarian informasi yakni pengenalan seseorang agar menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk yang dipengaruhi oleh adanya informasi adanya beberapa lembaga keuangan BRI, Bank Mandiri dan BMT Jenggawah, yang menyediakan jasa penyimpanan dana.

Evaluasi alternative perilaku konsumen dalam membentuk preferensi produk yang menunjukkan perbandingan antar lembaga BRI, Bank Mandii dan BMT Jenggawah dalam kumpulan pilihan. Nasabah membentuk maksud untuk memilih produk sesuai kebutuhan yakni dalam hal penyimpanan dana dalam jangka waktu tertentu.

Keputusan pembelian karena adanya evaluasi yang membuat nasabah lebih mudah dalam mengambil keputusan, tetapi juga meningkatkan bahwa ia akan mengambil pilihan berbeda jika ia berpikir lebih rinci yaitu berupa keputusan memilih produk deposito mudharabah yang dirasa telah sesuai dengan kebutuhan mereka, dengan berbagai pertimbangan yang ada terhadap pemilihan produk deposito mudharabh di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.

Jika konsumen membentuk evaluasi merek, dua faktor umum dapat mengintervensi antara maksud kebutuhan nasabah dan keputusan dalam memilih produk deposito mudharabh. Batas dimana sikap

seseorang mengurangi preferensi kita untuk sebuah alternatif tergantung pada intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang kita sukai dan motivasi kita untuk mematuhi kehendak orang lain.

Perilaku pascapembelian dengan adanya komunikasi antara pihak BMT dan nasabah, sehingga dapat memahami perilaku nasabah untuk lebih meyakinkan dan mengevaluasi dalam memperkuat pilihan konsumen dan membantunya untuk bisa merasa nyaman dan kepuasan terhadap produk atau merek yang dipilih.

Jika nasabah merasa puas, ia akan loyal menjadi deposan di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dan pelanggan yang puas cenderung mengatakah hal-hal yang baik tentang merek kepada orang lain.

2. Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Dari survei nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah diketahui bahwa faktor yang mendorong mereka tertarik dikarenakan adanya unsur internal dan unsur eksternal. Unsur internal diantaranya adalah faktor pribadi (usia, tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri) yakni kebutuhan nasabah terhadap tempat penyimpanan dana.

Faktor kepribadian adalah keinginan dari nasabah terhadap adanya kebutuhan tempat penyimpanan dana yang aman, adanya keinginan berinvestasi serta keinginan memperoleh keuntungan.

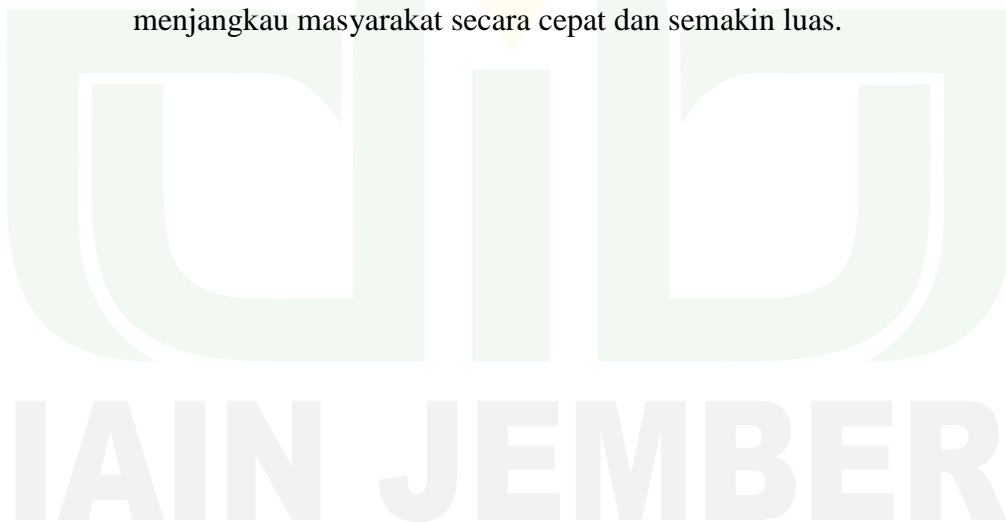
Faktor sosial yakni adanya pengaruh lingkungan nasabah seperti lingkungan tempat berdagang (pasar) dan tempat-tempat pengajian. sehingga mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan memilih produk deposito mudharab di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.

Faktor budaya yakni keinginan untuk dapat menandatangani dana di tempat yang halal yakni di BMT yang prinsip pengelolaan dananya sesuai dengan syariat islam.

Unsur eksternal diantara adalah *Personal selling* dan *advertising*. Faktor *Personal Selling* yakni promosi yang melibatkan interaksi dan tanggapan secara langsung baik antara seorang nasabah ataupun beberapa nasabah, sehingga dapat memberikan kesan baik dan mempererat hubungan antar BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Jenggawah dengan nasabah atau deponan dalam jangka waktu panjang. Dengan adanya tanggapan dan interaksi secara langsung dari pihak BMT baik disaat kondisi ditempat kerja yakni pasar ataupun dikantor BMT yang membuat mereka sebagai nasabah lebih *intens* atau mudah dalam memahami dan menanyakan apa yang mereka belum pahami terhadap produk deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Jenggawah. Beberapa kategori personal selling diantaranya yaitu: *Door to door selling, Mail Order, Telephone Selling, Direct Selling.*

Faktor *Advertising* (periklanan) merupakan hal yang memiliki peran penting dalam suatu straregi pemasaran yakni dengan adanya

brosur dan spanduk yang dirancang secara menarik membuat mereka antusias dan tertarik terhadap produk akad deposito mudharabah yang di tawarkan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah. Selain itu dari iklan yang menarik dari BMT maka memunculkan ketertarikan mereka yakni dengan membanding-bandingkan manfaat, hasil atau keuntungan yang mereka peroleh antara deposito di BMT UGT Sidogiri Capem dengan lembaga keuangan lain. Format berupa spanduk promosi yang memberikan pesan yang positif yang membuat ketertarikan produk yang ditawarkan dengan citra BMT UGT Cabang Pembantu Jenggawah. Adanya iklan spanduk, brosur baik dan menarik serta tepat selain itu peran peran pihak BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah yang memberikan informasi secara langsung dan jelas sehingga dapat menjangkau masyarakat secara cepat dan semakin luas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capam Jenggawah, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku nasabah dalam memilih produk deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capam Jenggawah.

Perilaku nasabah dan proses keputusan dalam memilih deposito mudharabah dipengaruhi oleh beberapa tahap antara lain:

- a. Pengenalan masalah yaitu: adanya kebutuhan terhadap tempat penyimpanan dana, adanya keinginan berinvestasi, adanya prospek pendidikan anak, adanya keinginan memperoleh keuntungan.
- b. Pencarian informasi yakni berupa mencari informasi tentang beberapa pilihan lembaga keuangan di Jenggawah seperti BRI, Bank Mandiri dan BMT yang memberikan jasa penyimpanan dana.
- c. Evaluasi alternatif yakni adanya pilihan dan perbandingan lembaga keuangan BRI, Bank Mandiri dan BMT yang menerapkan fasilitas penyimpanan dalam jangka waktu tertentu.
- d. Keputusan pembelian yakni pilihan nasabah terhadap produk deposito mudharabah di BMT.

- e. Perilaku pascapembelian yakni adanya kepuasan yang dirasakan karena pelayanan yang memuaskan yakni memudahkan nasabah sehingga nasabah merasa loyal.
2. Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

Faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dipengaruhi oleh unsur internal dan unsur eksternal. Unsur internal antara lain faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya. Selain itu adanya unsur eksternal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk deposito mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah antara lain: adanya faktor *personal selling* (interaksi langsung) dan faktor *advertising* yakni berupa brosur dan spanduk yang menarik, yakni menampilkan promosi deposito mudharabah dengan adanya Gerbayar Hadiah Deposito Mudharabah.

B. Saran

1. Diharapkan kepada BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah untuk lebih mensosialisasikan tentang produk Deposito Mudharabah kepada nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah secara meluas., yakni dengan menggunakan promosi Via media sosial saat ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam tentang perilaku nasabah dalam memilih produk deposito mudharabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Siti, Sobairi, Ahmad dan Hakiem Hilman. Analisis Produk Deposito Mudharabah dan Penerapannya pada PT BPRS Amanah Ummah” “*Jurnal Almuzaraah*”.
- Antonio, Syafi’i, Muhammad. 2001. Bank Syari’ah dari teori ke Praktek. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arbi, Arbi. 2013. *Perbankan Keuangan Pembiayaan Lembaga*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Teoritik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gitosudarman, Indriyo. 1994 Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- I.O.J, John dan Prasetijo, Ristiyanti. 2004. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Janwari dan Djazuli, A. 2002. *Lembaga- Lembaga Perekonomian Umat sebuah Pengenalan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin, “Pembahasan Temuan “, Edisi ke 13
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonom*. Jogjakarta: Erlangga.
- Mei Lupitasari, Mei. “Analisis Penerapan Simpanan Berjangka Deposito Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung dan BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Kanigoro Blitar”. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2016).
- Miles dan Hubberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, J.Lexi,. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Noor, Juliansyah. 2011 Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurulhidayat Siti “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri”. (Skripsi, Universitas lampung, 2014).

Puspita, Galih. "Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Produk Tabungan Sijangka Di BMT Al-Ishlah Salatiga". (Skripsi Institut agama Islam Negri (IAIN) 2016).

Ridwan, Muhammad. 2004. "Manajemen Baitul Mall Wa Tamwil, Yogyakarta: UII Press.

Rofi dan Anwar. "Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Di Bank Syari'ah (Studi kasus di PT BPRS Bumi Rinjani Batu)". (Skripsi Universitas Negri Malang, 2010).

Rofiani, Rofi Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syari'ah Mandiri TBK. Universitas Pamulang Ciputat Banten, (Diakses Pada 12 April 2018)..

STAIN JEMBER. 2016 *Pedoman Penulisan Karya ILMIAH*. Jember: IAIN Jember Press

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Ed. Rev. Cet. 28. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, Murni. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta:Liberty)

Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press.

Yani Nidari Diayu Sucita. "Analisis Minat Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Internet Banking menggunakan Model Integrasi Theory Of Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior Di Surabaya" (Skripsi S1 Universitas Airlangga, 2015).

http://id.wikipedai.org/wiki/Perilaku_manusia.htm (Diakses Pada tanggal 18 Mei 2018)

IAIN JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diva Rizalianty

NIM : 083143159

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/ Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **“Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah Di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah”** adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 23 Oktober 2018
Saya yang menyatakan



Divia Rizalianty
NIM: 083143159

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Pokok Masalah
1. Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah	1. Perilaku nasabah (X ₁) 2. Deposito Mudharabah (X ₂)	1. Perilaku Nasabah dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh beberapa tahapan antara lain:. a. Pencarian Masalah. b. Pencarian Informasi. c. Evaluasi Alternatif. d. Keputusan Pembelian. e. Perilaku Pascapembelian. 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah. a. Faktor Internal diantaranya: 1) Pribadi 2) Sosial 3) Budaya b. Faktor Eksternal berupa (Service Excellence) diantaranya: 1) <i>Personal selling</i> dan 2) <i>Advertising</i>	<u>Data Sekunder:</u> 1. Buku 2. Internet 3. Dokumentas <u>Data Primer:</u> 1. Hasil Wawancara dengan pihak BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah 2. Hasil wawancara dengan Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah	1. Jenis Penelitian: <i>Field research</i> . 2. Pendekatan Penelitian: - Kualitatif 3. Teknik Analisis: - Deskriptif - Kualitatif - <i>Purposive Sampling</i> 4. Keabsahan Data: - Trigulasi Data	1. Bagaimana perilaku Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah? 2. Faktor-faktor apa yang mendorong perilaku Nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah?



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/ /2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan BMT-UGT Sidogiri Cabang Jenggawah
di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Diva Rizalianty
NIM : 083143159
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpn : 081249058106
Dosen Pembimbing : **Ahmadiono. M.E.I**
NIP : 197604012003121005
Judul Penelitian : Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito
Mudharabah di BMT-UGT Sidogiri Cabang Jenggawah.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jember, 05 Juni 2018

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 19730830 199903 1 002



KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT UGT SIDOGIRI INDONESIA
Usaha Gabungan Terpadu

Badan Hukum : DD/BRU/WE.13/VI/2000 (22 Juli 2000)
Dibah dengan
Badan Hukum : 136/P/DM.A/KUM-23/2015 (17 Februari 2015)



SURAT KETERANGAN PENELITIAN
No. /.../232/B. 5-2/Kop. UGT/XI/2018

BMT Sidogiri Capem Jenggawah yang bertempat di Jl. Kawi, Krajan, Kec. Jenggawah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Diva Rizalianty
Nim : 083143159
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Jember

Telah melaksanakan penelitian di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dengan Tema "**Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jenggawah, 23 September 2018
BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

(Kepala Capem)


Zainuri

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah

No	Hari/ Tanggal	Jenis Penelitian	TTD
1.	05 Juni 2018	Menyerahkan Surat Izin Penelitian di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah	
2.	23 Juli 2018	Menembusi Surat Izin Penelitian (Surat Penelitian di ACC)	
3.	29 Juli 2018	Meminta Dokumen Penelitian	
4.	05 Agustus 2018	Melakukan Wawancara dengan Kepala Capem (Bapak Zainuri)	
5.	21 Agustus 2018	Melakukan Observasi dengan beberapa Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah	
6.	21 Agustus 2018	Melakukan Wawancara dengan staff Deposito (Bapak Jufri)	
7.	19 September 2018	Meminta Data Kelengkapan Penelitian	
8.	23 September 2018	Meminta Surat Selesai Penelitian	

Jember, 23 September 2018

Mengetahui

Kepala Cabang BMT UGT Sidogiri
Capem Jenggawah




Zainuri

PANDUAN WAWANCARA

Pertanyaan Kepada Pihak Nasabah

1. Mengapa memilih produk Deposito Mudharabah?
2. Apa tujuan memilih produk Deposito Mudharabah
3. Berapa lama jangka waktu deposito yang pilih?
4. Apa saja kelebihan dan kekurangan produk di BMT dibandingkan dengan lembaga keuangan yang lain?
5. Informasi tentang Deposito Mudharabh diperoleh dari mana?
6. Apa yang menjadi ketertarikan memilih produk Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah?
7. Apa saja pelayanan yang telah diberikan oleh pihak BMT?

Pertanyaan Kepada Pihak BMT

1. Berapa jumlah data Nasabah yang menjadi Deposan di BMTUGT Sidogiri Capem Jenggawah?
2. Bagaimana Struktur Organisasi di BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah?
3. Sejarah berdirinya BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah?
4. Perilaku Nasabah BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah?
5. Data jumlah Nasabah BMT-UGT Sidogiri Capem Jenggawah?

IAIN JEMBER

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Zainuri Selaku Kepala BMT UGT Sidogiri
Capem Jenggawah



Wawancara Dengan Nasaabah Ibu Musrifah Ulfa yang Berprofesi Sebagai
Pedagang Kacang Tanah di Pasar Jenggawah



Wawancara Dengan Nasaabah Ibu Lutfiah yang Berprofesi Sebagai Pedagang Ikan asin dan Ketua Arisan di Pasar Jenggawah



Wawancara Dengan Nasabah Ibu Fifin Miftahurrohmah yang Berprofesi Sebagai Pedagang Kacang Tanah di Pasar Jenggawah



Wawancara Dengan Nasaabah Bapak Yuli Arisandi Hermandiano yang Berprofesi Sebagai Pedagang Sosis di Pasar Jenggawah



Wawancara Dengan Nasaabah Bapak Abdul Munib yang Berprofesi Sebagai Pedagang Sembako di Pasar Jenggawah



Wawancara Dengan Nasaabah Bapak Amir Mahmud yang Berprofesi
Sebagai Pedagang Kacang dan Ubi di Pasar Jenggawah



BIODATA PENULIS

Nama : Diva Rizalianty
Tempat tanggal lahir : Jember, 07 Juli 1996
NIM : 083143159
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Dusun Curahrejo, Desa Cangkring, Kec. Jenggawah-
Jember, RT 002/ RW 024



Riwayat Pendidikan

TK Al-Hidayah Tempurejo : 2000-2002
MIMA Tempurejo : 2002-2007
SDN Cangkring 4 : 2007-2008
MTS. Baitul Hikmah : 2008-2011
SMK. Baitul Hikmah : 2011-2014
IAIN JEMBER : 2014-2018

IAIN JEMBER