

**MINAT NASABAH DALAM PRODUK TABUNGAN
MUDHARABAH (TABAH) DI BMT UGT NUSANTARA
CAPEM WIDOROPAYUNG BESUKI SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

NABILA SYAHDA KAMILA
NIM:211105010029

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHAMD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2024**

**MINAT NASABAH DALAM PRODUK TABUNGAN
MUDHARABAH (TABAH) DI BMT UGT NUSANTARA
CAPEM WIDOROPAYUNG BESUKI SITUBONDO**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Nabila Syahda Kamila
NIM 211105010024



Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD  SIDDIQ

Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak
NIP. 198803012018012001

**MINAT NASABAH DALAM PRODUK TABUNGAN
MUDHARABAH (TABAH) DI BMT UGT NUSANTARA
CAPEM WIDOROPAYUNG BESUKI SITUBONDO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah
satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Senin
Tanggal: 09 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua



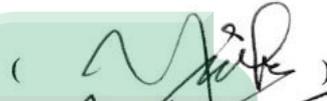
Ana Pratiwi, M.S.A
NIP: 198809232019032003

Sekretaris



Putri Kamilatul Rohmi, S.E.Sy., M.E
NIP: 199209142020122011

Anggota :

1. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. ()

2. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.AK. ()

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP: 196812261996031001

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (Qs. Al-Furqon :67)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Al-Qur'an dan Terjemahan, Q.S Al-Furqon : 67

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat Karunia serta kemudahan atas apa yang telah peneliti kerjakan selama ini. Dari hati yang paling dalam, peneliti menyampaikan terima kasih yang tiada terhingga tentang pengalaman, inspirasi dan motivasi, serta pengetahuannya dengan penuh keikhlasan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang terkasih yaitu:

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Joko Santoso. Beliau memang tidak sempat merasakan hangatnya bangku perkuliahan karena adanya halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana dan penulis persembahkan gelar ini hanya untuknya.
2. Pintu surgaku, Ibunda Siti Fadilah. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, motivasi, kasih sayang dan semangat yang tiada hentinya ketika penulis merasa putus asa dan tidak mampu. Terimakasih atas doa-doanya yang tiada henti mendoakan penulis, Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
3. Kepada keluarga besar tercinta, Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, serta atas semangat dan doa yang diberikan kepada penulis.
4. Kepada sahabat tercinta Khayyike Firdausiyyah, Nurul Holida, Fatikh Mufidiyana, Najmatul Millah, Selsa Lina Damayanti, Febri Soleh

Hamsyah, Divia Bela Wenda, Sofiatil Laili, yang selalu menemani peneliti dalam suka maupaun duka. Terimakasih atas ucapan semangat yang selalu ucapkan kepada penulis.

5. Kepada seorang yang bernama Achmad Ansori, Terimakasih selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, dan selalu memberikan dukungan terhadap penulis hingga saat ini.
6. Almamater Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan Dosen Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah ikhlas meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmu kepada penulis.
7. Terimakasih kepada bapak Abdul Hadi selaku Kepala Capem BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo yang telah mensupport atas terselesaikannya skripsi ini.
8. Terimakasih perempuan sederhana namun terkadang sangat sulit dimengerti isi kepalanya, penulis sebuah tugas akhir skripsi ini yaitu diri saya sendiri Nabila Syahda Kamila, telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini, dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat, nikmat dan karunia- Nya sehingga dengan usaha, doa dan kerja keras Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo”. Serta tidak lupa Shalawat beserta salam selalu Penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah banyak memberikan ajaran kebaikan kepada seluruh umat muslim.

Keberhasilan ini bisa diperoleh Penulis karena Kerjasama serta support banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Nurul Widayawati I.R., S.Sos., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Ana Pratiwi, S.E., A.K., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Dr. Munir Is'adi, SE,M.Akun. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungan terkait akademik.
7. Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan berbagai pelajaran dan bimbingan dalam pengerjaan skripsi ini selama program perkuliahan S1.
8. Segenap Dosen dan Staf di lingkungan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama di bangku perkuliahan.

9. Pihak BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo yang telah memberi izin dan membantu pelaksanaan penelitian serta Nasabah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga dapat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari banyaknya kekurangan dalam skripsi ini sehingga berharap para pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang dapat membangun.

Penulis berharap dengan tulus agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi sumber pembelajaran khususnya bagi penulis serta pribadi, kepada masyarakat sebagai pembaca dan pihak-pihak lain yang mungkin memiliki ketertarikan terhadap topik yang sama dengan yang dibahas dalam skripsi ini.



Peneliti

Nabila Syahda Kamila
NIM: 214105010029

ABSTRAK

Nabila Syahda Kamila, Nur Ika Mauliyah, 2024: Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo

Kata Kunci: Minat Nasabah, Tabungan Mudharabah (TABAH).

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi intermediary yaitu dengan menghimpun dan menyalurkan dananya kepada masyarakat dan unit usaha yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan dengan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Dalam sistem operasionalnya perbankan Syariah berbeda dengan bank konvensional, karena pada perbankan Syariah tidak menerapkan adanya sistem bunga tetapi menerapkan sistem bagi hasil dan risiko (*profit and loss sharing*). Dengan adanya sistem tersebut banyak menarik minat nasabah untuk menabung di bank Syariah karena dirasa lebih menguntungkan. Minat nasabah merupakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benak konsumen.

Adapun fokus penelitian ini adalah Apa Saja Faktor-faktor yang memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ?

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mendiskripsikan Minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan mudharabah (Tabah) di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

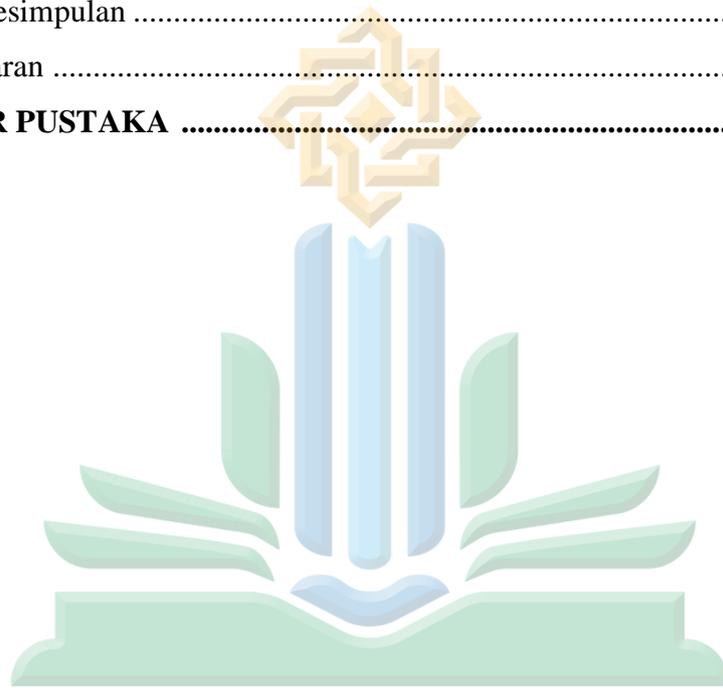
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian field research dengan teknik analisis deskriptif kualitatif dan purposive sampling serta untuk keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan mudharabah (Tabah) itu ada beberapa faktor yaitu terbagi menjadi empat. Faktor kualitas pelayanan dari hasil penelitian bahwa fasilitas sangatlah penting dikarenakan faktor fasilitas sangat berpengaruh bagi penabung karena mayoritas orang yang menabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Faktor lokasi hasil penelitian bahwa sangatlah strategis dikarenakan lokasi ini berdekatan dengan Pasar Widoropayung dimana banyak pedagang kaki lima, toko tani dan toko perancangan. Faktor promosi dari hasil penelitian bahwa sikap penabung dalam mencerna dan menanggapi yang disampaikan oleh karyawan tentang produk tabungan mudharabah (tabah) itu tergantung bagaimana para karyawan dalam mensosialisasikan produknya. Faktor reputasi dari hasil temuan reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank, adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	10
1. Nasabah	10
2. Tabah (Tabungan Mudharabah).....	11
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teori.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian	43
C. Subyek Penelitian	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Analisis Data.....	47
F. Keabsahan Data	50

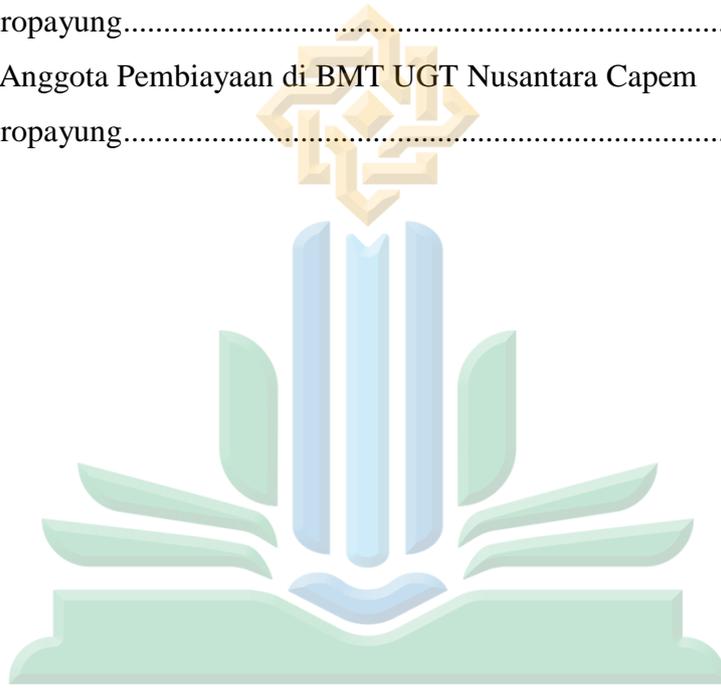
G. Tahap-tahap Penelitian	51
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian Data Dan Analisis.....	63
C. Pembahasan Temuan	75
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
1	BMT di Situbondo Jawa Timur	4
2	Nama Produk dan jumlah Nasabah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung.....	5
3	Data Anggota Simpanan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung.....	6
4	Data Anggota Pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung.....	6



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Lembaga keuangan di Indonesia pada dasarnya ada dua yaitu Lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Lembaga keuangan bank biasanya disebut juga dengan perbankan. Perbankan menurut pasal 1 butir 1 Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan ada dua yaitu perbankan konvensional dan perbankan Syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi intermediary yaitu dengan menghimpun dan menyalurkan dananya kepada masyarakat dan unit usaha yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan dengan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Dalam sistem operasionalnya perbankan Syariah berbeda dengan bank konvensional, karena pada perbankan Syariah tidak menerapkan adanya sistem bunga tetapi menerapkan sistem bagi hasil dan risiko (profit and loss sharing). Dengan

adanya sistem tersebut banyak menarik minat nasabah untuk menabung di bank Syariah karena dirasa lebih menguntungkan.²

Minat nasabah merupakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benak konsumen.³

BMT memiliki pengertian dan dua bahasa yang berbeda. Pengertian dalam bahasa Indonesia, BMT merupakan singkatan dari Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu sebuah lembaga usaha ekonomi rakyat kecil yang di dalamnya beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang memiliki misi dalam membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dalam struktur masyarakat madani yang mengedepankan keadilan dalam kemakmuran orang-orang yang bersangkutan di dalam kegiatan. Adapun pengertian dalam bahasa Arab, BMT merupakan singkatan dari Baitul Maal wat Tamwil yaitu, sebuah lembaga ekonomi yang perjalanannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan prinsip koperasi. BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas ekonomi demi kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sehingga sistem perekonomian yang dianut pun menggunakan sistem syariah yang menjalankan bisnis berlandaskan pada prinsip bagi hasil dan jual beli yang biasa disebut dengan Musyarakah, Mudharabah, Bai'u Bitsaman Ajil, al-Qardhul Hasan dan lain-lain. Tanpa mengadakan sistem bunga atau riba

² Hasanah, *Model Pelayanan*, 504-505.

³ Puspitadewi, *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan*, 2036.

sedikitpun. Prinsip bagi hasil pada dasarnya adalah penentuan proporsi berbagi untung pada saat akad.

BMT diharapkan menjadi sebuah lembaga pendukung kegiatan ekonomi bagi masyarakat kelas bawah, dengan sistem perekonomian BMT yang berbasis syariah, tentu BMT jauh berbeda dengan lembaga-lembaga konvensional yang lebih mengutamakan sistem bunga, yang jelas-jelas hukumnya haram dalam ekonomi Islam karena hal tersebut dapat mengandung riba yaitu untung yang muncul tanpa adanya resiko dalam bertindak, hasil usaha muncul tanpa adanya biaya dan hanya dengan berjalannya waktu. Sistem bunga juga sangat merugikan bagi masyarakat, karena pembayaran bunga yang dilakukan tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.⁴

BMT ini yang nantinya juga dapat membantu dalam meningkatkan usaha perekonomian di masyarakat untuk kalangan menengah kebawah, bantuan tersebut juga dapat dalam bentuk tambahan modal atau pembiayaan untuk dapat meningkatkan sebuah usaha. Salah satunya di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung merupakan lembaga keuangan syariah yang muncul pada tahun 1890 yang berada di daerah Jawa Timur tepatnya di Kabupaten Situbondo.

⁴ Sudjana, Rizkison, “*Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*” 186-187.

Tabel. 1.1 BMT di Situbondo Jawa Timur

Nama Kantor	Status	Kabupaten	Alamat
Panji	Cabang	Kabupaten Situbondo	Jl. Raya Banyuwangi Mimbaan RT02 RW03 Kec. Panji Kab. Situbondo
Asembagus	Capem	Kabupaten Situbondo	Jl. Seruni Trigonco RT/RW. 001/004 Kec. Asembagus Kab. Situbondo
Panarukan	Capem	Kabupaten Situbondo	Jl. PB. Sudirman No. 252 Kec. Panarukan Kab. Situbondo
Arjasa Situbondo	Capem	Kabupaten Situbondo	Pasar Arjasa Jl. Raya Banyuwangi Dsn. Wirakrama RT/RW. 02/02 Kec. Arjasa Kab. Situbondo
Banyuputih	Capem	Kabupaten Situbondo	Jl. Pelabuhan Mimbo Ds. Sumberanyar Kec. Banyuputih Kab. Situbondo
Jangkar	Capem	Kabupaten Situbondo	Jl. Pelabuhan Jangkar RT/RW. 01/01 Dsn. Pasar Nangka Kec. Jangkar Kab. Situbondo
Widoro Payung	Capem	Kabupaten Situbondo	Ds. Widoropayung Kec. Besuki Kab. Situbondo
Jati Banteng	Capem	Kabupaten Situbondo	Situbondo ⁵

Sumber: <https://bmtugtnusantara.co.id/kantor>

Berdasarkan Tabel 1 diketahui ada 8 BMT yang ada di Kabupaten Situbondo yang berstatus Capem. Dan peneliti memilih di desa Widoropayung Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo yaitu BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Alasan peneliti memilih tempat ini karena berdasarkan data yang di peroleh peneliti menunjukkan bahwa produk Tabungan Mudhrabah (Tabah) yang paling banyak diminati oleh Ibu rumah tangga di Widoropayung di bandingkan dari produk lainnya.

⁵ <https://bmtugtnusantara.co.id/kantor>

BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo mempunyai beberapa Produk Simpanan diantaranya :

Tabel. 1.2
Nama Produk dan jumlah Nasabah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

NO	Nama produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan Umum syariah	25 Orang
2	Tabungan Idul Fitri	38 Orang
3	Tabungan Qurban	20 Orang
4	Tabungan Peduli Siswa	14 Orang
5	Tabungan Umrah (AL HASANAH)	11 Orang
6	Tabungan Mudharabah (TABAH)	1.367 Orang ⁶

Sumber: Mobile UGT

Dari beberapa produk diatas yang di peroleh dari Aplikasi Mobile UGT Tabungan Mudharabah (Tabah) yang paling diminati masyarakat Widoropayung. Berdasarkan observasi awal, di dapatkan keterangan bahwasanya nisbah yang di terapkan adalah 40% untuk anggota, 60% untuk BMT dan penarikannya bisa dilakukan kapan saja. Produk yang sangat diminati ini tentu menarik untuk diteliti lebih dalam, bagaimana masyarakat dapat minat dalam menabung di BMT. Mereka menggunakan Tabah (Tabungan Mudharabah) yang akadnya sangat mempermudah anggota karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Produk Tabah juga dikatakan sebagai salah satu produk unggulan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo karena banyaknya minat masyarakat ataupun respon yang baik dan kemudahan yang sudah diberikan. Dan ada juga hal yang menjadi daya Tarik minat para penabung untuk menabung yaitu adanya sistem yang dilakukan untuk memberikan pelayanan kepuasan dan

⁶ Mobile UGT

meningkatkan minat menabung melalui sistem jemput bola (*door to door*), sistem jemput bola merupakan andalan utama dalam melayani penabung dan juga mempermudah bagian penabung.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.”

Tabel 1.3
Data Anggota Simpanan di BMT UGT Nusantara
Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

Tahun	Jumlah Anggota
2020	250 anggota
2021	365 anggota
2022	455 anggota
2023	500 anggota
2024	650 anggota ⁷

Sumber: wawancara kepala cabang BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung

Tabel. 1.4
Data Anggota Pembiayaan di BMT UGT Nusantara
Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

Tahun	Jumlah Anggota
2020	80 anggota
2021	95 anggota
2022	125 anggota
2023	150 anggota
2024	175 anggota

Sumber: wawancara kepala cabang BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung.⁸

⁷ Wawancara kepada pihak Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung

⁸ Wawancara kepada pihak Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung

Berdasarkan Tabel 3 dan 4 yang diperoleh dari wawancara kepala capem BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo menunjukkan bahwa data dari tahun ke tahun data simpanan dan pembiayaan meningkat.

Akad Mudharabah adalah jenis akad yang ditawarkan oleh bank syariah baik dalam penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Berdasarkan pengertian dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), akad mudharabah diterapkan pada salah satu produk bank syariah untuk pembiayaan. Mengenai kerja sama akad mudharabah bertujuan untuk penyediaan seluruh modal dalam memberikan keuntungan usaha yang nantinya akan dibagi di antara pemilik modal dan pengelola modal berdasarkan nisbah atau bagi hasil yang disepakati dalam akad.⁹ Tabungan Mudharabah (Tabah) adalah produk penghimpunan dana bank syariah yang menggunakan akad mudharabah.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 2/DSN-MUI/IV/2000 pada 1 April 2000 tentang tabungan, menyebutkan segala jenis usaha yang bisa dibiayai bank syariah harus yang sejalan dengan prinsip syariah. Tabungan yang bisa mempermudah kita dalam Memenuhi kebutuhan sehari-hari karena Setoran dan Penarikan dapat Dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan Bagi Hasil 40%. Menggunakan Akad Mudharabah Muthlaqah. Setoran Awal Rp. 10.000 dan Selanjutnya Minimal Rp. 2.500.¹⁰

Pentingnya penelitian ini terletak pada pemahaman yang mendalam terhadap minat masyarakat widoropayung khususnya ibu rumah tangga yang

⁹ Rosinawati, *Analisis Prosedur Dan Persyaratan Pembiayaan Mudharabah*, 58.

¹⁰ Lestari, *Analisis Pengaruh Tabungan Mudharabah*, 4.

lebih dominan dalam menabung menggunakan produk tabungan mudharabah karena terdapat penarikan dan setoran yang dilakukan kapan saja, disisilain juga memberikan pelayanan kepuasan, dan meningkatkan minat menabung melalui sistem jemput bola (*door to door*) untuk mempermudah bagian penabung. Adapun hal tersebut yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam berinvestasi dan menabung.

B. Fokus penelitian

Berangkat dari latar belakang diatas maka dapat peneliti kemukakan permasalahan sebagai berikut :

Apa Saja Faktor-faktor yang memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan dan membuktikan hasil sebagai berikut.

Untuk mendiskripsikan Minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan mudharabah (Tabah) di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan kegiatan penelitian ini, diharapkan baik bagi peneliti, lembaga terkait maupun masyarakat pada umumnya dapat mengambil manfaat.

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, dan penelitian ini dapat menganalisis minat penabung terhadap tabungan mudharabah (Tabah), dan juga menjadi referensi penelitian selanjutnya, terutama untuk Minat Nasabah terhadap tabungan mudharabah (Tabah).

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak di antaranya:

a. Bagi Peneliti

Sebagai pengalaman awal yang dapat memberikan nuansa tersendiri dan dapat menambah pengetahuan serta wawasan dan sumber informasi pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai minat nasabah dalam memilih menggunakan produk tabungan mudharabah (Tabah).

b. Bagi Nasabah

Dapat dijadikan pedoman dan saran informasi tentang Minat menabung Terhadap Tabungan Mudharabah (Tabah) Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Mal Wat Tamwil UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo dan hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan keputusan minat

masyarakat widoropayung khususnya ibu rumah tangga dalam memilih produk tabungan mudharabah (tabah).

c. Bagi Lembaga Yang terkait

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dan informasi bagi industri perbankan khususnya industri perbankan syariah dalam minat nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah. Industri perbankan syariah membutuhkan informasi minat nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah kepuasan nasabah untuk meningkatkan tingkat bagi hasil (nisbah), lokasi dan promosi agar tetap mampu bersaing dengan industri perbankan konvensional.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian atau istilah – istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti. Adapun hal – hal yang didefinisikan antara lain:

1. Nasabah

Nasabah adalah pihak (individu atau lembaga) yang menggunakan jasa-jasa perbankan (dalam hal keuangan). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian, yaitu:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Dalam praktek perbankan dikenal juga ada tiga macam nasabah, yaitu:

- 1) Nasabah deposan yaitu nasabah yang menyimpan dananya pada suatu bank
- 2) Nasabah yang memanfaatkan fasilitas kredit bank
- 3) Nasabah yang melakukan transaksi dengan pihak lain melalui bank.¹¹

2. Tabungan Mudharabah (Tabah)

Tabah atau bisa disebut juga dengan Tabungan mudharabah merupakan salah satu produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Sama halnya dengan giro mudharabah, dalam tabungan mudharabah, bank syariah juga bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sedangkan nasabahnya bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana). Bank syariah memiliki kebebasan dalam mengelola dana, dengan kata lain nasabah tidak ada memberikan batasan- batasan kepada bank syariah dalam mengelola dananya. Sesuai

¹¹ Ichsan, Ramli, 101.

dengan akad yang digunakannya yaitu mudharabah, maka dana tabungan mudharabah sifatnya berjangka. Dalam produk tabungan dengan prinsip mudharabah ini, bank syariah menerima investasi dari nasabah untuk jangka waktu tertentu. Dana tersebut kemudian diinvestasikan atau digunakan oleh bank ke sektor usaha yang produktif. Keuntungan dari hasil usaha atau investasi ini kemudian dibagikan kepada nasabah dengan prinsip bagi hasil. Bank juga mendapatkan porsinya secara proposional sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.¹²

F. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rangkuman sementara dari isi skripsi yang bertujuan untuk menegetahui secara global dari seluruh pembahasan yang ada. Dan ada bagian sistematika pembahasan ini dimaksud untuk menunjukkan cara perorganisasian atau garis-garis besar dalam penelitian ini sehingga akan lebih mudah dalam meninjau dan menanggapi isinya. Masing-masing bab disusun dan dirumuskan dalam sistematika pembahsan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN, berisi pendahuluan bab ini merupakan dasar dalam penelitian yang terdiri dari uraian latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, merupakan bab yang menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang membahas tentang penelitian

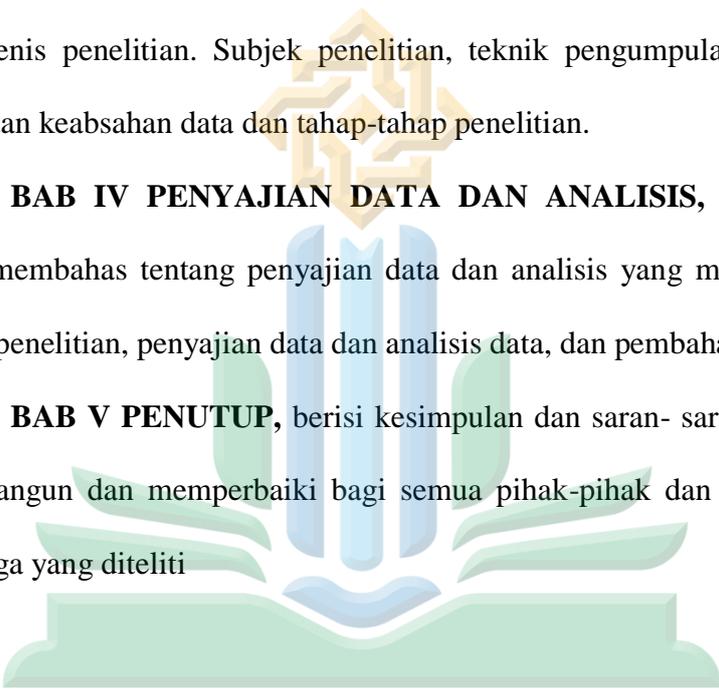
¹² Mansur, Dhani Gunawan, 9-10.

yang telah dilakukan oleh orang lain yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan. Dan kajian teori membahas tentang teori dijadikan landasan dalam melakukan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, merupakan bab yang menjelaskan metode penelitian, yang didalamnya terdapat pendekatan dan jenis-jenis penelitian. Subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, merupakan bab yang membahas tentang penyajian data dan analisis yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis data, dan pembahasan temuan.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran- saran yang bersifat membangun dan memperbaiki bagi semua pihak-pihak dan khususnya bagi lembaga yang diteliti



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada hasil penelitian terdahulu yang saling terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Referensi yang digunakan berasal dari jurnal – jurnal, skripsi, tesis, dan artikel ilmiah laporan penelitian. Menurut referensi yang telah dibahas maka dapat diperoleh kesimpulan atas beberapa konsep yang saling berhubungan dengan tujuan penelitian ini.

1. Skripsi yang ditulis Muhammad Idris (2020) dengan judul Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah, diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan.

Hasil penelitian ini menyatakan Strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh BMT NU Cab. Tanah Merah bisa dihubungkan atau mengarah kepada strategi bauran pemasaran (marketing mix) karena mengkombinasikan kegiatan-kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil yang diinginkan.

Persamaan antara peneliti yang dilakukan oleh Muhammad Idris tahun 2020, Keduanya membahas tentang minat masyarakat atau nasabah terhadap produk BMT. Perbedaan terletak pada strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat sedangkan BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung lebih menekankan pada analisis minat nasabah yang sudah ada. Perbedaan terletak pada pendekatan penelitian, peneliti

Muhammad Idris menggunakan pendekatan perencanaan dan implementasi strategi sementara peneliti ini menggunakan pendekatan analisis terhadap data nasabah yang sudah ada.¹³

2. Jurnal yang ditulis Alif Wahyu Anggraini, Lukmanul Hakim dengan judul Analisis Implementasi Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) Di KSPPS Baitul Maal Wa Tamwil Nuansa Ummah Jawa Timur Cabang Galis Kabupaten Pamekasan, Januari 2021.

Hasil penelitian ini menerapkan produk tabah (tabungan mudharabah) KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Kabupaten Pamekasan menggunakan akad mudharabah mutlaqah, dimana nasabah harus melakukan pembukaan tabungan dengan setoran awal 10.000 dan seterusnya (tidak di batasi), tidak ada pemaksaan dalam setoran jumlah tabungan(ketentuan jumlah minimal), disesuaikan dengan keinginan anggota dalam menabung. Tabungan ini dirasa mudah karena uang dapat disetorkan dan ditarik kapan saja, disamping itu nasabah dapat memperoleh keuntungan sebesar 40% dalam setiap akhir bulan.¹⁴

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Alif Wahyu Aggraini pada tahun 2021 Kedua penelitian ini berfokus pada analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk tabungan, yaitu produk tabungan mudharabah (TABAH), Penelitian kedua

¹³ Muhammad Idris, “ *Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah* “, (skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan, 2020)

¹⁴ Alif Wahyu Anggraini, Lukmanul Hakim, “*Analisis Implementasi Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) Di KSPPS Baitul Maal Wa Tamwil Nuansa Ummah Jawa Timur Cabang Galis Kabupaten Pamekasan,*”, (Skripsi IAIN Madura 2021).

mungkin menggunakan pendekatan kualitatif atau campuran untuk menganalisis minat nasabah. Perbedaan terletak pada pembahasannya, peneliti Alif Wahyu Anggraini (2021) lebih mengarah ke faktor yang mempengaruhi minat nasabah, Sedangkan penelitian ini menjelaskan tentang lebih luas dalam menganalisis minat nasabah.

3. Skripsi Zahrotun Nisak (2021) yang berjudul Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah (Tadhabbur) Di BPRS Lantabur Tebuireng KC Gresik Perspektif Marketing Syariah, yang diajukan kepada IAIN Kediri.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa di BPRS Lantabur Tebuireng KC Gresik menerapkan marketing mix. Melakukan marketing mix menurut Philip Kotler yaitu: produk, dengan memberikan inovasi dalam kemudahan transaksi. *Price*, menetapkan harga yang dapat bersaing dipasaran. *Place*, lokasi yang mendukung dalam memasarkan produk tabungan mudharabah (tadhabbur) dan promotion, melalui periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan. Strategi marketing mix yang diterapkan sudah maksimal karena menekankan pada semua unsur strategi pada 4P. Hal tersebut dapat meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan mudharabah. Dari penerapan marketing mix oleh marketing funding adanya ketidak sesuaian dari salah satu pemasaran perspektif marketing syariah a) Testis : menarik nasabah dengan promosi yang jelas terhadap detail produk b) Etis : pelayanan prima yang dilakukan marketing tidak diberikan kepada semua nasabah c) Realistis : melakukan

pemasaran yang mengikuti perkembangan zaman dan memberikan pelayanan ramah terhadap nasabah d) Humanitis : menetapkan harga dibawah pasaran sehingga nasabah tidak merasa terbebani dan tertarik menggunakan produk tabungan mudharabah (TADHABBUR). Dan minat nasabah terhadap produk tabungan mudharabah xi mengalami ketidak stabilan bahkan menurun di saat marketing yang dilakukan tidak sesuai dengan prinsip marketing syariah.

Persamaan antara peneliti ini yaitu Keduanya berfokus pada produk tabungan yang beroperasi dengan prinsip syariah (Tabah dan Tadhabbur). Perbedaan terletak pada pendekatan analisis, peneliti Zahrotun Nisak tahun 2021 secara eksplisit menggunakan pendekatan analisis strategi marketing mix, sementara peneliti ini hanya menyebutkan "analisis minat nasabah" tanpa merinci metode spesifik.¹⁵

4. Jurnal yang ditulis Kharina Malihatul Hasanah yang berjudul Strategi Promosi Untuk Menarik Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Mumbulsari Kabupaten Jember, agustus 2021.

Hasil Penelitian ini Penerapan Strategi Promosi untuk menarik minat Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Mumbulsari, pihak BMT setiap tiga bulan sekali melakukan Rapat Evaluasi untuk mengatur perkembangan nasabah yang ada di BMT. Di dalam rapat evaluasi tersebut pihak BMT UGT Sidogiri Capem Mumbulsari menemukan beberapa

¹⁵ Zahrotun Nisak, "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah (Tadhabbur) Di BPRS Lantabur Tebuireng KC Gresik Perspektif Marketing Syariah", (skripsi IAIN Kediri, 2021)

bauran promosi untuk mengembangkan dan meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah di BMT.

Persamaan antara penelitian Keduanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah atau memahami minat nasabah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaan terletak pada output hasil dari Strategi Promosi Untuk Menarik Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Mumbulsari Kabupaten Jember, berupa rencana atau rekomendasi strategi promosi sementara BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung berupa laporan analisis atau temuan minat nasabah.¹⁶

5. Skripsi Rusmini Asih (2021) dengan judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso, Diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan mudharabah (Tabah) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada lembaga BMT NU JATIM Cabang Wringin Bondowoso menggunakan bauran pemasaran 7P & 1C yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* dan *Customer Service*. Dimana pihak BMT NU memasarkan produk tabungan mudharabahnya melewati promosi (Promotion) dengan

¹⁶ Kharina Malihatul Hasanah, “Strategi Promosi Untuk Menarik Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Mumbulsari Kabupaten Jember”, jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, agustus 2021

penyebaran brosur dengan melakukan *door to door* ke rumah nasabah atau instansi-instansi dan juga adanya sistem jemput bola yang dapat memudahkan nasabah. BMT NU selalu memperhatikan kepuasan nasabah juga, kualitas pelayanan, guna menciptakan loyalitas pelanggan. Karena apabila nasabah puas maka nasabaha kan loyal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat descriptive dengan menggunakan jenis penelitian *field research*.

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Rusmini Asih tahun 2021 keduanya memperhatikan dan keinginan nasabah, dengan melakukan survei dan analisis data lapangan untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh nasabah. Perbedaanya terletak pada Lokasi dan konteks KSPK Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso fokus pada meningkatkan jumlah nasabah di daerah Wringin Bondowoso, dengan strategi pemasaran yang sistematis dan efektif untuk mencapai tujuan perusahaan sementara BMT UGT Sidogiri Nusantra Capem Widoropayung fokus pada analisis minat nasabah di daerah Widoropayung, dengan penelitian yang lebih spesifik tentang bagaimana strategi dapat meningkatkan minat nasabah.¹⁷

6. Skripsi yang ditulis oleh Zukhruf Dinnisa' Ul Furqana dengan judul “ Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia “ (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). Diajukan kepada

¹⁷ Rusmini Asih, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPK Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso*”, (skripsi UIN Khas Jember, 2021).

Universitas Islam Malang untuk program studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Malang, 2022.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh Tingkat Bagi Hasil berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan simpanan mudharabah dengan nilai signifikan dari hasil uji simultan (uji F) sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan simpanan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel Lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk simpanan mudharabah di Bank Syariah Indonesia.¹⁸

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Zukhruf Dinnisa' pada tahun 2022 Kedua penelitian ini berfokus pada analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk simpanan, yaitu produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Indonesia dan produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Nusantara Capam Widoropayung. Tujuan penelitian keduanya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk simpanan, sehingga dapat memberikan informasi yang berguna bagi institusi perbankan syariah dan BMT dalam meningkatkan minat nasabah. Perbedaan terletak pada fokus peneliti, Penelitian Zukhruf Dinnisa' UI Furqana, fokus pada mahasiswa Universitas Islam Malang dan produk simpanan mudharabah di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan di BMT UGT Sidogiri Nusantara

¹⁸ Zukhruf Dinnisa' UI Furqana, "*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia*", (Skripsi, Universitas Islam Malang, 2022).

Cepam Widoropayung fokus pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri, yang merupakan koperasi syariah dengan visi dan misi yang jelas dalam menerapkan syariat Islam dalam aktivitas ekonomi.

7. Skripsi Karya Nurul Firdausyih (2022) dengan judul “ Strategi Pelayanan Pembukaan Rekening Online Pada Produk Tabungan BSI Easy Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Lumajang” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Strategi pelayanan pembukaan rekening online pada produk tabungan BSI Easy Mudharabah dalam menarik minat nasabah di BSI KCP. Lumajang. Adapun strategi pelayanan yang dilakukan yaitu sebagai berikut: 1). Melakukan program referral, yaitu taktik pemasaran yang bisa mendorong pelanggan untuk mengajak pelanggan baru lainnya. 2). Bersikap ramah, sopan dan santun. 3). Melakukan promosi. 4). Mampu menangani segala keluhan. 5). Sarana dan prasarana.¹⁹

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nurul Firdausiyah tahun 2022 kedua peneliti ini melibatkan Lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah (Bank Syariah Indonesia dan BMT UGT Sidogiri Nusantara). Perbedaan terletak pada fokus penelitian Nurul Firdausiyah lebih spesifik membahas strategi pelayanan pembukaan

¹⁹ Nurul Firdausyih, “*Strategi Pelayanan Pembukaan Rekening Online Pada Produk Tabungan BSI Easy Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Lumajang*”, (Skripsi UIN Khas Jember, 2022).

rekening online, sementara penelitian ini lebih umum menganalisis minat nasabah.

8. Skripsi Karya Dwi Vinta Bela (2022) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSPPS BMT Sumatra Barat Cabang Belimbing”, diajukan kepada UIN Mahmud Yunus Batusangkar, 2022 penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dilakukan menggunakan Bauran Pemasaran, Maka dapat diketahui bahwa yang menjadi Strategi Pemasaran produk Simpanan Mudharabah pada KSPPS BTM Sumatera Barat Cabang Belimbing adalah Pertama dari Strategi Product merupakan poin utama yang harus dipromosikan agar produk tersebut banyak dikenal oleh masyarakat luas. Kedua dari Strategi Price untuk Simpanan Mudharabah setoran awalnya minimal Rp. 10.000 dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000. Ketiga Strategi place terletak di tepi jalan raya yang mana masyarakat bisa melihat langsung KSPPS BTM Sumatera Barat Cabang Belimbing. Keempat Strategi Promotion adapun bentuk-bentuk kegiatan promosi yang dilakukan yaitu: periklanan (Media Massa dan Media Elektronik), Personal Selling (Referensi Nasabah, *Maintenance* Nasabah, Serbu Pasar) dan sistem jemput bola.²⁰

²⁰ Dwi Vinta Bela, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSPPS BMT Sumatra Barat Cabang Belimbing”, (Skripsi UIN Mahmud Yunus Batusangkar, 2022)

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Dwi Venta Bela tahun 2022 kedua peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menganalisis strategi pemasaran dan minat nasabah dalam produk tabungan syariah dan tujuan dari kedua peneliti yaitu meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan strategi pemasaran yang efektif. Perbedaan terletak pada objek penelitian yaitu produk simpanan mudharabah di KSPPS BMT Sumatera Barat Cabang Belimbing Dan Produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.

9. Skripsi Asmawati (2022) dengan Judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar diajukan kepada Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Takalar menerapkan empat unsur dari marketing mix yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Dan dalam meningkatkan minat menabung masyarakat dapat dilihat dari strategi marketing mix yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Takalar, seperti hasil dari penelitian ini yang mengemukakan bahwa nasabah tertarik menabung dikarenakan melihat dari segi harga (*price*) dan tempat (*place*).

Persamaan antara peneliti menyediakan pelayanan Sistem antar Jemput bola dan menyediakan pelayanan yang baik dan responsive. Perbedaan terletak pada pendekatan Bank Syariah Indonesia KCP Takalar

lebih berorientasi pada Tindakan (strategi pemasaran) sementara BMT UGT Sidogori Nusantara Capem Widoropayung lebih berorientasi pada penelitian (analisis minat).²¹

10. Skripsi karya Wardatut Toyibah (2023) dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung terhadap produk tabungan mudharabah (TABAH) di koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah Baitul mal wat tamwil nuansa umat cabang jenggawah” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung ada 4 yaitu : faktor yang pertama adalah faktor lokasi yang mana lokasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitulmal Wat Tamwil Nuansa Umat Cabang Jenggawah sangatlah strategis. Kedua, yaitu faktor fasilitas pelayanan yang mana fasilitas ini sangatlah penting Ketiga, yaitu faktor promosi yang mana sikap penabung dalam mencerna dan menanggapi yang disampaikan oleh karyawan tentang produk tabungan mudharabah (tabah) itu tergantung bagaimana para karyawan dalam mensosialisasikan produknya, dan itu juga di sesuaikan dengan tingkat pengetahuan SDM nya, karna setiap orang cara pandangannya berbeda. Faktor yang keempat adalah faktor reputasi yang Mana Baitul Mal Wat Tamwil Nuansa Umat Cabang Jenggawah ini sudah sangat baik dalam mempengaruhi minat penabung, karena setiap penabung yang menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan, senantiasa merasa aman.

²¹ Asmawati, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar”, (skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022).

Persamaan antara peneliti yang dilakukan oleh Wardatut Toyibah pada tahun 2023 keduanya berfokus pada minat nasabah terhadap produk tabungan TABAH (Tabungan Mudharabah) di Lembaga keuangan syariah. Perbedaan terletak pada fokus penelitian penelitian Wardatut Toyibah berfokus pada “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung” sedangkan penelitian ini berfokus pada “Analisis Minat Nasabah” secara umum.²²

Tabel. 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Idris (2020) Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan.	Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah	1) Keduanya membahas tentang minat masyarakat atau nasabah terhadap produk BMT. 2) Sama-sama menggunakan penelitian lapangan (<i>field research</i>).	1) Perbedaan penelitian sebelumnya membahas strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk.
2.	Alif Wahyu Anggarini, Lukmanul Hakim, 2021	Analisis Implementasi Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) Di KSPPS Baitul Maal Wa Tamwil Nuansa Ummah Jawa Timur Cabang Galis Kabupaten	1) Penelitian yang di gunakan yaitu penelitian kualitatif 2) Peneliti sama-sama berfokus pada produk Tabah.	1) Terletak pada pembahasannya a penelitian sebelumnya lebih mengarah ke factor yang mempengaruhi minat nasabah.

²² Wardatut Toyibah, “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung terhadap produk tabungan mudhrabah (TABAH) di koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah Baitul mal war tamwil nuansa umat cabang jenggawah”, (Skripsi UIN Khas Jember, 2023)

		Pamekasan		
3.	Zahrotun Nisak (2021), IAIN Kediri.	Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah (Tadhabbur) Di BPRS Lantabur Tebuireng KC Gresik Perspektif Marketing Syariah	1) Penelitian yang di gunakan yaitu penelitian kualitatif. 2) Sama-sama membahas tabungan yang beroperasi dengan prinsip syariah (Tabah dan Tadhabbur).	1) Peneliti sebelumnya menggunakan pendekatan analisis strategi marketing sementara peneliti ini hanya menyebutkan “analisis minat nasabah”.
4.	Kharina Malihatul Hasanah, 2021	Strategi Promosi Untuk Menarik Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Mumbulsari Kabupaten Jember,	1) Peneliti sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. 2) Keduanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah atau memahami minat nasabah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah nasabah.	1) Output hasil dari strategi promosi untuk menarik minat nasabah, peneliti sebelumnya lebih membahas strategi promosi.
5.	Rusmini Asih (2021), kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada	1) Keduanya memperhatikan dan keinginan nasabah dengan melakukan survei dan analisis data lapangan	1) Lokasi dan konteks peneliti sebelumnya fokus pada meningkatkan jumlah nasabah di daerah Wringin

		Lembaga KSPB Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso	untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh nasabah.	Bondowoso, dengan strategi pemasaran yang sistematis dan efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.
6.	Zukhruf Dinnisa' UI Furqana, Universitas Islam Malang 2022.	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia “ (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)	1) Peneliti sama-sama membahas produk Tabungan Mudharabah yang berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat nasabah.	1) Fokus peneliti dimana peneliti sebelumnya fokus kepada mahasiswa Universitas Islam Malang sedangkan peneliti ini fokus pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri.
7.	Nurul Firdausyih (2022), UIN Khas Jember	Strategi Pelayanan Pembukaan Rekening Online Pada Produk Tabungan BSI Easy Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Lumajang	1) Peneliti sama-sama melibatkan Lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah.	1) Fokus peneliti dimana peneliti sebelumnya fokus kepada mahasiswa Universitas Islam Malang sedangkan peneliti ini fokus pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri.
8.	Dwi Vinta Bela (2022), UIN Mahmud	Setrategi Pemasaran Produk Simpanan	1) Peneliti sama-sama menggunakan kualitatif	1) Objek penelitian. 2) Lebih membahas

	Yunus Batusangkar	Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSPPS BMT Sumatra Barat Cabang Belimbing	deskriptif.	strategi pemasaran.
9.	Asmawati (2022), Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar	1) Sama-sama membahas minat nasabah, peneliti menyediakan pelayanan Sistem antar Jemput bola dan menyediakan pelayanan yang baik dan responsive.	1) Peneliti sebelumnya lebih membahas strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan minat menabung.
10.	Wardatut Toyibah (2023), UIN Khas Jember	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung terhadap produk tabungan mudhrabah (TABAH) di koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah Baitul mal war tamwil nuansa umat cabang jenggawah	1) Peneliti sama-sama berfokus pada minat nasabah terhadap produk Tabah. 2) Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif	1) Peneliti sebelumnya lebih membahas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung.

Sumber: Data Diolah (penulis)

Keterangan:

Dilihat dari tabel di atas menjelaskan tentang beberapa persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian penulis. Dari keterangan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan bahwa yang diteliti adalah mengenai minat penabung. Persamaannya terletak di pendekatan dan jenis penelitian yaitu penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, jenis penelitiannya menggunakan analisis deskriptif, serta membahas tentang tabungan mudharabah dan perbedaannya terletak pada lokasi dan tahun pembuatan skripsi.

B. Kajian Toeri

1. Pengertian Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, kesukaan dan perhatian. Minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari harapan, perasaan, prasangka, pendirian, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan suatu individu pada suatu pikiran tertentu.²³

Minat sebagai aspek kewajiban bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyediaan dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dalam kamus Bahasa Indonesia, minat diartikan "sebagai niat atau kehendak. Menurut *Theory of Reasoned Action* (teori

²³ Rahayuningsih, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat", 2796.

tindakan beralasan) dari Fishbein dan Ajzen yaitu "perilaku manusia dipengaruhi oleh kehendak/niat/minat. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat atau minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan." Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan niat atau minat yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa niat atau minat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif yang dihubungkan.

Sedangkan menurut Swastha dan Irawan mengemukakan "faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli."

Jadi, minat nasabah adalah keinginan seorang nasabah untuk membeli atau melakukan sesuatu sesuai niat atau keinginan yang dipengaruhi oleh sikap dan perasaan. Sedangkan untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diberikan oleh bank. Diharapkan bank dapat menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga bank dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak dibidang jasa, karena jasa harus menciptakan

pelayanan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.

a. Indikator Minat

Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, dan sebagai indikator minat yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.²⁴

a. Sifat dan Karakter Minat

Ciri-ciri dan ciri khas minat sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat subyektif dan berbeda-beda antar individu.
- 2) Menghasilkan hasil yang berprasangka buruk atau terlibat dalam tindakan, perilaku, atau strategi yang memperlakukan individu atau kelompok secara tidak adil dan tidak setara sesuai dengan kualitas spesifik mereka.
- 3) Berhubungan erat dengan motivasi, memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh motivasi.

²⁴ Erwin, *Pengaruh Sosialaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan*, 40.

- 4) Minat adalah suatu sifat yang diperoleh yang tidak melekat dan dapat dipengaruhi oleh kebutuhan individu, pertemuan masa lalu, dan tren yang berlaku.

b. Faktor Yang Memengaruhi Minat.

Faktor-faktor yang bisa menyebabkan minat masyarakat menjadi penabung di bank syariah ada yaitu:

1) Lokasi

Lokasi atau tempat dan kemudahan akses sangat penting bagi nasabah. Bank dengan strategi lokasi strategis yang mudah diakses nasabah dengan kendaraan umum akan lebih menarik, dibandingkan jika lokasinya jauh dari jangkauan kendaraan umum. Oleh karena itu, pemilihan lokasi (tempat) menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam penyusunan bauran pemasaran.²⁵

2) Faktor Pelayanan

Kepuasan pelanggan atau nasabah bank sangat penting bagi bank dalam berkompetisi dan mempertahankan nasabahnya sebagai sumber pendapatan bank tersebut. Tingkat kepuasan nasabah bank syariah terhadap kualitas produk yang ditemukan dalam studi ini menunjukkan bahwa eksistensi perbankan Islam akan makin diminati masyarakat oleh berbagai produk simpanan yang ditawarkan lebih berkualitas. Karena masyarakat akan

²⁵ Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik*, 39.

memiliki preferensi yang berbeda terhadap setiap produk bank terutama dari sudut pandang tingkat kepuasan nasabah yang relatif berbeda pula. Selain itu, jika masyarakat di daerah ini memiliki persepsi bahwa kehadiran perbankan syariah sebagai alternatif dari bank konvensional yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam maka hal ini akan memberi peluang bagi perbankan syariah untuk membangun performance sebagai institusi keuangan bank yang terpercaya.²⁶

3) Faktor promosi

Produk, jasa serta layanan yang ditawarkan suatu Bank akan diketahui dan dikenal masyarakat, jika Bank melakukan promosi. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan Bank dengan tujuan agar produk dan jasa yang ditawarkan diketahui oleh pasar, dan pasar tertarik untuk memanfaatkannya.

Dalam mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan Bank dapat menggunakan berbagai kombinasi bauran promosi, seperti iklan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Pemilihan terhadap bauran promosi yang digunakan perlu memperhatikan sumber daya yang dimiliki dan target nasabah yang dituju.²⁷

²⁶ Tohari, *Kepuasan Nasabah*, 97.

²⁷ Suryani, *"Manajemen Pemasaran Strategik"*, (Jakarta: Prenamedia Group), 39.

4) Faktor Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan social yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan manimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seorang mengenai suatu hal.²⁸

2. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (Dalam hal keuangan), dapat juga diartikan sebagai orang yang menjadi tanggungan asuransi, perbandingan pertalian. Sedangkan Muhammad Djumhana menyebutkan nasabah merupakan konsumen dari pelayanan jasa perbankan.

Sedangkan Pengertian Nasabah Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

- 1) Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

²⁸ Radiansyah, "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan", 212-213.

2) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang di persamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.²⁹

b. Proses Keputusan Konsumen (Nasabah)

Proses keputusan pembelian konsumen merupakan proses yang pasti akan dilalui atau dilakukan oleh konsumen ketika akan membeli suatu produk sehingga perusahaan perlu memahami proses dari pengambilan keputusan pembelian konsumen. Sarjana dan peneliti pemasaran mengembangkan model tahapan atas proses keputusan pembelian konsumen. proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terbagi atas 5 tahap, yakni:

1) Kesadaran akan kebutuhan (*Need Recognition*)

Tahap kesadaran akan kebutuhan merupakan tahap paling awal yang terjadi di dalam proses keputusan pembelian konsumen. Di tahap ini, konsumen menyadari akan adanya kebutuhan yang tidak terpenuhi atau adanya masalah yang perlu diselesaikan. Pengenalan masalah adalah keadaan dimana seseorang merasakan adanya perbedaan antara keadaan ideal dengan keadaan sebenarnya). Keadaan ideal adalah keadaan yang diinginkan oleh konsumen sedangkan keadaan sebenarnya adalah keadaan yang dirasakan oleh konsumen saat ini.

²⁹ Saputra, "Analisis Faktor-faktor Kecendrungan Nasabah", 2020, 46-48.

Terdapat dua jenis stimuli pada tahap kesadaran akan kebutuhan yakni stimuli dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal). Stimuli internal merupakan stimuli berdasarkan kebutuhan normal seseorang. Sedangkan kebutuhan eksternal adalah kebutuhan yang muncul karena adanya dorongan dari pihak luar.

Di dalam tahap ini, pemasar perlu melakukan penelitian terhadap konsumen. Penelitian ini diperlukan agar pemasar dan perusahaan dapat mengetahui jenis kebutuhan atau permasalahan apa yang muncul, apa yang menyebabkannya muncul dan bagaimana caranya untuk mengarahkan konsumen menuju produk mereka untuk menyelesaikan masalah tersebut.³⁰

2) Pencarian Informasi (*Information Search*)

Tahap pencarian informasi merupakan tahap kedua yang terjadi di dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan yang perlu mereka penuhi atau masalah yang perlu mereka pecahkan, konsumen akan mulai mencari informasi mengenai produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah tersebut.

Menurut Kotler dan Keller konsumen dalam mencari informasi pada umumnya akan menggunakan beberapa macam sumber. Sumber-sumber tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

³⁰ Polimpung, "Perilaku konsumen Teori dan Praktik" (Sukarajaya : PT. Sada Kurnia Pustaka, 2024) 29-34.

- a) Sumber pribadi seperti keluarga, teman, tetangga, atau seseorang yang dikenal;
- b) Sumber komersial seperti iklan, website atau situs halaman web, e-mail, sales dealer, dan lain sebagainya
- c) Sumber publik seperti media massa, rating yang diberikan oleh konsumen
- d) Sumber pengalaman seperti mengamati dan menggunakan produk.

Pada umumnya, konsumen akan mendapatkan informasi terbanyak melalui sumber komersial, Meski demikian, konsumen pada umumnya akan lebih mempercayai informasi yang di dapatkan melalui sumber pribadi. Hal ini dikarenakan konsumen akan lebih mempercayai pandangan, pendapat atau evaluasi dari orang-orang yang dikenalnya. Oleh karena itu, sumber pribadi merupakan sumber yang paling efektif dibandingkan sumber-sumber lainnya.³¹

3) Evaluasi akan Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Tahap kesadaran evaluasi akan alternatif merupakan tahap selanjutnya setelah pencarian informasi. Tahap ini adalah tahap dimana konsumen akan memproses semua informasi yang telah mereka kumpulkan dan dapatkan di tahap sebelumnya dan informasi yang diproses ini akan mereka gunakan untuk memilih

³¹ Polimpung, *Perilaku konsumen Teori dan Praktik*, 29-34.

dari berbagai macam pilihan merek yang. Konsumen dapat membandingkan produk melalui analisis atribut produk yang di dapatkan seperti, harga dan kualitas sebelum memutuskan produk mana yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, konsumen biasanya juga akan melakukan atau menentukan pilihan mereka berdasarkan dari diri sendiri, pengaruh dari keluarga, teman, review online atau saran dari sales.

Di dalam tahap ini, para pemasar perlu mengetahui bagaimana cara konsumen melakukan evaluasi alternatif terhadap setiap merek. Ketika pemasar mengetahui bagaimana proses evaluasi alternatif konsumen terjadi, maka mereka dapat menggunakan pengetahuan tersebut untuk mengambil langkah yang akan mempengaruhi keputusan konsumen³².

4) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Tahap keputusan pembelian merupakan tahap yang diambil setelah melewati tahap evaluasi alternatif. Pada tahap ini, konsumen akan mengurutkan merek dan memilih merek yang paling di sukai atau sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut Ebert dan Griffin, keputusan pembelian konsumen sendiri di dasari oleh beberapa motif yakni, motif rasional, motif emosional dan gabungan dari kedua motif tersebut. Motif rasional merupakan motif yang melibatkan proses evaluasi secara logis terhadap atribut

³² Polimpung, *Perilaku konsumen Teori dan Praktik*, 29-34.

dari produk sedangkan motif emosional adalah motif yang melibatkan faktor non objektif seperti faktor sosial, imitasi dan aestetik.

Meski demikian, Kotler menjelaskan bahwa sebelum adanya keputusan pembelian, terdapat dua faktor yang akan muncul di antara niat membeli dan keputusan pembelian dimana kedua faktor inilah yang akan menentukan keputusan akhir yang akan diambil oleh konsumen. Kedua faktor tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Sikap atau perilaku orang lain

Faktor ini melihat sikap atau perilaku orang lain terhadap niat membeli seseorang. Misalnya ketika konsumen awalnya akan membeli produk dengan harga yang tinggi namun anggota keluarga memberikan saran untuk membeli produk dengan harga yang lebih rendah, maka kemungkinan konsumen akan membeli barang yang lebih tinggi akan berkurang.

b) Situasi tidak terduga

Faktor ini merupakan faktor dimana konsumen dihadapkan oleh situasi yang mereka tidak perhitungkan sebelumnya sehingga hal ini akan menyebabkan adanya perubahan dalam niat membeli. Misalnya situasi ekonomi konsumen yang tiba-

tiba memburuk sehingga menyebabkan konsumen harus memilih produk dari merek lainnya.³³

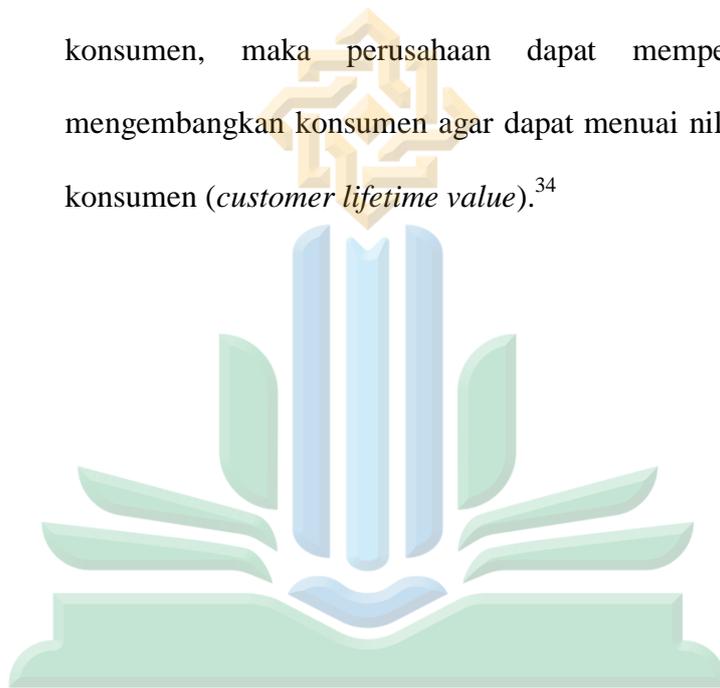
5) Perilaku Pasca pembelian (*Postpurchase Behaviour*)

Merupakan tahap terakhir di dalam proses keputusan pembelian konsumen. Tahap ini melihat tanggapan konsumen terhadap proses pengambilan keputusan konsumen produk yang telah dipilih sebelumnya. Pada umumnya tanggapan konsumen yang muncul dalam tahap ini adalah puas atau tidaknya konsumen terhadap produk tersebut. Puas atau tidaknya konsumen akan tergantung dari hubungan antara ekspektasi konsumen dengan performa dari produk dimana ketika performa produk sesuai atau melampaui ekspektasi dari konsumen maka konsumen akan merasa puas, begitu pula sebaliknya ketika performa produk tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas.

Pemasar akan menginginkan konsumennya merasa puas. Hal ini dikarenakan ketika konsumen merasa puas maka kemungkinan konsumen melakukan pembelian ulang akan menjadi semakin besar selain itu konsumen yang merasa puas juga akan memberikan review yang baik terhadap produk. Kondisi yang sebaliknya akan terjadi ketika konsumen merasakan ketidakpuasan dimana konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang produk

³³ Polimpung, "Perilaku konsumen Teori dan Praktik", (Sukarajaya : PT. Sada Kurnia Pustaka, 2024) 29-34.

dan akan memberikan review yang buruk terhadap konsumen. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen adalah kunci dalam membangun hubungan yang baik dan menguntungkan antara perusahaan dengan konsumen. Ketika perusahaan berhasil membangun hubungan yang baik dengan konsumen, maka perusahaan dapat mempertahankan dan mengembangkan konsumen agar dapat menuai nilai seumur hidup konsumen (*customer lifetime value*).³⁴



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

³⁴ Polimpung, "Perilaku konsumen Teori dan Praktik", (Sukarajaya : PT. Sada Kurnia Pustaka, 2024) 29-34.

BAB III

METODE PENELITIAN

Secara umum, metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian Bisnis adalah penelitian yang umumnya dilakukan oleh akademisi yang mengkaji keilmuan bisnis seperti bisnis umum, manajemen bisnis, perilaku organisasi, sistem informasi manajemen, dan manajemen operasional.³⁵ Metode penelitian ini menjelaskan semua rangkaian yang akan diteliti dari awal sampai akhir.

Metode penelitian ini merupakan cara ilmiah bagi peneliti untuk mendapatkan data dan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah yaitu merupakan kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri- ciri seperti keilmuan, yaitu seperti rasional, empiris, dan sistematis. Sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan normative empiris.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu Penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk kata-kata dan gambar-gambar. Laporan penelitian memuat kutipan-kutipan data sebagai ilustrasi dan dukungan fakta pada penyajian. Data ini mencakup transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen, dan rekaman lainnya. Dalam memahami fenomena, peneliti berusaha melakukan analisis sekaya mungkin mendekati bentuk data yang telah direkam.³⁶

³⁵ Ramdhan, "Metode penelitian" 1.

³⁶ Romlah, "Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif", 3.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian secara langsung pada objek penelitian di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan catatan lapangan.³⁷ Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengamati tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.

Dengan menggunakan pendekatan dan jenis penelitian ini peneliti ingin langsung mengetahui langsung dari pelaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikannya. Dengan menggambarkan dan mendeskripsikan langsung minat nasabah dalam produk Tabah di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana lokasi peneliti tersebut akan melakukan penelitian seperti, wilayah penelitian yang pada umumnya memuat berbagai hal tentang lokasi, organisasi, peristiwa, teks, unit analisis dan sebagainya. Di dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian pada BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena banyaknya masyarakat khususnya di Widoropayung menggunakan tabungan mudharabah atau Tabah.³⁸

³⁷ Adriaman, "*Pengantar Metodo Penelitian*", 25.

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UIN KHAS Jember*, 47.

C. Subyek Penelitian

Dalam menentukan subyek penelitian sebagai sumber informasi peneliti menggunakan Purposive. Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tau tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan dengan Purposive. Purposive merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

1. Bapak Hadi sebagai kepala cabang BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.
2. Bapak Zainul sebagai Karyawan Bagian Pembiayaan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.
3. penabung Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.
 - a. Siti Fadilah
 - b. Anisa
 - c. Halimatus Sya'diyah
 - d. Fuyati
 - e. Nur Aini

Alasan peneliti memilih penabung yang disebutkan diatas karena peneliti ingin mendapatkan wawasan dari penabung yang sudah lama menabung dan mempunyai pengalaman di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam hal ini menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi ialah suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung dari dekat terhadap fenomena objek yang terjadi atau diteliti, sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk mendapatkan gambaran dan memperoleh data dari fenomena yang sulit diperoleh dari orang – orang yang dijadikan sumber data. Adapun observasi ini dilakukan melalui suatu pengamatan dan juga disertai pencatatan terhadap keadaan dan perilaku objek sasaran.³⁹ Teknik observasi yang dilakukan oleh observasi partisipatif yang pasif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan datangnya langsung ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁴⁰ Dan juga teknik observasi ini menjadi sumber informasi untuk menggali data tentang minat tabungan mudharabah di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo tersebut. Adapun yang akan diamati oleh peneliti meliputi :

³⁹ Fathoni, *Metodologi Penelitian*, 104.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode*, 227.

- a. Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.
- b. Situasi dan kondisi di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan maksud tertentu dengan bertujuan untuk mendapatkan informasi. Dimana percakapan ini dilakukan oleh dua pihak yaitu, pewawancara (peneliti) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (orang yang dituju untuk diwawancarai) yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.⁴¹

Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara dengan para ibu rumah tangga di Widoropayung sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan menurut fakta yang ada di lapangan. Peneliti menggunakan wawancara “tidak terstruktur”. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.

Adapun hasil dari wawancara tersebut yakni :

- a. Sejarah berdirinya BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, produk dan lain-lain.
- b. Keunggulan produk di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung.

⁴¹ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

- c. Minat nasabah terhadap produk Tabungan Mudhrabah (Tabah) BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meneliti dokumen – dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian. Dengan teknik ini maka akan terkumpul data yang akan diperoleh dari narasumber tetapi terdapat pula berbagai sumber tertulis, seperti dokumen-dokumen yang di keluarkan oleh penelitian terdahulu, laporan, buku- buku yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti dan arsip – arsip lainnya.⁴²

Adapun data yang diperoleh dari metode dokumenter ini adalah:

- a. Sejarah berdirinya BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.
- b. Visi dan Misi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo
- c. Struktur Organisasi dan data-data tentang produk Tabah di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

E. Analisis Data

analisis data dalam penelitian kualitatif suatu proses pengolahan data mentah berupa penuturan perbuatan, catatan lapangan dan bahan-bahan tertulis lainnya.⁴³ Peneliti menggunakan analisis dari Miles dan Huberman, kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (data

⁴² Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 206.

⁴³ Umrati, *Analisis Data kualitatif*, 113.

collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan atau 'verifikasi (conclutions).

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data, pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.⁴⁴

Dalam tahap ini peneliti menemui kepala cabang dan staf karyawan untuk wawancara observasi dan dokumentasi mengenai Minat nasabah dalam produk tabungan mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Kemudian peneliti mencatat perkataan narasumber, beserta mengamati proses sesuai dengan fokus penelitian dan sesuai dengan pedoman penelitian.

2. Kondensasi Data

Kondensasi data terjadi yakni pemilihan atas data tertentu yang dianggap relevan, koding, kategorisasi, pengembangan tema dan serta penulisan catatan analisis. Kondensasi proses data/pentrasformasian akan berlanjut setelah penelitian lapangan selesai, hingga laporan final terselesaikan.⁴⁵

⁴⁴ Anim Purwanto, *Konsep Dasar Penelitian*, 104.

⁴⁵ Suprayitno, *metodelogi penelitian*, 141-142.

Dalam tahap ini peneliti mengumpulkan data selama pengumpulan di lapangan, sebelum data benar-benar terkumpul yang dilakukan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

3. Penyajian Data

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan. Sajian data berupa narasi kalimat, gambar/skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.⁴⁶

Dalam tahap ini peneliti menyajikan informasi yang tersusun, data yang disajikan diperoleh dari hasil wawancara observasi dan dokumentasi mengenai Analisis minat nasabah dalam produk tabungan mudharabah (Tabah) di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

4. Penarikan kesimpulan.

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun pencatatan, polapola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi.⁴⁷

⁴⁶ Anim Purwanto, *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif*, 104.

⁴⁷ Anim Purwanto, *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif*, 104.

Dalam tahap ini peneliti menyimpulkan dari hasil tahap-tahap analisis sebelumnya dan menjawab semua fokus masalah yang menjadi permasalahan dalam penelitian.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data adalah proses untuk memastikan bahwa data yang digunakan atau analisis merupakan representasi yang benar, akurat, dan dapat diandalkan dari fenomena yang akan diteliti. Pemeriksaan keabsahan data adalah tahap penting dalam penelitian, analisis data, dan pengambilan keputusan yang berbasis data. Dalam penelitian ini menggunakan pengecekan keabsahan data yaitu teknik triangulasi⁴⁸. Teknik triangulasi data adalah pemeriksaan kembali data dengan tiga cara, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber data mengeksplorasi kebenaran informasi tertentu melalui metode dan sumber pengumpulan data yang berbeda.

Misalnya, selain wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan observasi partisipan, dokumen tertulis, dokumen arsip, dokumen sejarah, dokumen resmi, catatan atau tulisan pribadi, dan gambar atau foto.

Dalam tahap ini peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data dan informasi, dan peneliti bisa memastikan bahwa hasil peneliti mengurangi kemungkinan bias yang berasal dari satu sumber atau perspektif saja.

⁴⁸ Iswahyudi, *Buku ajar Metodologi penelitian*, 108-109.

2. Triangulasi Teknik

Merupakan teknik pengumpulan data yang berbeda (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memperoleh informasi data dengan sumber yang sama.

Dalam Tahap ini peneliti mengumpulkan data sekaligus mengecek kredibilitas data untuk kebenaran data.

G. Tahap – Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti membagi tahap – tahap penelitian menjadi tiga tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

- a. Menentukan lokasi penelitian yaitu BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.
- b. Menyusun proposal penelitian. Mengurus surat izin (jika diberlakukan).

2. Tahap Pelaksanaan

Penelitian Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data, yaitu kepada Kepala BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Universitas Kia Haji Achmad Siddiq Jember

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT UGT Sidogiri

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri yang disingkat Koperasi BMT UGT Sidogiri, mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M di Surabaya. Dan mendapatkan Badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi & UKM Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. Pengurus BMT UGT Sidogiri terus berupaya melakukan perbaikan dan pengembangan secara berkesinambungan pada semua bidang, baik organisasi maupun usaha. Dan upaya tersebut menuai hasil yang menggembirakan. Prestasi BMT UGT Sidogiri dari masa ke masa terus meningkat, sehingga mendapat berbagai penghargaan sebagaimana berikut. Pada tahun 2014 ini Koperasi BMT UGT Sidogiri menargetkan menambah 34 kantor cabang atau capem di berbagai provinsi di Indonesia yaitu Jawa Timur, Jawa Barat, DKI, Lampung, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur dan Bali. Itu berarti, bila pembukaan cabang atau capem tersebut terealisasi, maka Kantor Cabang Koperasi BMT UGT Sidogiri pada tahun 2014 ini akan bertambah dari 227 menjadi 261 kantor cabang atau capem di seluruh Indonesia.

KH Mahmud Ali Zain telah menunjukkan bukti bahwa pesantren bukanlah sekadar lembaga pendidikan yang mencetak generasi Islami,

tetapi sekaligus mampu membuktikan diri sebagai lembaga perekonomian guna menyajahterakan santri serta masyarakat luas. Didasari semangat untuk mandiri/tanpa mengharapkan bantuan pihak lain, KH Mahmud Ali Zain memelopori perkembangan usaha berbasis sistem syariah di lingkungan Pesantren Sidogiri Pasuruan, yakni KJKS BMT UGT. BMT-UGT yang resmi berdiri pada 5 Rabiul Awal 1421 H (6 Juni 2000) itu tidak saja berhasil melepaskan masyarakat dari jerat rentenir, tetapi juga sukses meningkatkan kesejahteraan mereka yang menjadi anggotanya.

Kiai Mahmud mengaku perkembangan BMT-UGT Sidogiri dan memperoleh kepercayaan masyarakat karena menerapkan manajemen Rasulullah, yakni *siddiq* (jujur), *amanah* (dipercaya), dan *fathonah* (profesional). “Kami percaya, alumni Ponpes Sidogiri masih memegang tiga prinsip itu, sehingga kami berpeluang terus berkembang,” paparnya. BMT menekankan layanan yang adil, mudah dan masalah atau memberikan manfaat. Semisal pada produk pembiayaan jenis *mudharabah* atau bagi hasil, manajemen menerapkan pola bagi hasil 60% untuk peminjam modal dan sisanya untuk BMT-UGT.

2. VISI&MISI BMT NU

VISI :

Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariat Islam, serta terwujudnya budaya taawun dalam kebaikan dan ketaqwaan di bidang sosial ekonomi.

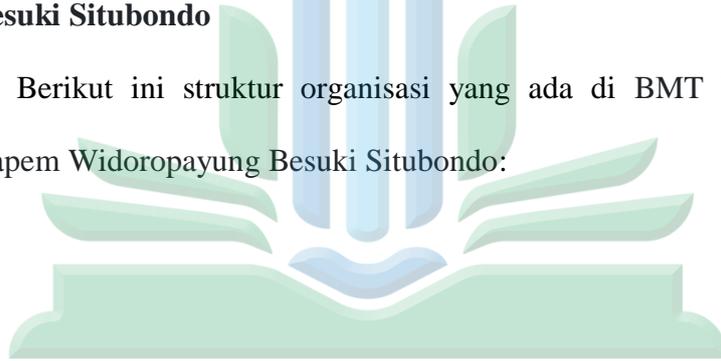
MISI :

BMT ini memiliki empat misi, yakni

- a. menerapkan dan memasyarakatkan syariat Islam dalam aktivitas ekonomi,
- b. menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah, dan maslahah,
- c. meningkatkan kesejahteraan ummat dan anggota,
- d. serta melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya STAF (*shiddq/jujur, tablighi/komunikatif, amanah/dipercaya, fatonah/profesional*).

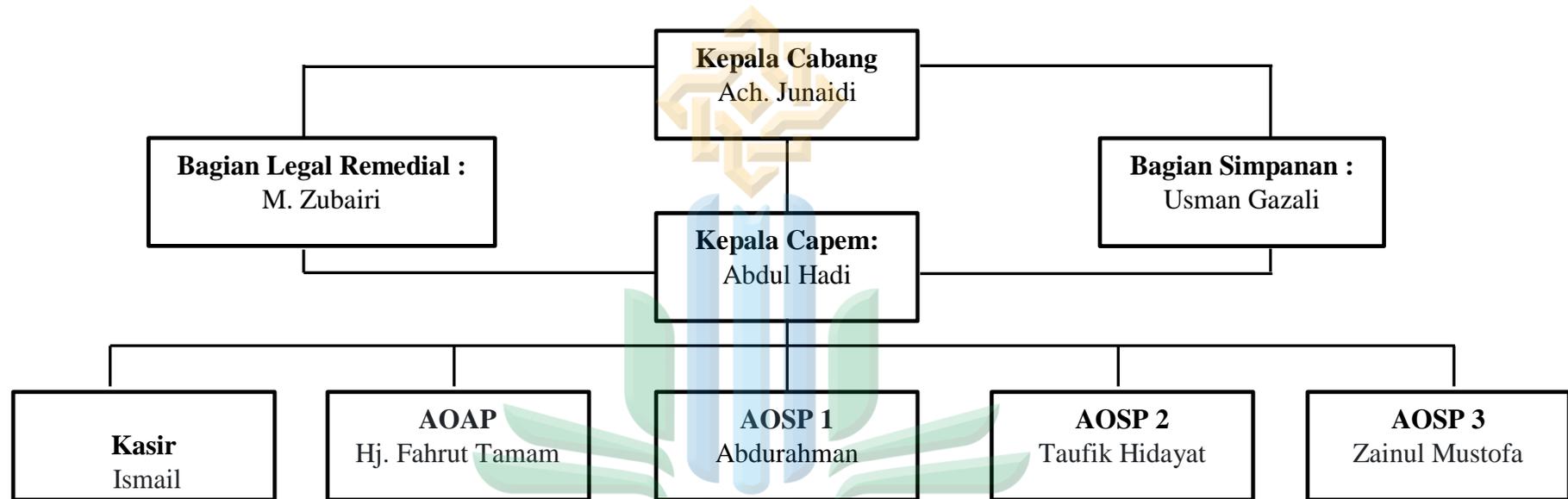
3. Struktur Organisasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo

Berikut ini struktur organisasi yang ada di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo:



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

STRUKTUR PENGELOLA BMT UGT NUSANTARA
CAPEM WIDOROPAYUNG BESUKI SITUBONDO



Sumber: Data diolah oleh pengelola BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo

4. Dekripsi Jabatan

a. Kepala Cabang

Tugas kepala cabang :

- 1) Memimpin dan mengontrol pelaksanaan operasional cabang.
- 2) Membina, memotivasi dan mengontrol kedisiplinan dan performa kerja bawahannya.
- 3) Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan, dan pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengatur dan menjaga kestabilan sirkulasi keuangan cabang.
- 5) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target pendapatan yang telah ditetapkan oleh manager.
- 6) Mempertanggung jawabkan seluruh aktifitas operasional maupun keuangan cabang secara berkala kepada manager

b. Kepala Capem

Tugas Capem :

- 1) Memimpin dan mengontrol pelaksanaan operasional kantornya.
- 2) Membina, memotivasi, mengawasi, mengontrol dan mengevaluasi kinerja bawahannya.
- 3) Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan, dan akad pencairan pembiayaan sesuai dengan plafond yang ditentukan.
- 4) Mengatur dan menjaga kestabilan likuiditas kantornya.
- 5) Mengendalikan likuiditas di kantornya.

- 6) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target sesuai dengan proyeksi yang telah dibuat dan ditetapkan.
- 7) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target sesuai dengan proyeksi yang telah dibuat dan ditetapkan.
- 8) Memepertanggung jawabkan segala akatifitas operasional maupun keuangan secara berkala kepada kepala cabang dan direktur kepatuhan.

c. Bagian Simpanan

Tugas Bagian Simpanan :

- 1) Memastikan cabang dan capem dibawahnya tercapai penghimpunan tabungan dan penyaluran pembiayaan sesuai target
- 2) Menjaga kualitas pembiayaan cabang dan capem dibawahnya.
- 3) Memastikan akuntabilitas pencatatan dicabang dan dibawahnya.

Capem

- 4) Memastikan terlaksananya kegiatan pemasaran, tersedianya sarana pemasaran dan pengadaan hadiah.
- 5) Menjaga kedisiplinan dan kepatuhan karyawan cabang dan capem dibawahnya pada sistem yang berjalan.

d. Bagian Legal Remedial

Tugas Bagian Legal Remedial :

- 1) Memastikan penagihan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah sesuai prosedur.
- 2) Memastikan pencapaian target NPF tercapai.

- 3) Memastikan penagihan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah oleh AOP sesuai dengan prosedur.
- 4) Memastikan kas tunai yang ada di brankas sesuai dengan SIMBT.
- 5) Memastikan keamanan penyimpanan bukti kepemilikan agunan dan barang agunan.
- 6) Memastikan pelaksanaan ketentuan audit berjalan sesuai ketentuan.
- 7) Menjadi wakil pusat yang ada di cabang sebagai penjaga sistem dan pengendali resiko.
- 8) Memastikan pelaksanaan kas opname harian kasir (KSR) berjalan sesuai ketentuan.

e. Kasir

Tugas kasir :

- 1) Memastikan kesesuaian penerimaan dan pengeluaran kas.
- 2) Memastikan pencatatan seluruh transaksi secara benar sesuai ketentuan

f. Aoap (Anggota Organisasi Aset Dan Pendapatan)

Tugas Aoap :

- 1) Memastikan kualitas pembiayaan baik.
- 2) Memastikan kebenaran informasi hasil survey dan analisa pemohon pembiayaan dan agunan.
- 3) Memastikan tempat tinggal dan karakter pemohon sesuai dengan pengajuan.

- 4) Memastikan usaha dan kemampuan pemohon sesuai dengan prosedur.
 - 5) Memastikan kebenaran agunan dan nilai transaksi agunan pemohon sesuai dengan prosedur.
 - 6) Memastikan fungsi account officer survey dan analisa berjalan sesuai dengan ketentuan dan prosedur perusahaan.
 - 7) Memastikan penagihan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah sesuai prosedur.
 - 8) Memastikan kas tunai di brankas sesuai dengan SIMBT dengan berita acara Cash Opname.
 - 9) Memastikan keamanan penyimpanan bukti kepemilikan agunan dan agunan berjalan sesuai prosedur
- g. Aosp (Anggota Organisasi Simpanan Dan Pembiayaan)

Tugas Aosp :

- 1) Mencapai target simpanan dan pembiayaan.
- 2) Memonitoring kelancaran pembayaran angsuran anggota.
- 3) Memastikan penerimaan setoran tabungan dan pembiayaan serta penarikan simpanan dijalankan dan dicatat sesuai dengan ketentuan dan prosedur.
- 4) Memastikan pemohon pembiayaan mengetahui ketentuan dan persyaratan pembiayaan.

5. Letak Geografis

Adapun batas-batas kantor BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung sebagai berikut:

- a. Sebelah Barat : Pasar Widoropayung
- b. Sebelah Utara : Toko Tani dan Toko Perancangan
- c. Sebelah Timur : Masjid Syuhada'
- d. Sebelah selatan : -

6. Produk-Produk BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung.

a. Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah Tabungan Umum Syariah yaitu simpanan yang dapat disetor dan diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan akad wadiah yadh dhamanah/qardh atau mudharabah muthlaqah. Akad tabungan berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah, dengan nisbah 30% anggota : 70% BMT.

Keuntungan dan Manfaat Bagi Penabung :

- 1) Aman dan transparan.
- 2) Bebas riba, transaksi mudah dan sesuai syariah.
- 3) Bagi hasil menguntungkan dan halal.
- 4) Tanpa biaya administrasi bulanan.
- 5) Ikut membantu sesama ummat (ta'awun).
- 6) Mendapatkan pahala 18 kali lipat bila diniati menghutangkan.

b. Tabungan Idul Fitrih

Tabungan Idul Fitri yaitu simpanan dana dengan akad wadiah yadhdhamanah yang digunakan untuk kebutuhan hari raya idul fitri. Akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.

Keuntungan dan Manfaat Bagi Mitra Penabung :

- 1) Transaksi mudah
- 2) Aman, dan terhindar dari riba dan haram.
- 3) Ikut membantu sesama ummat (ta'awun).
- 4) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan atau dapat dirupakan barang untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri.
- 5) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

c. Tabungan Qurban

Tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah. Akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah/musyarakah dengan nisbah 40% anggota dan 60% BMT.

Keuntungan dan manfaatnya :

- 1) Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan qurban dan aqiqah.
- 2) Mendapatkan bagi hasil yang halal dan kompetitif.
- 3) Membantu sesama ummat (ta'awun).

d. Tabungan Peduli Siswa

Tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa. Akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah/musyarakah dengan nisbah 40% anggota dan 60% BMT.

Keuntungan atau manfaatnya :

- 1) Aman dan mudah memantau perkembangan dana setiap bulan.
- 2) Transaksi mudah dan bebas riba.
- 3) Pengurus lembaga tidak disibukkan dengan urusan keuangan terutama pada saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan.
- 4) Mendapatkan dana BEA Siswa untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri gratis biaya administrasi.

e. Tabungan Umroh (AL HASANAH)

Tabungan Umrah Khasanah yaitu tabungan untuk membantu pelaksanaan ibadah umrah dengan akad wadiah yadh dhamanah. Akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah, dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.

Keuntungan dan Manfaat Bagi Penabung :

- 1) Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat.
- 2) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.
- 3) Ikut membantu sesama ummat (ta'awun).

- 4) Aman, terhindar dari riba dan haram.
- 5) Dapat mengajukan dana talangan umrah maksimal 50% dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku.

f. Tabungan Mudharabah (Tabah)

Tabungan Mudharabah (Tabah) Yaitu simpanan yang dapat mempermudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah.

Keuntungan dan manfaatnya :

- 1) Mendapatkan bagi hasil yang lebih besar dan kompetitif dan bisa dijadikan jaminan pembiayaan.
- 2) Nisbah (porsi) bagi hasil lebih besar.

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam skripsi ini peneliti akan menyajikan hasil dari wawancara dengan informan yang bersangkutan, namun penyajian data yang berhubungan dengan penelitian lapangan, peneliti menggunakan beberapa metode seperti interview dan observasi. Dari hasil serangkaian penelitian yang telah dilakukan dilapangan dengan diperoleh data-data yang berkaitan tentang Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo khususnya yang sesuai dengan fokus penelitian yaitu tentang Apa saja Faktor-

Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Terhadap Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Peneliti memiliki beberapa informan yaitu kepala cabang, karyawan dan penabung. Hal ini dilakukan agar informasi yang di dapat mewakili apa yang menjadi fokus penelitian.

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dalam meneliti Minat Nasabah dalam menggunakan produk Tabungan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Adanya beberapa Faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Mudharabah.

a. Faktor Fasilitas Pelayanan

Fasilitas pelayanan pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. berupa fasilitas fisik maupun pelayanan dari karyawannya. Fasilitas pelayanan yang nyaman serta memadai akan mendapat perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

Berdasarkan hasil yang telah dituturkan oleh selaku Karyawan bagian AOSP (Anggota Organisasi Simpanan Dan Pembiayaan) bapak “Zainul Mustofa”

“ Fasilitas Pelayanan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sangat di sukai oleh ibu-ibu rumah tangga, dikarenakan adanya sistem jemput bola (*door to door*), sistem jemput bola ini merupakan andalan utama dalam melayani penabung dan juga mempermudah bagian penabung.”⁴⁹

Dari wawancara yang penulis lakukan kepada Ibu Siti Fadilah penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini menuturkan:

“Menurut saya, saya sebagai ibu rumah tangga yang super sibuk sangat senang sebab adanya sistem jemput bola yang setiap hari datang untuk menjemput tabungan dan pelayanan yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo cukup memuaskan, selalu di sambut dengan senyuman yang hangat, sapa dan salam oleh karyawan pada BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.”⁵⁰

Sedangkan menurut Ibu Anisa selaku penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo menuturkan bahwa:

“ Menurut saya pelayanan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sangatlah memuaskan, karena saya merasa sangat terbantu pada saat saya ingin melakukan penarikan tabungan dan setoran penabungan, petugas tabungan nya bersedia menjemput setoran tabungan dan mengantarkan uang penarikan tabungan saya.”⁵¹

⁴⁹ Zainul Mustofa, Wawancara Karyawan bagian AOSP BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁵⁰ Siti Fadilah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁵¹ Anisa, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

Sebagaimana yang sudah dijelaskan oleh anggota penabung bahwa fasilitas sangatlah penting dikarenakan faktor fasilitas sangat berpengaruh bagi penabung karena mayoritas orang yang menabung di Koperasi Simpan Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo orang muslim jadi harapan baitul mal wat tamwil nuansa umat agar terhindar dari riba dan uang tabungan yang di baitul mal wat tamwil nuansa umat menggunakan akad bagi hasil.

Sebagai mana telah dituturkan Ibu Halimatus Sya'diyah penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Pelayanan yang diterapkan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangat memuaskan dikarenakan penarikannya bisa dilakukan kapan saja, saya sebagai ibu rumah tangga merasa terbantu karena sewaktu-waktu saya membutuhkan uang untuk kepentingan keluarga, selain itu saya juga merasa terbantu pada saat ingin penarikan uang, petugas tabungan mengantarkan uang penarikan kerumah.”⁵²

Sebagaimana yang telah dituturkan oleh anggota penabung yang bernama Ibu Fuyati, berikut:

“Harapan kedepannya bagi petugas bisa di tambah lagi, karena jika petugas tabungan tidak masuk maka tidak maksimal dalam penabungannya. Kalau masalah keluhan tidak ada, karna produk ini banyak keuntungannya bagi penabung.”⁵³

⁵² Halimatus Sya'diyah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁵³ Fuyati, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

Selain diatas telah di tuturkan juga oleh ibu Nur Aini selaku penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“ Sebagai ibu rumah tangga yang membuka warung saya merasa senang dengan pelayanan yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, karena saya merasa sangat terbantu pada saat ingin menabung dan ingin melakukan penarikan, petugas tabunganya bersedia menjemput setoran penabungan dan mengantarkan uang penarikan ke warung saya, saya merasa sangat puas karena saya tidak perlu tutup warung untuk setor tabungan dan penarikan tunai.”⁵⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diterapkan pada BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangat memuaskan, karena setiap penabung yang datang selalu diberi senyum sapa yang hangat. Selain itu, petugas tabungan bersedia menjemput setoran tabungan kerumah penabung dan kesekolah.

b. Faktor Lokasi

Berdasarkan hasil yang telah dituturkan oleh selaku kepala capem bapak “Abdul Hadi”

“ Lokasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sangat strategis selain tempatnya dekat dengan pasar, toko perancangan, toko tani dan terletak di jantung desa”⁵⁵

⁵⁴ Nur Aini, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁵⁵ Abdul Hadi, Wawancara Kepala capem BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 17 Oktober 2024.

Adapun menurut bapak Zainul Mustafa selaku karyawan bagian Aosp (Anggota Organisasi Simpanan Dan Pembiayaan) menyatakan bahwa:

“Lokasi disini mempunyai pengaruh kepada para penabung karena terkait dengan bagaimana dan dimana tempat transaksi dilakukan tentunya para penabung akan memilih tempat yang strategis karena sangat mudah untuk dijangkau”⁵⁶

Adapun menurut Ibu Anisa Penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Menurut saya BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sangat strategis karna berada pada daerah masyarakat yang sumber ekonominya cukup dan lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangat terjangkau karena berada dipinggir jalan umum desa Widoropayung.”⁵⁷

Menurut Ibu Siti Fadilah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo menuturkan bahwa:

“ Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah strategis karena beradadi pinggir jalan umum yang berdekatan dengan pasar dan juga pedagang kaki lima.”⁵⁸

Dari keterangan diatas dijelaskan bahwa faktor lokasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah strategis dikarenakan lokasi ini berdekatan dengan Pasar Widoropayung dimana banyak pedagang kaki lima, toko peracangan maupun pedagang kecil lainnya.

⁵⁶ Zainul Mustofa, Wawancara Karyawan bagian Aosp BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁵⁷ Anisa, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁵⁸ Siti Fadilah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

Dan juga dituturkan oleh Ibu Halimatus sya'diyah penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo cukup strategis , karna berada di pinggir jalan Umum desa Widoropayung yang aksesnya sangatlah nyaman dan mudah di jangkau oleh masyarakat sekitar.”⁵⁹

Dan juga telah di tuturkan oleh Ibu Nur Aini penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah strategis, karena berada di pinggir jalan umum desa Widoropayung yang hampir setiap harinya dilewati oleh masyarakat Widoropayung yang ingin belanja di pasar Widoropayung maupun Pedagang di pasar Widoropayung.”⁶⁰

Sedangkan menurut Ibu Fuyati penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo menuturkan bahwa :

“Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah strategis karna berda di pinggir jalan umum Widoropayung yang merupakan akses jalan umum menuju pasar yang terletak di desa Widoropayung , serta terletak di daerah berdekatan dengan toko tani dan desa yang ramai.”⁶¹

Dari hasil wawancara diatas dapat BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sangatlah strategis dan mudah dijangkau. Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini berada pada daerah masyarakat yang sumber

⁵⁹ Halimatus Sya'diyah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁶⁰ Nur Aini, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁶¹ Fuyati, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

ekonominya cukup. Strategisnya lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo serta sangat mudah dijangkau oleh para penabung yang tentu sangat mempengaruhi minat penabung untuk menabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

c. Faktor Promosi Promosi

Merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat secara definisi promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu mereka tertarik akan produk yang di promosikan.

Sebagaimana yang telah dituturkan oleh Ibu Siti Fadilah Penabung Di Koperasi Simpan Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo:

“Itu semua tergantung cara penyampaian para karyawan yang memasarkan, jika yang disampaikan baik maka akan di terima dengan baik oleh penabung atau calon penabung dan justru sebaliknya demikian.”⁶²

Sedangkan menurut Ibu Anisa selaku penabung di BMT UGT

Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Promosi produk tabungan sudah sangat menarik, baik dari brosur tabungan yang lengkap, serta sosialisasi tabungan yang

⁶² Siti Fadilah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

dilakukan dari rumah ke rumah sangat menyentuh hati dan menambah minat penabung.”⁶³

Adapun menurut bapak Zainul Mustofa sebagai karyawan

Aosp (Anggota Organisasi Simpanan Dan Pembiayaan) BMT UGT

Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Kegiatan promosi dilakukan secara umum untuk menarik anggota baru, hal yang terpenting dalam sebuah lembaga keuangan untuk memasarkan produknya semakin tingkat promosi maka semakin tinggi minat para calon penabung.”⁶⁴

Selain itu pendapat dari Ibu Halimatus Sya’diyah selaku penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo :

“Saya membaca dan liat-liat di brosur tabungan yang saya dapat dari petugas tabungan, brosurnya sangat lengkap dan menarik, dan nambah minat saya untuk menabung.”⁶⁵

Selain itu pendapat dari ibu Fuyati selaku penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo:

“Bahwasannya di bmt juga terdapat promosi menggunakan media sosial seperti di whatsapp maupun di facebook dan saya berminat karna melihat brosurnya di story wa salah satu karyawan disana.”⁶⁶

Berdasarkan wawancara di atas sikap penabung dalam mencerna dan menanggapi yang disampaikan oleh karyawan tentang

⁶³ Anisa, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁶⁴ Zainul Mustofa, Wawancara Karyawan bagian Aosp BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁶⁵ Halimatus Sya’diyah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁶⁶ Fuyati, Wawancara anggota penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

produk tabungan mudharabah (tabah) itu tergantung bagaimana para karyawan dalam mensosialisasikan produknya.

Sedangkan pendapat Ibu Nur Aini menuturkan selaku penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo:

“Sosialisasi yang dilakukan oleh petugas tabungan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangat menarik, di tambah brosur tabungan yang lengkap, membuat minat penabung kami jadi bertambah.”⁶⁷

Dan pendapat dari Ibu Anisa selaku penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Menurut saya promosi tabungan sudah sangat menarik, baik dari brosur tabungannya dan sosialisasi yang dilakukan oleh karyawan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.”

Dari hasil wawancara di atas disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo khususnya di tabungan ini, sudah sangat menarik dan dapat mempengaruhi minat penabung, karena brosur tabungan yang diberikan sangatlah lengkap dan mudah di pahami, serta sosialisasi produk tabungan yang menyentuh hati dan menambah minat penabung.

⁶⁷ Nur Aini, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

d. Faktor Reputasi

Faktor yang mempengaruhi minat penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo dan dari beberapa wawancara yang telah penulis lakukan kepada Ibu Siti Fadilah yang merupakan penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo:

“Sejauh ini menurut saya reputasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo cukup baik dalam mempengaruhi minat menabung, karna selama saya menjadi anggota penabung, saya selalu merasakan kenyamanan dan rasa aman dalam berinteraksi.”⁶⁸

Sedangkan menurut penuturan Ibu Fuyati selaku penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo mengucapakan bahwa

“Menurut saya reputasi yang dimiliki oleh BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo tersebut sangatlah baik karna saya selalu merasakan rasa aman dalam menabung apalagi karyawan di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.”⁶⁹

Adapun menurut Ibu Anisa selaku penabung Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo bahwa:

“Menurut saya, reputasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo cukup baik, karna selama saya menabung di sana uang saya menjadi lebih aman serta karyawan di bmt baik dan saya merasa lebih nyaman.”⁷⁰

⁶⁸ Siti Fadilah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁶⁹ Fuyati, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁷⁰ Anisa, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

Dari penuturan di atas bahwasannya di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sudah mempunyai reputasi yang cukup baik dalam penilaian masyarakat yang menabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

Sedangkan menurut Ibu Halimatus Sya'diyah anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo menuturkan bahwa:

“Reputasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangat baik dalam mempengaruhi minat penabung, karna selama menjadi penabung saya aman dan belum pernah terjadi perselisihan dalam berinteraksi.”⁷¹

Serta ada juga yang menuturkan yang di ungkapkan oleh Ibu Nur Aini bahwa:

“Selama satu tahun menjadi penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo saya selalu merasakan nyaman uang yang saya tabung sangat aman dan tidak pernah terjadi kesalahan terhadap riwayat transaksi tabungan”⁷²

Dari hasil wawancara yang penulis peroleh dapat disimpulkan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangat baik dalam mempengaruhi minat penabung, karna setiap penabung yang menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan, senantiasa merasa nyaman dan lebih aman.

⁷¹ Halimatus Sya'diyah, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

⁷² Nur Aini, Wawancara anggota penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.

C. Pembahasan temuan

Dari data-data yang di peroleh 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. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.

Berdasarkan hasil temuan data peneliti, minat penabung tabungan mudharabah (Tabah) dibagi menjadi empat faktor. Faktor lain yang mendorong masyarakat untuk menabung adalah mencari tabungan yang lebih aman daripada tabungan yang beredar di kalangan masyarakat semacam arisan yang dikhawatirkan tabungan mereka dibawa lari oleh pengepul arisan tersebut.

a. Faktor Pelayanan

Terkait faktor yang pertama yaitu pelayanan. Pelayanan merupakan suatu kegiatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan. Pelayanan menjadi hal terpenting dalam sebuah bank, dikarenakan dari layanan

dikategorikan sebagai bentuk menghargai pihak nasabah dan membantu sesuai dengan kebutuhan dari nasabah.⁷³

Dari temuan peneliti, dari fasilitas pelayanan bahwasannya di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah baik dan juga di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo mempunyai tujuan agar masyarakat gemar menabung. Dari hasil penelitian bahwa ibu Fuyati menuturkan untuk kedepannya lagi petugas penarikan tabungan di tambah lagi, Karena jika petugas penabung tidak masuk maka tidak maksimal dalam penabungan.

b. Faktor Lokasi.

Yang kedua adalah Faktor Lokasi dimana Yang dimaksud faktor lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis artinya lokasi tersebut membuat nasabah lebih mudah untuk menjangkau Karena semakin strategis lokasi maka akan semakin besar peluang yang didapat. Jadi, faktor lokasi adalah ketepatan dalam pemilihan lokasi yang strategis yang dapat memudahkan nasabah dalam menjangkaunya.⁷⁴

Berdasarkan penjelasan diatas memang sesuai dengan realita dimana lokasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Lokasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo memang sangat startegis sebagaimana telah di tuturkan oleh bapak

⁷³ Radiansyah, *Analisis Faktor-Faktor Kualitas*, 211.

⁷⁴ Adi Putra, *Analisis Faktor-Faktor Kecendrungan*, 51.

Abdul Hadi selaku kepala Capem , sangat strategis selain tempatnya dekat dengan pasar, toko peracangan, toko tani dan terletak di jantung desa.

c. Faktor Promosi

Yang dimaksud faktor promosi meliputi iklan dan promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak bank kepada calon nasabah agar para calon nasabah dapat mengerti tentang kelebihan dan kekurangan produk yang dimiliki bank. Jadi, faktor promosi adalah aktivitas menyampaikan manfaat produk dan membujuk nasabah untuk menggunakan produk yang dimiliki bank.⁷⁵

Dari hasil temuan peneliti, dalam mempromosikan suatu produk calon penabung terkadang untuk mencerna dan menanggapi apa yang disampaikan oleh karyawan tentang produk tabungan mudharabah (tabah) itu tergantung bagaimana karyawan dalam mensosialisasikan produknya, sebagaimana telah dituturkan oleh bapak Zainul Mustofa selaku karyawan Aosp (Anggota Organisasi Simpanan Dan Pembiayaan) bahwasanya itu semua tergantung para karyawan yang memasarkan, jika yang disampaikan baik maka akan diterima dengan baik oleh para calon penabung dan justru dengan sebaliknya demikian. Tetapi kita harus sesuaikan dengan kondisi para calon penabung dan tidak semua yang telah disampaikan bisa di cerna.

⁷⁵ Adi Putra, *Analisis Faktor-Faktor Kecenderungan Nasabah*, 51.

d. Faktor Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan social yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seorang mengenai suatu hal.⁷⁶

Dari hasil temuan tambahan dilapangan, menjelaskan bahwa reputasi yang dimiliki oleh BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah baik dalam penilaian masyarakat sekitar, sebagaimana telah dituturkan oleh ibu Siti Fadilah bahwasanya reputasi BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo cukup baik dalam mempengaruhi minat menabung, karna selama menjadi anggota penabung, selalu merasakan kenyamanan dan rasa aman dalam berinteraksi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁷⁶ Radiansyah, *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan*, 212-213.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis minat penabung terhadap tabungan mudharabah (tabah) Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo maka dapat disimpulkan : Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung ada 4 yaitu : faktor yang pertama adalah faktor fasilitas pelayanan yang mana fasilitas ini sangatlah penting dikarenakan faktor fasilitas sangat berpengaruh bagi penabung karena mayoritas orang yang menabung di Koperasi Simpan Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo orang muslim jadi harapan BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo agar terhindar dari riba dan uang tabungan yang di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo menggunakan akad bagi hasil. Kedua yaitu faktor lokasi yang mana lokasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo sangatlah strategis dikarenakan lokasi ini berdekatan dengan pasar Widoropayung dimana banyak pedagang kaki lima, toko peracangan, toko tani. Ketiga, yaitu faktor promosi yang mana sikap penabung dalam mencerna dan menanggapi yang disampaikan oleh karyawan tentang produk tabungan mudharabah (tabah) itu tergantung bagaimana para karyawan dalam mensosialisasikan produknya, dan itu disesuaikan dengan para calon penabung dan tidak semua yang telah

disampaikan bisa di cerna., karna setiap orang cara pandangannya berbeda. Faktor yang keempat adalah faktor reputasi yang Mana BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ini sudah sangat baik dalam mempengaruhi minat penabung, karena setiap penabung yang menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan, senantiasa merasa aman.

B. Saran

Adapun saran yang dikemukakan oleh peneliti mengenai “Analisis Minat Nasabah Dalam Produk Tabah Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo“ sebagai berikut:

1. Kepada Koprasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo untuk memaksimalkan penarikan petugas tabungan agar penabung lebih giat untuk menabung.
2. Kepada masyarakat penabung agar lebih antusias untuk menabung di produk tabungan mudharabah (tabah)
3. Bagi peneliti selanjutnya, bahwa: peneliti dengan judul “Analisis Minat Nasabah Dalam Produk Tabah Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo“ ini masih belum sempurna dan perlu banyak perbaikan dari berbagai sudut pandang lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hadi, Wawancara Kepala capem BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 17 Oktober 2024.
- Abdurrahmat Fathoni, Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 104. [Metodologi penelitian dan teknik penyusunan skripsi - 2006 \(bsi.ac.id\)](#)
- Alif Wahyu Anggraini, Lukmanul Hakim, “Analisis Implementasi Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) Di KSPPS Baitul Maal Wa Tamwil Nuansa Ummah Jawa Timur Cabang Galis Kabupaten Pamekasan,” , (Skripsi IAIN Madura 2021).
- Anisa, Wawancara anggota penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.
- Asmawati, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar, (skripsi Universitas Islam Negri Alauddin Makassar, 2022).
- Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M. (Metode penelitian), 1, [Metode Penelitian - Google Books](#).
- Dwi Vinta Bela, Sestrategi Pemasaran Produk Simpanan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSPPS BMT Sumatra Barat Cabang Belimbing, (Skripsi UIN Mahmud Yunus Batusangkar, 2022)
- Erwin, Pengaruh Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Genteng Gajah Mada, (Skripsi UIN Khas Jember, 2023)
- Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo, 18 Oktober 2024.
- Heni Noviarita Tohari, Kepuasan Nasabah Tinjauan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah,(Indramayu: Cv. Adanu Abimata), 97. https://www.google.co.id/books/edition/Kepuasan_Nasabah_Tinjauan_Melalui_Kualit/c6kQEQAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Faktor+kualitas+pelayanan+nasabah&pg=PA124&printsec=frontcover
- Husani Mansur Dan Dhani Gunawan, “Manajemen Pemasaran Produk Bank Syariah”, (Bengkulu CV. Brimedia Global, 2024), 9-10, [Manajemen pemasaran produk bank syariah - Google Books](#).

- Iskandar, Metodolog Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif) (Jakarta: GP Press, 2009), 230. https://books.google.co.id/books/about/Metodologi_penelitian_pendidikan_dan_sos.html?id=nYrmjwEACAAJ&redir_esc=y
- Kantor Cabang Kota Pematangsiantar),” Jurnal Ekonomi Islam, no.2 (2020) : 212-213, [Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah\(Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar\) | Radiansyah | Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam.](#)
- Kharina Malihatul Hasanah, Strategi Promosi Untuk Menarik Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Mumbulsari Kabupaten Jember, jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, agustus 2021
- Krisna Sudjana, Rizkison, “Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif,” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, no.02 (2020): 186-187, [Peran Baitul Maal Wat Tamwil \(BMT\) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif | Sudjana | Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam \(stie-aas.ac.id\).](#)
- Lexy J Moleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 186. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Lisa Jolanda Catherine Polimpung, Perilaku konsumen Teori dan Praktik, (Sukarajaya : PT. Sada Kurnia Pustaka, 2024) 29-34.
- Lisa Jolanda Catherine Polimpung, Perilaku konsumen Teori dan Praktik, (Sukarajaya : PT. Sada Kurnia Pustaka, 2024) 29-34.
- M Radiansyah, “Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah(Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar),” Jurnal Ekonomi Islam, no.2 (2020) : 212-213, [Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah\(Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar\) | Radiansyah | Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam.](#)
- Matnin, Dian Anggraini, Fatimah, Haifatul Hasanah, Noviatu Zahroh, Uswatun Hasanah, “Model Pelayanan Tabungan Anggota KSPPS BMT NU Cabang Larangan,” Jurnal Ekonomi dan Perbankan, no.01 (2023): 504-505, [b4d57b86a42ff68f6963a295c9f30b7a1290.pdf \(semanticscholar.org\).](https://www.semanticscholar.org/paper/Model-Pelayanan-Tabungan-Anggota-KSPPS-BMT-NU-Cabang-Larangan/Matnin-Anggraini-Fatimah-Haifatul-Hasanah-Noviatu-Zahroh-Uswatun-Hasanah/4b4d57b86a42ff68f6963a295c9f30b7a1290)
- Muhammad Idris, Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah, (skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan, 2020)

- Siti Romlah, Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif), April 2021, 3
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 246. https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Jakarta: Balai Pustaka,2002), 206.
- Susilowati Rahayuningsih, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Di Lembaga Keuangan Syariah”, Jurnal Riset Ilmiah, no.6 (2024), 2796, [FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKARIR MAHASISWA DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH | SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah \(nusantaraglobal.ac.id\)](https://www.nusantaraglobal.ac.id/index.php/SENTRI).
- Tasya Tiyana, Rofikatul Husnah, Dian Rosinawati, “Analisis Prosedur Dan Persyaratan Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ujung Berung 1,” Eksisbank, no.1 (2023): 58, [View of Analisis Prosedur Dan Persyaratan Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ujung Berung1 \(sties-purwakarta.ac.id\)](https://www.sties-purwakarta.ac.id/).
- Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UIN KHAS Jember (Jember : UIN KHAS Jember Press, 2018), 47
- Umrati, Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif (teori konsep dalam penelitian pendidikan) 2020, hlm 120 https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Data_Kualitatif_Teori_Konsep_da/GkP2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+Reduksi+Data&pg=PA113&printsec=frontcover
- Wardatut Toyibah, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung terhadap produk tabungan mudhrabah (TABAH) di koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah Baitul mal war tamwil nuansa umat cabang jenggawah, (Skripsi UIN Khas Jember, 2023)
- Zahrotun Nisak, Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah (Tadhabbur) Di BPRS Lantabur Tebuireng KC Gresik Perspektif Marketing Syariah, (skripsi IAIN Kediri, 2021)
- Zukhruf Dinnisa’ Ul Furqana, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia, (Skripsi, Universitas Islam Malang, 2022).

Lampiran 1

MATRIKS PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METEDELOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo	1. Minat Nasabah 2. Tabungan Mudharabah (Tabah)	1. Minat Penabung 2. Nasabah	1. Pengertian Minat 1. Pengertian Nasabah 2. Proses keputusan Nasabah	Informan : a. Kepala Capem BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. b. Karyawan bagian AOSP BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. c. Penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo. Dokumen : a. Foto-foto b. Web BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo.	1. Pendekatan penelitian Kualitatif bersifat Deskriptif 2. Jenis Penelitian Penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) 3. Lokasi penelitian BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo 4. Teknik pengumpulan data a. Observasi. b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Analisis data a. Pengumpulan Data b. Kondensasi data c. Penyajian data d. Penarikan kesimpulan 6. Keabsahan data Triangulasi Data : - Triangulasi sumber - Triangulasi Teknik 7. Tahap-tahap penelitian a. Tahap pra lapangan b. Tahap pelaksanaan c. Tahap penyusunan laporan	Apa Saja Faktor-faktor yang memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo ?

Lampiran 2

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Syahda Kamila
NIM : 211105010029
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad
Siddiq Jember
Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 01 Juli 2002
Alamat : Kp. Sekolahan, Rt/Rw. 001/001,
Widoropayung, Kec. Besuki
Kab. Situbondo

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Di BMT UGT Sidogiri Nusanantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo" adalah hasil karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian pertanyaan keaslian skripsi ini, dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 29 Agustus 2024

nyatakan



UNIVERSITAS ISLAM Negeri
NABILA SYAHDA KAMILA
NIM. 211105010029

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan Kepada Pihak Penabung

1. Mengapa memilih produk Tabungan Mudharabah (Tabah)?
2. Apa tujuan memilih produk Tabungan Mudharabah (Tabah)?
3. Apa saja kelebihan dan kekurangan produk di BMT dibandingkan dengan lembaga keuangan yang lain?
4. Informasi tentang Tabungan Mudharabah (Tabah) diperoleh dari mana?
5. Apa yang menjadi ketertarikan memilih produk Tabungan Mudharabah (Tabah) di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo?
6. Apa saja pelayanan yang telah diberikan oleh pihak BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo?

Pertanyaan Kepada Pihak BMT NU

1. Berapa jumlah data penabung di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo?
2. Bagaimana struktur organisasi di BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo?
3. Perilaku penabung BMT UGT Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo?
4. Apa saja yang menjadikan minat penabung dalam menggunakan produk tabungan mudharabah?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1164 /Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024

15 Oktober 2024

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung

Jl.Sumbermalang Widoropayung Krajan RT 02 RW 03, Kab. Situbondo, Besuki.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Nabila Syahda Kamila
NIM : 211105010029
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai **Analisis Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo** di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



Lampiran 5



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
BMT-UGT NUSANTARA
Usaha Gabungan Terpadu
Badan Hukum : AHU-0002288.AH.01.26.1AHUN.2020 (31 Desember 2020)



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini kepala Capem BMT UGT Nusantara Capem Widoro Payung menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : NABILA SYAHDA KAMILA
NIM : 211105010029
Program Studi : Perbankan Syari'ah

Telah melaksanakan penelitian di BMT UGT NUSANTARA Capem Widoro Payung mulai tgl 17 Oktober 2024 s.d 24 Oktober 2024 dengan judul ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH (TABAH) di Bmt Ugt Nusanta Capem Widoro Payung Besuki Situbondo.

Dengan demikian Surat Keterangan ini kami buat agar dipergunakan sebagaimana mestinya

Situbondo, 24 Oktober 2024

ABDUL HADI
KCP.BMT UGT

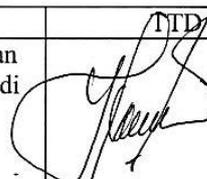
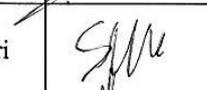
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
HAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 6

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian:

BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung Jl.Sumbermalang Widoropayung
Krajan, Kec. Besuki, Kab. Situbondo, Jawa Timur, ID, 68356.

NO	Hari Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
	Kamis, 17 Oktober 2024	Menyerahkan surat izin penelitian dan Wawancara dengan bapak Abdul Hadi kepada Selaku Kepala Capem BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Jumat, 18 Oktober 2024	Wawancara dengan Zainul Mustofa selaku karyawan bagian Aosp BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Jumat, 18 Oktober 2024	Wawancara dengan Ibu Siti Fadilah Selaku penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Jumat, 18 Oktober 2024	Wawancara dengan Ibu Anisa Selaku penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Jumat, 18 Oktober 2024	Wawancara dengan Ibu Halimatus Sya'diyah Selaku penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Jumat, 18 Oktober 2024	Wawancara dengan Ibu Fuyati Selaku penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Jumat, 18 Oktober 2024	Wawancara dengan Ibu Nur Aini Selaku penabung BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	
	Kamis, 24 Oktober 2024	Meminta surat keterangan selesai penelitian di BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung.	

Situbondo, 24 Oktober 2024


Abdul Hadi

Lampiran 7



Wawancara dengan bapak Abdul Hadi



Wawancara dengan Zainul Mustafa dan Ibu Siti Fadilah



Wawancara dengan ibu Anisa



Wawancara dengan ibu Halimatus Sya'diyah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Wawancara dengan ibu Fuyati



Wawancara dengan ibu Nur Aini

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 8



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

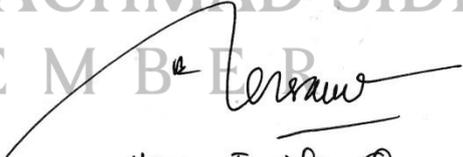
Nama : Nabila Syahda Kamila
NIM : 211105010029
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : Analisis Minat Nasabah Dalam Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Di BMT UGT Sidogiri Nusantara Capem Widoropayung Besuki Situbondo

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 25 November 2024
Operator DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


(Hersa Fariha Q.)



Lampiran 9



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Nabila Syahda Kamila
NIM : 211105010029
Semester : VII (Tujuh)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 25 November 2024
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA.
NIP.198809232019032003



Lampiran 10

BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Nabila Syahda Kamila
Alamat : Kp. Sekolahan, Rt/Rw. 001/001, Widoropayung, Kec.
Besuki, Kab. Situbondo
Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 01 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Kawin
Email : nabilask.0102@gmail.com
No.Hp : 08978063400

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Nurul Yaqin (2007-2009)
2. MI. Nurul Yaqin (2009-2015)
3. Mts Nurul Yaqin (2015-2018)
4. MA Nurul Yaqin (2018-2021)
5. UIN KHAS JEMBER (2021-2024)