MINAT MASYARAKAT DALAM MENJADI NASABAH

PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG SURAKARTA

Laporan Magang

Disusun Oleh :

Safiria Diah Pramesti

17213021

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2020

MINAT MASYARAKAT DALAM MENJADI NASABAH

PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG SURAKARTA

Laporan Magang

Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Safiria DiahPramesti
17213021

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2020

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

MINAT MASYARAKAT DALAM MENJADI NASABAH PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG SURAKARTA

Disusun Oleh:

Nama	**: Safiria Diah Pramesti**
No. Mahasiswa	**: 17213021**
Jurusan	**: Perbankan dan Keuangan**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal 08 Mei 2020
Dosen Pembimbing

(Nur Ellyanawati E R, SE.,MM)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

"Saya yang bertanda-tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 08 Mei 2020

Penulis



Safiria Diah Pramesti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Sholawat serta salam yang senantiasa tercurah kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW, Karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikanlaporan magang ini dengan judul "Minat Masyarakat Dalam Menjadi Nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta"

Terselesaikannya laporan magang ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya bagi seluruh pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil sehingga dapat terselesaikannya laporan magang ini. Terutama kepada:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunianya.
2. Kepada orang tua dan saudara yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si selaku ketua program studi perbankan dan keuangan yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu kegiatan magang dan membimbing penulis dalam kegiatan akademik.
4. Nur Ellyanawati ER, SE.,MM yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan yang sangat berguna dalam penyelesaian laporan magang ini.
5. Bapak Syahdian Noor selaku Kepala Cabang Bank BNI Syariah Surakarta yang telah memberikan kesempatan magang.

6. Semua staff dan karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta yang telah banyak membantu dalam kegiatan magang.
7. Teman-teman Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia angkatan 2017, khususnya Prodi Perbankan dan Keuangan atas kebersamaan dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengalaman yang penulis miliki. Maka penulis memohon untuk diberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Penulis berharap laporan magang ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Yogyakarta, 08 Mei 2020

Penulis,



Safiria Diah Pramesti

NIM. 17213021

DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Halaman Pengesahan ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan iii
Kata Pengantar iv
Daftar Isi vi
Daftar Tabel viii
Daftar Gambar ix
Daftar Lampiran x
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Dasar Pemikiran Magang 1
1.2 Tujuan Magang 5
1.3 Target Magang 5
1.4 Bidang Magang 6
1.5 Lokasi Magang 6
1.6 Jadwal Magang 7
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang 7
BAB II LANDASAN TEORI 9
2.1 Minat Nasabah 9
2.1.1 Pengertian Minat 9
2.1.2 Nasabah Bank Syariah 9
2.1.3 Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah 11
2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat 12
2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah 14
2.2 Bank Syariah 17
2.2.1 Pengertian Bank 17
2.2.2 Pengertian Bank Syariah 19
2.2.3 Produk-Produk Bank Syariah 23
2.2.4 Akad-Akad Bank Syariah 27

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF 29
3.1 Data Umum 29
3.1.1 Sejarah Berdirinya BNI 46 29
3.1.2 Sejarah Berdirinya BNI Syariah 30
3.1.3 Visi, Misi dan Moto Layanan 33
3.1.4 Identitas Perusahaan 34
3.1.5 Keunggulan BNI Syariah 34
3.1.6 Struktur Organisasi 35
3.1.7 Produk-Produk Bank BNI Syariah Surakarta 42
3.2 Data Khusus 47
3.2.1 Deskripsi Data Responden 47
3.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Surakarta 49
3.2.3 Faktor yang Dominan Berpengaruh Bagi Masyarakat Dalam Memilih PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta 56
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 57
4.1 Kesimpulan 57
4.2 Saran 58
DAFTAR PUSTAKA 60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal kegiatan magang 7
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional 21
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 47
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 48
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan..... 49
Tabel 3.5 Prosentase Faktor Lokasi Terhadap Minat Nasabah..... 50
Tabel 3.6 Prosentase Faktor Reputasi Terhadap Minat Nasabah..... 52
Tabel 3.7 Prosentase Faktor Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah.... 53
Tabel 3.8 Prosentase Faktor Promosi Terhadap Minat Nasabah 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Denah Lokasi Magang 6
Gambar 3.1 Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Surakarta 36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Draf Wawancara

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Data Karakteristik Responden

Lampiran 4 : Hasil Distribusi Data Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Pada zaman sekarang ini, beragam segi kehidupan sudah mengalami banyak perubahan dan perkembangan. Termasuk dalam dunia perbankan baik perbankan konvensional maupun syariah. Menghadapi persaingan yang ketat dalam dunia perbankan, dibutuhkan ilmu pengetahuan bagi seseorang terutama dalam hal perkembangan teknologi. Persaingan yang semakin bertambah ketat antara perbankan satu dengan yang lain, khususnya dalam perbankan syariah, maka dibutuhkan sebuah sumber daya manusia yang profesional dalam menjalankan usahanya di industri bisnis perbankan syariah (Widyasari, 2014).

Yupitri dan Sari (2012) mengungkapkan bahwa pada saat ini perbankan syariah menjadi sebuah alternatif dari perbankan konvensional yang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat untuk menggerakkan dunia perekonomian bagi mereka, oleh karena hal tersebut maka diperlukan sebuah sistem yang diatur secara sistematis dan sebaik mungkin sehingga dalam pengaturan khusus. Aturan-aturan sistem dari perbankan syariah tersebut harus dapat membantu kepentingan bagi umum yang dapat diterima oleh semua masyarakat dalam bentuk yang universal dengan tidak memandang agama baik itu Muslim maupun non Muslim. Kita ketahui bahwa sekarang ini perbankan syariah mulai banyak diminati oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia. Masyarakat sebagai calon nasabah

selalu memiliki alasan-alasan dalam pengambilan keputusan termasuk dalam hal ini adalah keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Pada hakikatnya bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang dalam kegiatan melayani masyarakat sebagai nasabahnya dengan sistem berdasarkan syariah yaitu meninggalkan riba atau bunga bank. Menghindari dari sistem bunga bank yang disebut riba dalam ajaran Islam merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh pihak bank syariah dalam menegakkan prinsip Islam di dalam kegiatan operasional bank. Pada saat ini banyak para pelaku ekonom muslim khususnya telah memberikan kepercayaan kepada bank syariah yang digunakan untuk transaksi kesehariannya guna meninggalkan sistem bunga bank yang berlaku pada bank konvensional dan lebih memilih guna menjalankan perintah yang sesuai dengan etika Islam dalam bermuamalah. Hal ini dilakukan agar mereka bebas dari bunga bank atau riba dalam transaksi kesehariannya baik dalam bisnis maupun dalam transaksi alokasi dana lainnya termasuk pendapatan mereka. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Ali-Imran ayat 130 :

يَاأَيُّهَاالَّذِينَآمَنُوالاتَأْكُلُواالرِّبَاأَضْعَافًامُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُواااللَّهَلَعَلَّكُمْتُفْلِحُونَ

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung" (Q.S. Ali Imron, 130).

Riba yang dimaksud dalam ayat tersebut adalah riba *nasi'ah*. Riba *nasi'ah* menurut sebagian ulama adalah riba tersebut selamanya haram walaupun tidak berlipat ganda, besar maupun kecil riba tersebut tetaplah haram hukumnya. Secara praktis dan fisilogis, bank syariah didirikan tanpa mengambil sistem bunga di

dalam transaksinya. Sehingga diharapkan adanya bank syariah dapat memberikan keringanan bagi masyarakat yang menjadi nasabahnya. Karena dalam bank konvensional sudah diketahui dengan jelas adanya sistem bunga bank atau riba yang hal ini memiliki kelemahan. Kelemahan tersebut antara lain: (1) Adanya bunga dalam setiap transaksi akan terdapat unsur melanggar keadilan. (2) Kurangnya kebebasan bagi pelaku bisnis atau dapat menimbulkan kebangkrutan. (3) Demi menjaga keamanan uang nasabah beserta bunganya, membuat pihak bank merasa cemas dalam pengembalian uang pokok beserta bunganya. (4) Dalam bank konvensional, bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha, kecuali bila ada jaminan kepastian pengembalian modal dan pendapatan bunga mereka.

Bank syariah dengan sistemnya yang dijalankan dapat dikatakan mengalami suatu keberhasilan. Keberhasilan ini sudah tentunya ada faktor-faktor didalamnya yang mendukung keberhasilan sistem bank syariah. Faktor utama dalam keberhasilan bank syariah tersebut salah satunya adalah karena adanya kualitas pelayanan yang memuaskan bagi nasabah, sehingga nasabah tidak ragu-ragu dalam mengambil keputusan untuk memilih bank syariah dalam transaksi kesehariannya. Permasalahan diminati atau tidaknya bank syariah merupakan prinsip berbeda pribadi seseorang yang mempunyai selera masing-masing. Terdapat berbagai faktor yang mendorong masyarakat berminat menjadi nasabah bank syariah. Faktor-faktor tersebut antara lain produk, pendapatan, lokasi, pelayanan, reputasi dan promosi. Oleh karena itu, agar masyarakat berminat dengan bank syariah, pihak bank dituntut untuk memperhatikan faktor-faktor tersebut.

Minat adalah sesuatu yang mendorong masyarakat untuk melakukan sesuatu dalam hidupnya yang berguna untuk mewujudkan apa yang menjadi impian dan cita-citanya yang dilakukan sesuai dengan keinginan yang telah ditentukan dan dipilihnya. Minat untuk melakukan sesuatu yang dimaksud disini adalah minat untuk menjadi nasabah bank syariah. Minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya (Yudrik Jahja, 2011).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain: 1) kebutuhan fisik, sosial dan egoistik, 2) pengalaman (Yudrik Jahja, 2011:63). Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

PT. BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta merupakan salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang berdiri dilingkungan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab sosial untuk mensejahterakan umat Islam, dengan penyebaran jumlah nasabah yang tidak sedikit, karena itu BNI Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah perlu mengetahui berbagai hal tentang nasabahnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam keputusannya memilih Bank BNI Syariah, dengan melihat kuantitas nasabah yang tidak sedikit, BNI Syariah

diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya, dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Hal tersebut sejalan dengan tujuan dari bank syariah yakni berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota nasabahnya dan masyarakat, dengan memberdayakan (*empowering*) anggota supaya dapat mandiri. Selain itu alasan dilakukan penelitian pada PT. Bank BNI Syariah karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini. Agar mampu mensosialisasikan ke masyarakat luas, maka perusahaan tentunya harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah tersebut, maka pihak bank yang bersangkutan dapat memahami perilaku konsumen yang dalam hal ini adalah nasabah dalam minat mereka menjadi nasabah bank syariah. Sebuah tantangan yang tidak mudah dalam memahami perilaku konsumen yang notabenenya memiliki karakter yang berbeda-beda. Terkadang ditemukan konsumen yang memiliki suatu keinginan tertentu tetapi yang dilakukan justru sebaliknya yang jauh dari kata pemenuhan keinginan atau kebutuhan (Muhammad Fauzi, 2010).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta dengan judul **"Minat Masyarakat Dalam Menjadi Nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta"**.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.
2. Untuk mengungkapkan faktor yang dominan berpengaruh bagi masyarakat dalam memilih PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.

1.3 Target Magang

Target magang yang ingin diperoleh antara lain :

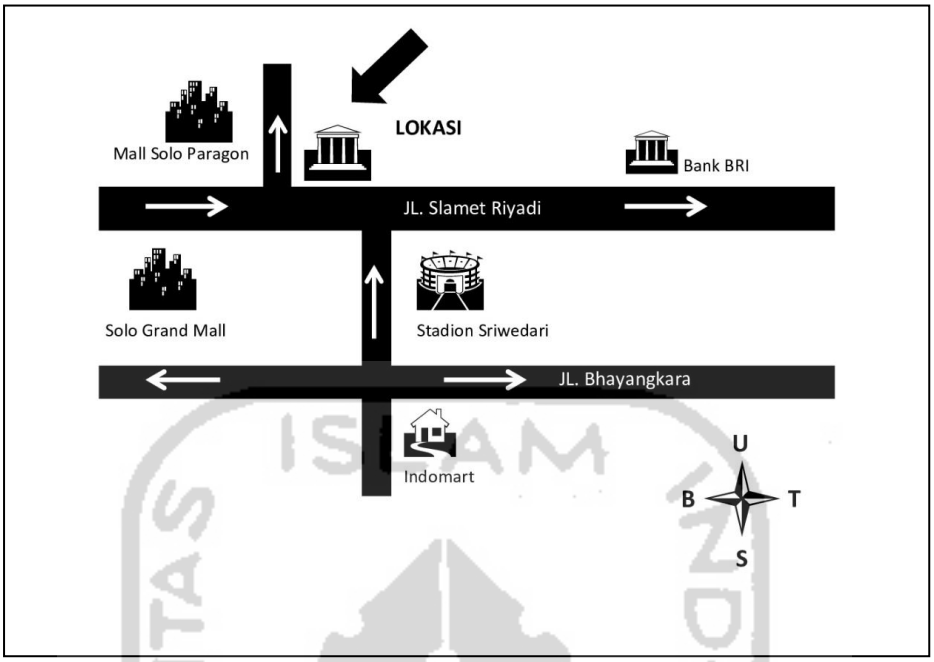
1. Mampu memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.
2. Mampu mengungkapkan faktor yang dominan berpengaruh bagi masyarakat dalam memilih PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang diinginkan dan sesuai dengan tujuan dan target magang adalah pada bagian : *Funding Officer (FO)* dan *Customer Service (CS).*

1.5 Lokasi Magang

Lokasi magang bertempat di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta yang beralamat di JL. Slamet Riyadi No.318, Sriwedari, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57141



Gambar 1.1
Denah Lokasi Magang

1.6 Jadwal Magang

Jadwal pelaksanaan magang di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta selama 3 (tiga) minggu, pada tanggal 24 Februari 2020 sampai 17 Maret 2020. Magang dilaksanakan sesuai jam kerja sesuai kebijakan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Adapun jadwal kegiatan magang sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal kegiatan magang

Tahun	**2020**															
Bulan	**Februari**				**Maret**				**April**				**Mei**			
Minggu Ke-	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Pembekalan Magang																
Pengajuan Surat Pengantar Magang																
Pelaksanaan Kegiatan Magang																
Bimbingan Laporan Magang																
Penyusunan Laporan Magang																

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan laporan magang disusun dalam empat bab, dengan bahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, sistematika penulisan laporan magang.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang dasar-dasar teori yang melandasi permasalahan terkait dengan topik penulisan. Landasan teori dalam bab ini meliputi teori tentang minat nasabah dan teori tentang bank syariah.

BAB III : ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini berisikan tentang gambaran umum perusahaan seperti visi dan misi perusahaan, budaya kerja, struktur organisasi perusahaan, dan data-data lainnya terkait dengan pelaporan hasil pelaksanaan magang.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup dari penyusunan laporan magang ini dimana berisi kesimpulan yang diambil dari data-data yang didapatkan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.3 Minat Nasabah

2.3.1 Pengertian Minat

Pada hakikatnya minat adalah sebuah keinginan dari diri sendiri yang dilakukan dengan kesadaran diri sendiri tanpa adanya pihak yang memaksa yang bertujuan untuk mencapai tujuan atau cita-cita yang diinginkannya. Minat sama halnya dengan menyukai atau menggemari terhadap sesuatu yang berbeda antara orang satu dengan yang lain. Minat ada hubungannya dengan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan seseorang membutuhkan proses yang tidak mudah, butuh pemikiran yang khusus untuk mengambil sebuah keputusan agar tidak salah memilih. Pengambilan keputusan atau pembelian untuk menggunakan suatu produk merupakan suatu penentuan yang akan digunakan oleh seseorang dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya yang bertujuan untuk mencapai keinginannya (Sofyan Assauri, 2011:141).

2.3.2 Nasabah Bank Syariah

Nasabah adalah seseorang yang memiliki rekening bank, baik itu rekening tabungan maupun rekening simpan pinjam pada bank. Nasabah adalah seseorang yang memiliki hubungan dengan bank yang dipilihnya yang ia disebut seorang nasabah bank tersebut (Nur Rianto, 2010:189). Dapat disebut bahwa nasabah merupakan seseorang yang telah memilih menggunakan produk atau jasa dari bank yang dipilihnya.

Sebelum memahami kebutuhan seorang nasabah, sebagai lembaga keuangan, bank harus dapat memahami beberapa persoalan seperti berikut ini (Nur Rianto, 2010:190):

1. Mampu memahami yang menjadi tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh nasabahnya
2. Mampu memahami seberapa mampunya nasabah memprioritaskan tujuannya
3. Mampu memahami produk mana yang cocok untuk ditawarkan kepada nasabah guna membantu nasabah menyelesaikan atau menemukan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapinya.

Lebih mendalam lagi bahwa di Indonesia terhadap banyak jumlah masyarakat yang memiliki komoditas atau komposisi yang sangat komplek, maka dari itu munculnya bank syariah diharapkan dapat membantu segala persoalan khususnya dalam perihal perekonomian atau keuangan tidak hanya untuk masyarakat Muslim tetapi mencakup semuanya tanpa memandang agama atau kepercayaan masyarakat lain. Oleh karena itu, keberadaan bank syariah di Indonesia harus dapat memberikan sumbangan atau mengakomodasi semua warga negara Indonesia (Nur Rifa'i, 2017).

Pernyataan tersebut sejalan dengan Munawarotul (2015) yang menyebutkan bahwa lembaga keuangan yang dijalankan dengan sistem atau prinsip syariah Islam harus dapat mudah digunakan oleh seluruh masyarakat yang berminat menjadi nasabah tanpa memandang agama, dalam artian tidak hanya

ditujukan kepada kaum Muslim, namun dapat digunakan juga oleh umum yang dapat dibagi beberapa golongan sebagai berikut :

1. Masyarakat yang beragama muslim
2. Masyarakat yang beragama non muslim
3. Pemerintah
4. Masyarakat penerima zakat dan amil zakat
5. Tenaga kerja
6. Konsumen

2.3.3 Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Menjadi seorang nasabah dari sebuah bank merupakan sebuah keputusan konsumen atau dapat juga disebut dengan minat daya beli. Minat untuk membeli suatu produk merupakan salah satu komponen dari perilaku konsumen yang bersikap mengkonsumsi. Minat membeli adalah suatu perilaku pengambilan keputusan, yang dalam pengambilan keputusan ini diperlukan proses-proses sebelum pada akhirnya memutuskan untuk memakai atau membeli suatu produk atau jasa yang dipercaya dapat memenuhi kebutuhannya dalam mencapai suatu tujuan (Suyono, Sri dan Pramono, 2012:136).

Suatu produk ataupun jasa dapat disebut telah dibeli atau dipakai oleh seorang konsumen adalah ketika produk atau jasa tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Dalam pengambilan keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk atau jasa, seorang konsumen perlu mempertimbangkan resiko maupun manfaat yang akan diterimanya jika memakai atau membeli produk tersebut. Apabila dalam pemakaian produk tersebut banyak mendapatkan

manfaatnya maka minat konsumen dalam pembelian akan semakin tinggi, sebaliknya apabila nilai daya manfaat dari produk rendah maka daya minat pembelian akan turun. Menurut Kotler dan Keller (2016:15) menjelaskan bahwa perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu barang atau jasa dari seorang konsumen untuk dapat melakukan pembelian yang berguna untuk memenuhi keinginannya.

Ketika suatu produk atau jasa telah digunakan atau dibeli oleh konsumen, maka hal tersebut dapat dikatakan bahwa produk telah dibeli. Beragam karakteristik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Konsumen dalam mengambil keputusan beli memerlukan sebuah rangsangan yang berbeda-beda yang bersifat sangat kompleks. Motivasi dan dukungan dari berbagai pihak sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Dari paparan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat beli merupakan suatu keinginan yang lahir dari hati seseorang tanpa adanya paksaan dari pihak lain yang diyakini dapat memenuhi kebutuhannya yang memiliki kualitas produk yang baik.

Sedangkan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah adalah sebuah keputusan dari seseorang yang sudah dilakukan pemilihan terhadap sebuah bank syariah. Minat menjadi nasabah bank syariah dapat dilihat berbagai aspek, aspek-aspek ini mencakup aspek minat, keinginan, dan keyakinan. Minat ditunjukkan menggunakan kekuatan atau yang membuat seseorang tertarik pada sesuatu, perasaan perhatian, perasaan bahagia atau suka. Keinginan diindikasikan oleh keinginan untuk ingin dipenuhi yang lebih mengikat dan tidak memiliki kewajiban untuk segera dipenuhi. Sementara kepercayaan ditampilkan dengan

menggunakan kepercayaan dan sebagainya pada individu terhadap kualitas, kegunaan dan keuntungan sesuai dengan produk yang akan dibeli.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Crow dan Crow (2001) dalam (Ro'uf, 2011) berpendapat bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi munculnya minat, yaitu;

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi adanya minat seseorang, antara lain (Ro'uf, 2011) :

1. Faktor dorongan dari dalam

Dorongan dari dalam diri seseorang merupakan faktor yang mengarahkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya yang muncul dari setiap individu. Faktor-faktor tersebut bisa meliputi beberapa hal, baik itu bersifat lahir, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya yang ada pada diri individu yang mendorong untuk melaksanakan suatu pekerjaan.

2. Faktor motif sosial

Faktor ini merupakan faktor keinginan bahwa seseorang ingin memperoleh pengakuan oleh pihak luar atau lingkungan sekitar yang membangkitkan minat untuk melaksanakan pekerjaan agar dapat memenuhi kebutuhan diri sendiri dan orang lain. Hal ini dapat dikatakan adalah faktor sosial, baik dalam hal status pekerjaan ataupun yang lainnya yang berupa perhatian dan penghargaan untuk dirinya dari pihak luar.

3. Faktor emosional atau perasaan

Faktor ini merupakan salah satu faktor yang muncul karena adanya suatu keinginan atau kegemaran seseorang terhadap sesuatu. Faktor ini didorong oleh

rasa suka atau senang yang lahir secara alami tanpa adanya gangguan dari pihak lain. Faktor ini timbul setelah emosi menyenangkan pada suatu pekerjaan sebelumnya.

Berdasarkan ketiga faktor tersebut, dapat diketahui bahwa minat masyarakat dalam memutuskan untuk pembelian atau penggunaan suatu produk maupun jasa dapat dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri sendiri, faktor sosial yang berupa pengakuan dan faktor emosional atau perasaan suka atau senang terhadap suatu produk. Minat menjadi seorang nasabah dari bank syariah merupakan minat seseorang untuk menggunakan jasa bank syariah baik berupa menabung atau menyimpan uang maupun melakukan pinjaman uang sebagai modal atau kebutuhan yang lainnya sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Dalam keputusannya untuk menetapkan benar-benar menjadi nasabah bank syariah masyarakat akan memperhatikan kualitas produk dan juga kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Selain hal tersebut, yang menarik minat masyarakat menjadi nasabah adalah manfaat yang akan dipeolehnya selama menjadi nasabah.

2.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah ada yaitu (Hardiansyah, 2011):

1. Teori Lokasi

Perkembangan dunia usaha yang dalam hal ini adalah dunia perbankan sudah mengalami perkembangan yang signifikan khususnya perbankan syariah.

Perbankan syariah diharapkan dapat membantu kebutuhan bagi masyarakat pada umumnya dan bagi nasabah pada khususnya dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena hal tersebut, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan harus memperhatikan faktor-faktor guna menarik minat masyarakat menjadi nasabah, salah satunya adalah faktor lokasi. Agar dalam aktivitas seharinya dimudahkan maka perbankan harus memilih lokasi yang strategis dalam penentuan lokasi yang akan digunakan. Lokasi bank sangat penting diperhatikan agar nasabah dengan mudah dalam menyelesaikan urusannya dengan pihak bank (Hardiansyah, 2011). Penentuan lokasi ini dapat memperhatikan dari jarak tempuh dari tempat tinggal nasabah, lokasi yang mudah dijangkau dengan alat transportasi dan mudah ditemukan lokasinya. Semakin strategis dan mudah dijangkau dengan alat transportasi apapun bahkan jalan kaki sekalipun, maka hal ini akan menjadi salah satu faktor yang menarik minat masyarakat untuk memilih bank yang bersangkutan dalam permasalahan keuangannya.

2. Faktor pengetahuan dan produk

Sebelum mengambil keputusan untuk menjadi nasabah suatu bank, masyarakat harus memiliki pengetahuan tentang bank yang akan dipilihnya dan juga memahami dengan betul akan kebutuhan yang nantinya dapat dijadikan sebagai patokan dalam pemilihan produk bank yang sesuai. Pengetahuan yang dimaksud di sini dapat diperoleh dari pengalaman-pengalaman yang dimilikinya sendiri maupun pengalaman dari orang lain tentang sesuatu yang relevan. Dengan banyaknya pengalaman yang dimiliki baik pengalaman pribadi maupun dari orang

lain, maka hal tersebut dapat membantu seseorang untuk memantapkan seseorang dalam keputusan menjadi nasabah bank syariah (Nurul Indarti, 2014:14).

Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Wahjono, 2010:88). Sedangkan produk tabungan yaitu produk yang dikeluarkan bank kepada nasabah untuk dijadikan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan nasabah sesuai kebutuhan yang ada. Produk bank terdiri dari produk simpanan (giro, tabungan dan deposito), pinjaman (kredit) atau jasa-jasa bank lainnya seperti *transfer, kliring, inkaso, safe deposite box,* kartu kredit, *letter of kredit,* bank garansi, *traveler chaque*, bank draf dan jasa-jasa bank lainnya (Wahjono, 2010:15-16).

3. Teori Reputasi

Fombrun dalam Rosidah (2011:57) menjelaskan bahwa reputasi adalah gambaran kondisi atau keadaan perusahaan baik dilihat dari masalalu maupun masa yang akan datang yang berdasarkan pada nilai kebijakan yang diambil untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan lain. Reputasi suatu bank adalah sebuah nama baik yang dimiliki oleh sebuah bank yang dapat menciptakan hubungan yang baik dan menjaga nama baik sehingga dapat menimbulkan adanya suatu kepercayaan masyarakat. Dengan dimilikinya reputasi yang baik dan terpercaya, maka hal ini merupakan kunci dari kesuksesan bank dalam persaingan global. Nama baik atau reputasi yang dimiliki bank, maka hal ini akan menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah (Hasanah, 2015). Apabila kepercayaan

yang diberikan kepada bank, maka hal ini menjadikan tantangan bagi pihak bank untuk tetap menjaganya, karena tidak mudah mencari kepercayaan dari nasabah.

4. Faktor Fasilitas Pelayanan

Hardiansyah (2011), mendefinisikan pelayanan atau sistem administrasi ialah suatu kegiatan dalam rangka untuk membantu kebutuhan konsumen yang dilakukan dengan baik agar konsumen dapat menyelesaikan urusannya baik berupa produk maupun jasa antara pihak satu dengan pihak yang lain. Fasilitas pelayanan yang dapat diberikan dari bank untuk nasabahnya terdiri dari fasilitas fisik yang dapat berupa tempat yang nyaman dan aman, dan juga dari segi kualitas pelayanan yang memuaskan. Pegawai yang ramah dan cepat tanggap merupakan hal yang membuat nasabah merasa puas dengan keberadaan bank syariah.

5. Teori Promosi

Promosi merupakan upaya dari pelaku bisnis untuk mengenalkan produk yang dimilikinya agar dikenal oleh masyarakat luas. Dalam hal ini adalah promosi sebagai ajang pengenalan produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah. Promosi ini dapat berupa pengenalan jenis-jenis produk yang tersedia juga memberikan penjelasan mengenai keunggulan dan keuntungan yang nantinya dapat dinikmati oleh nasabah. Promosi adalah bagian dari pemasaran. Seorang pemasar harus mahir melakukan promosi. Memiliki jiwa Pemasar Syariah adalah aspek yang harus dimiliki oleh seorang pemasar Muslim dalam menjalankan tugas-tugas yang berkaitan dengan promosi. Terdapat beberapa karakteristik pemasaran menurut syariah dalam Islam yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi

seorang pemasar, di antara keempat karakteristik tersebut antara lain (Al Arif, 2010):

a. *Teitis (Rabbaniyah)*: artinya bahwa seorang *marketer* harus meyakini atau mempercayai hukum-hukum yang ditegakkan berdasarkan syariat yang berlandaskan ketuhanan merupakan hukum yang paling tepat dan tidak ada kurangnya dalam hal apapun. Sehingga marketer dituntut untuk dapat mempromosikan produk yang dimilikinya berdasarkan syariat atau berdasarkan religius dalam segala aspek, baik aspek penentuan harga, aspek marketingnya dan juga aspek desain produknya harus benar-benar menjunjung tinggi nilai-nilai religius (Al Arif, 2010).
b. *Etis (Akhlaqiyyah)*: sifat etis sebenarnya merupakan turunan dari sifat *teistis (Rabbaniyah)*. Seorang marketing selain memperhatikan nilai-nilai religiusnya dalam menjalankan aktivitas promosi sehari-harinya, harus memiliki nilai budi pekerti, akhlak (moral dan etika) dalam kegiatan sehari-harinya (Al Arif, 2010).
c. *Realistis (al-waqi'iyyah)*: artinya bahwa dalam konsep syariah, menekankan bahwa promosi merupakan sesuatu yang dapat dilakukan dengan fleksibel. Tidak adanya unsur memaksa dan mengharuskan orang lain menerima produk yang dimilikinya. Dalam mempromosikan suatu produk harus dengan keluasan syariah islamiyah sebagai pijakan atau pegangan hukum (Al Arif, 2010).
d. *Humanistis (insaniyyah)*: artinya sebagai seorang marketer harus bersikap menjaga wibawanya sebagai manusia ciptaan Allah yang paling sempurna

yang dibekali dengan akal pikirnya yang harus digunakan dalam melakukan segala aktivitas kegiatan sehari-harinya (Al Arif, 2010).

2.4 Bank Syariah

2.4.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Perbankan meliputi keseluruhan kegiatan usaha bank beserta sistem dan kebijakan yang terdapat di dalamnya. Perbankan di Indonesia dalam menjalankan kegiatannya selalu berlandaskan asas demokrasi ekonomi dan menggunakan prinsip-prinsip kehati-hatian. Fungsi bank selain sebagai tempat untuk menyimpan uang yang dipercaya lebih aman, juga sebagai tempat untuk memperoleh modal usaha dengan sistem pinjam dengan jaminan yang telah ditentukan aturannya yang bertujuan untuk pemerataan perekonomian dan pembangunan nasional untuk kehidupan yang lebih sejahtera. Perbankan merupakan perusahaan yang bersifat strategis dalam mengatur kelancaran sistem pembayaran, pelaksana kebijakan moneter dan mengatur keuangan agar tetap dalam kondisi yang stabil. Oleh karena hal tersebut, maka sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, perbankan harus bersifat transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Ketut Rindjin (2012:13) menjelaskan bahwa bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Kasmir (2012:23) mendefinisikan bank sebagai berikut: “Bank adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Dimana kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat

dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya".

Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 1998 tentang Perbankan: "Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak". Dari beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Bank merupakan badan usaha dalam bidang keuangan yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana masyarakat *(funding)*, menyalurkannya dalam bentuk kredit *(lending)*, serta memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat.

2.4.2 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang selalu berlandaskan peraturan Islam dalam kegiatannya. Islam sebagai sistem kehidupan (*way of life*) tidak hanya terbatas pada permasalahan peraturan atau hukum semata namun juga harus diiringi dengan tindakan dalam aktivitasnya yang selalu berpijak atau berpegang teguh pada ajaran Islam. Termasuk dalam hal ini perbankan sebagai salah satu *agent of development*. Untuk menjalankan kegiatan operasional bank syariah tetap berlandaskan pada hukum syariah dan tidak melanggarnya agar Ridho Allah SWT senantiasa selalu diperolehnya dan segala apa yang menjadi tujuan tercapai. Diakui bahwa dengan sistem yang berlandaskan pada hukum syariah, perbankan syariah yang diyakini tidak memberatkan nasabah dan dapat dipercaya bahwa bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam mencapai

tujuannya mulai diminati banyak masyarakat baik di Indonesia maupun negara lain (Irsyad Lubis, 2010).

Bank syariah adalah bank yang sistem perbankannya menganut prinsip-prinsip dalam islam. Bank syariah merupakan bank yang diimpikan oleh para umat islam. Selanjutnya para pakar memberikan pendapatnya mengenai pengertian bank syariah di bawah ini (Ismail, 2013:7):

1. Sudarsono menjelaskan bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam.
2. Perwataatmadja mengutarakan bahwa bank syariah adalah bank yang menjadikan hukum syariah Islam sebagai acuan atau pedoman dalam aktivitas operasional sehari-harinya agar dalam kegiatannya tersebut tidak terlepas dari pegangan hidup yaitu Al-quran dan Hadist.
3. Sedangkan Schaik mengutarakan bahwa bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang didirikan atas dasar hukum syariah Islam, yang dengan sistem meninggalkan sistem riba dan mengambil sistem bagi hasil antara bank dan nasabah.
4. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 menjelaskan perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang dalam aktivitasnya meliputi simpan pinjam uang, yang menaungi kegiatan usaha maupun kelembagaan di dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam menjalankan usahanya, bank syariah selalu berpedoman pada ajaran agama Islam dan

mengharapkan keridhaan Allah SWT. Terdapat beberapa jenis bank syariah antara lain Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang dalam kegiatan operasional sehari-harinya selalu berpedomankan pada hukum syariah. Dalam kegiatannya bank syariah berfungsi sebagai badan pembiayaan dan jasa keuangan lainnya dalam lintas pembayaran yang selalu dengan prinsip syariah. Berdasarkan hal tersebut, terlihat jelas bahwa terdapat beberapa perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah. Sejauh ini masyarakat hanya sebatas mengetahui perbedaan antara kedua bank tersebut hanya sebatas sistem bunga bank. Pada dasarnya terdapat perbedaan-perbedaan baik dari aspek sistem maupun keutaman dan kelemahan pada masing-masing bank. Berikut ini dapat dilihat beberapa perbedaan antara bank konvensioan dan bank syariah, antara lain :

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan invenstasi-investasi yang halal saja	Tidak mempertimbangkan investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil a. Ada kesepakatan yang dilakukan pada saat awal terjadinya akad yang selalu memperhitungkan untung rugi b. Besarnya nominal bagi hasil tidak sama dalam setiap bulannya, bergantung pada keuntungan yang diperoleh oleh nasabah	Memakai perangkat bunga a. Jumlah tersebut disepakati pada saat kontrak dengan asumsi bahwa itu akan selalu menguntungkan b. Persentasenya didasarkan pada jumlah modal yang dipinjamkan c. Bunga bisa melayang dan besarnya naik turun d. Pembayaran bunga ditetapkan tanpa

c. Ukuran persen atau rasio tidak berubah sebagaimana diawal terjadinya akad d. Kerugian ditanggung bersama e. Persentase bagi hasil meningkat karena adanya peningkatan keuntungan f. Kegiatan operasional atau keaktifan selalu jelas dan nyata	mempertimbangkan untung dan rugi e. Jumlah bunga tidak meningkat bahkan jika keuntungan meningkat f. Adanya validitas bagi hasil. Diragukan
Berorientasi pada laba (*profit oriented*) dan kemakmuran serta kebahagiaan akhirat	Mengutamakan keuntungan
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditur-debitur
Pengumpulan dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak terdapat dewan sejenis

Sumber: Spocjo JURNAL, 2010. Diakses 25 April 2020

Maka dapat diketahui dengan jelas perbedaan antara sistem perbankan syariah dan sistem perbankan konvensional berdasarkan tabel di atas. Bahwa sistem perbankan Islam lebih aman dan lebih direkomendasikan bagi umat Islam yang ingin bebas dari semua undang-undang yang bertentangan dengan dasar Alquran dan Hadis. Dimana aspek orientasi keuntungan dalam perbankan syariah lebih menekankan pada orientasi pada keuntungan dan kemakmuran dan kebahagiaan di akhirat.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil menyediakan sistem perbankan alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menyoroti aspek keadilan dalam

transaksi, investasi etis, mempromosikan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam produksi, dan menghindari kegiatan *spekulatif* dalam transaksi keuangan. Dengan menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih beragam, perbankan syariah telah menjadi alternatif yang kredibel untuk sistem perbankan dan dapat dinikmati oleh semua kelas masyarakat Indonesia tanpa kecuali. Serta dalam menjalankan kegiatan operasional, bank syariah harus mematuhi prinsip syariah serta Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), yakni satu-satunya dewan yang mempunyai kewenangan mengeluarkan fatwa atas jenis-jenis kegiatan, produk dan jasa keuangan syariah, serta mengawasi penerapan fatwa dimaksud oleh lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia.

2.4.3 Produk-produk Bank Syariah

Bank syariah sebagai perantara menerima dana dari pelanggan dan meminjamkannya ke pelanggan lain (unit ekonomi) yang membutuhkan dana. Untuk pendanaan pelanggan ini, bank memberikan kompensasi dalam bentuk bagi hasil. Demikian juga, untuk penyediaan pembiayaan, bank membutuhkan bagi hasil kepada peminjam. Peran bank syariah dianggap mampu memenuhi kebutuhan manusia, dan kegiatan perbankan dapat dilihat sebagai kendaraan bagi masyarakat modern untuk membawa mereka ke pelaksanaan membantu dan menghindari dana menganggur. Selain itu, bank syariah juga menyediakan produk layanan yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah.

Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah menjadi tiga bagian besar, yaitu (Wiroso, 2009:118.):

1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Produk bank syariah yang termasuk dalam produk penghimpuan dana *(funding)* merupakan suatu produk bank syariah yang mempunyai tujuan untuk menghimpun dana masyarakat. Pada sebuah bank syariah dapat dibagi menjadi dua jenis tabungan simpanan yang berlandaskan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*, antara lain:

a. Giro *Wadi'ah*

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek/bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Kemudian yang dimaksud dengan akad *wadi'ah* adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.

b. Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek/bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dimana berakad *wadi'ah* yang artinya transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. (Wiroso, 2009:131).

c. Deposito Syariah

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank.

2. Produk Pembiayaan/Penyaluran Dana *(Financing)*

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujroh*, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Produk-produk yang tergabung di sini adalah produk yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan masyarakat. Dalam sistem perbankan syariah pembiayaan dibedakan menjadi (Ascarya, 2015:114):

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk:
    1) *Mudharabah*, adalah perjanjian atas suatu jenis perkongsian, dimana pihak pertama *(shahib al'mal)* menyediakan dana, dan pihak kedua *(mudharib)* bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. Hasil usaha dibagikan sesuai dengan nisbah (porsi bagi hasil) yang telah disepakati bersama secara awal, maka apabila rugi *shahib al'mal* akan kehilangan sebagian imbalan dari kerja keras dan *managerial skill* selama proyek berlangung
    2) *Musyarakah* adalah akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (modal) dengan ketentuan bahwa keuntungan risiko (kerugian) akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
b. Transaksi jual beli dalam bentuk:
    1) *Murabahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih tinggi sebagai laba.

2) *Salam* adalah akad jual beli *muslam fiih* (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh *muslam ilaihi* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi *salam*. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara *salam* maka hal ini disebut *salam pararel*.

3) *Istishna* adalah akad jual beli antara *al-mustashni* (pembeli) dan *as-shani* (produsen yang juga bertindak sebagai penjual). Berdasarkan akad tersebut, pembeli menugasi produsen untuk menyediakan *al-mashnu* (barang pesanan) sesuai *spesifikasi* yang disyaratkan pembeli dan penjualnya dengan harga yang disepakati. Cara pembayaran dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.

c. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk:

1) *Ijarah* adalah akad sewa menyewa antara pemilik *ma'jur* (obyek sewa) dan *musta'jir* (penyewa) untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya.

2) *Ijarah muntahiyah bittamlik* adalah akad sewa-menyewa antara pemilik obyek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya dengan "opsi pemindahan hak milik" obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad sewa. Atau dengan arti lain adalah sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang; Sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya

akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si penyewa.

d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk:

Pinjaman *Qardh/ Al-Qardh* adalah suatu akad pinjaman kepada nasabah tertentu dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya kepada lembaga keuangan (LKS) pada waktu yang telah disepakati oleh LKS dan nasabah.

e. Transaksi multijasa dalam bentuk:

1) *Ijarah* adalah akad sewa-menyewa antara pemilik *ma'jur* (obyek sewa) dan *musta'jir* (penyewa) untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya.
2) *Kafalah* adalah menjadikan seseorang (penjamin) ikut bertanggung jawab atas tanggung jawab seseorang dalam pelunasan/pembayaran hutang, dan dengan demikian keduanya dipandang berhutang.

3. Produk Pelayanan Jasa (S*ervice*)

Produk yang tergabung di sini adalah produk yang dibuat untuk melayani kebutuhan masyarakat berdasarkan pendapatan tanpa pembiayaan. Dalam sistem perbankan syariah produk pelayanan jasa, yaitu:

a. *Letter of Credit* (L/C) *Import* Syariah

Letter of Credit (L/C) *Import* Syariah yaitu surat pernyataan akan membayar kepada Eksportir (*beneficiary*) yang diterbitkan oleh Bank (*issuing bank*) atas permintaan Importir dengan pemenuhan persyaratan tertentu (*Uniform Custom and Practice for Documentary Credits/ UCP*)

b. Bank Garansi Syariah

Bank Garansi Syariah yaitu jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga yang menerima jaminan untuk pemenuhan kewajiban tertentu dari nasabah bank sebagai pihak yang dijamin kepada pihak ketiga yang bersangkutan.

c. Penukaran Valuta Asing *(Sharf)*

Penukaran Valuta Asing (Sharf) adalah layanan yang disediakan oleh bank syariah untuk membeli atau menjual mata uang asing yang sama (mata uang tunggal) atau berbeda (multi mata uang), yang ingin ditukar atau diinginkan oleh nasabah.

2.4.4 Akad-Akad Bank Syariah

Berikut adalah beberapa akad yang digunakan dalam bank syariah (Ali Zainudin, 2010) :

1. *Mudharabah*

Secara teknis, *mudharabah* adalah sebuah akad kerjasama antar pihak, yaitu pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

2. *Wadi'ah*

Wadi'ah dapat juga diartikan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik sebagai individu maupun sebagai satu badan hukum. Titipan dimaksud, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.

3. *Murabahah*

   Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tabahan keuntungan yang disepakati dan tidak terlalu memberatkan calon pembeli. Dalam kontrak murabahah, penjual harus memberitahukan harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

4. *Musyarakah*

   Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan suatu usaha tertentu. Masing-masing pihak dalam melakukan usaha dimaksud, memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) berdasar kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan ketika melakukan akad.

5. *Salam*

   Salam adalah suatu kegiatan yang berupa jual beli yang dilakukan dengan proses pemesanan atas dasar syarat tertentu dan dilakukan dengan cara membayar dengan penuh di awal terjadinya akad.

6. *Istishna*

   Istishna didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

7. *Ijarah*

   Ijarah adalah kegiatan yang berupa sebuah transaksi yang berbentuk sewa menyewa terhadap barang dan pemberian upah dari suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pemberian upah atas jasa atau sewa yang

bersangkutan. *Ijarah* dapat disebut juga dengan akad yang berupa pemindahan hak guna atau fungsi suatu barang maupun jasa yang dilakukan melalui pemberian upah sewa, yang tidak mengikutsertakan hak kepemililkan atas barang yang bersangkutan tersebut.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Berdirinya Bank BNI

Perjalanan Bank BNI dimulai pada tahun 1946, setahun setelah kemerdekaan Indonesia. Pada awalnya kehadiran bank-bank BNI dimaksudkan untuk bertindak sebagai Bank Sentral yang bertanggung jawab untuk mengendalikan dan mengelola rupiah. Dalam perkembangannya, Bank BNI mencatat kemajuan pesat hingga akhirnya Bank BNI mengubah statusnya menjadi bank komersial pada tahun 1968, dengan fokus pada layanan dalam mengembangkan sektor industri di Indonesia, Bank BNI secara bertahap memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

Seiring waktu, Bank BNI semakin mengembangkan keahliannya di arena perbankan Indonesia dan menjadi salah satu bank pemerintah terkemuka. Pada tahun 1996 Bank BNI menawarkan saham dagangnya kepada publik dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Penawaran awal ini memungkinkan Bank BNI untuk memperkuat modalnya, sehingga semakin memperkuat posisi Bank BNI di industri perbankan Indonesia.

Dalam berkontribusi pada pembangunan ekonomi Indonesia, Bank BNI selalu didasarkan pada cita-cita dan filosofi yang telah diadopsi sejauh ini. Ini tercermin dalam logo Bank BNI, bahtera yang berlayar melintasi lautan. Bahtera yang berlayar di tengah lautan mencerminkan harapan, serta pelindung dan penolong fungsi yang dilakukan oleh BNI dalam menjalankan perannya dalam

perbankan Indonesia. Sementara itu ketangguhan, ketabahan, dan keberanian kru bahtera dalam menghadapi setiap rintangan mencerminkan nilai-nilai dasar yang dimiliki oleh semua karyawan Bank BNI.

Logo Bank BNI juga menggambarkan kemampuan kru kapal dalam memecahkan ombak. Hal ini menunjukkan kemampuan Bank BNI untuk menemukan inovasi berkelanjutan, baik dalam hal produk dan layanan, Bank BNI memposisikan diri sebagai *Universal Banking* yang menawarkan berbagai produk dan layanan terbaik untuk nasabahnya.

Dengan demikian, Bank BNI berharap agar persepsi pelanggan terhadap BNI akan semakin kuat tidak hanya sebagai bank yang dapat dipercaya dan aman, tetapi juga bank yang selalu siap melayani pelanggannya dengan produk-produk inovatif, layanan cepat, dan dengan sentuhan pribadi. Persepsi ini terbukti penting dalam mempertahankan posisi BNI sebagai Universal Banking selain mendukung pertumbuhan di masa depan, terutama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.

3.1.2 Sejarah Berdirinya Bank BNI Syariah

Pembentukan bank BNI unit Syariah didirikan pada tanggal 29 April 2000 dan sampai saat ini memiliki 12 kantor cabang di Indonesia, yaitu; Yogyakarta, Jepara, Pekalongan, Malang, Banjarmasin, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Bandung, Padang, Makassar, Palembang dan Medan. Saat ini dalam persiapan untuk membuka 2 kantor cabang syariah di Jakarta dan Surabaya dengan status kantor cabang utama yaitu Syariah Prima Cabang Jakarta dan Cabang Surabaya Syariah Prima. Pembukaan cabang perdana syariah dimaksudkan untuk memberikan layanan yang sangat baik dan unggul.

Pembukaan cabang syariah didasarkan pada alasan berikut:

1. Menyediakan layanan perbankan lengkap (mewujudkan Bank BNI sebagai *Universal Banking*)
2. 30% orang Indonesia menolak sistem bunga (data MUI)
3. Landasan operasional perbankan Syariah
4. Pesaing masih terbatas
5. Respons dan kepercayaan publik yang besar terhadap keberadaan Bank Islam (hasil survei)

Dalam dunia perbankan, khususnya Bank BNI Syariah akan menyediakan layanan Perbankan Syariah yang merupakan salah satu target pengembangan bisnis yang terkandung dalam SBU Ritel. Penetapan tujuan ini didorong oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang memungkinkan bank umum untuk menyediakan layanan berdasarkan prinsip syariah. Setelah rencana pembukaan Unit Bisnis Syariah dimasukkan ke dalam Rencana Bisnis Bank BNI, persiapan dilakukan dengan membentuk Tim Bank Syariah yang merupakan bagian dari proyek pengembangan perbankan ritel. Di bawah koordinasi tim, pada akhirnya rencana tersebut dapat direalisasikan, termasuk memperoleh prinsip dan izin usaha dari Bank Indonesia.

Selain mendukung faktor hukum, pertimbangan lain bagi Bank BNI untuk menyediakan layanan Perbankan Syariah adalah peluang bisnis yang besar. Pertama, mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim yang secara alami memiliki keinginan untuk melaksanakan syariah Islam sebaik mungkin. Kedua, dengan prinsip bagi hasil yang merupakan fondasi utama Perbankan Syariah,

Bank BNI diharapkan dapat memaksimalkan pengembalian sehingga dapat meningkatkan kinerja Bank BNI Syariah secara keseluruhan.

Saat ini Bank BNI memperkenalkan identitas perusahaan baru, yang awalnya diluncurkan pada 21 Juli 2004. Sejalan dengan peluncuran logo baru, Bank BNI juga memperkenalkan moto baru "Melayani Negeri Kebanggan Bangsa" (moto jangka panjang) sementara motto jangka pendek "Melayani dengan Kebangaan sebagai Bank Anak Negeri" di mana sebelumnya dengan moto lama "Tepercaya, Kokoh dan Bersahabat". Perubahan identitas BNI dilakukan sebagai kelanjutan dari proses restrukturisasi, pembenahan, dan penyehatan yang dipandu oleh peta navigasi BNI.

Identitas baru BNI adalah hasil dari desain ulang untuk menciptakan identitas yang terlihat lebih segar, lebih modern, dinamis dan menggambarkan posisi dan arah organisasi baru. Identitas adalah ekspresi merek baru yang terdiri dari simbol "46" dan kata "BNI" yang kemudian digabungkan dalam bentuk logo BNI baru. Huruf BNI dibuat dengan warna pirus baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan, dan citra yang lebih modern. Sedangkan lambang "46" dari angka 46 adalah lambang kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan menjadi bank pertama di Indonesia. Angka 46 diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern. Palet warna, warna turquoise pada logo baru lebih gelap, kuat, mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh. Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.

3.1.3 Visi, *Misi*, dan Moto Layanan

1. *Visi*

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

2. *Misi*

a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Motto Layanan

a. Memegang teguh kepercayaan nasabah adalah janji kami.
b. Menjaga mutu layanan adalah modal utama kami.
c. Menempatkan kepuasan nasabah di atas segala-galanya adalah budaya kami.

3.1.4 Identitas Perusahaan

Nama	:	PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Syariah (Persero)
Website	:	http://www.bnis.co.id
Berdiri	:	29 April 2000

Jenis Usaha	:	Bank Umum
Status	:	Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
Kantor Cabang	:	Surakarta
Alamat	:	JL. Slamet Riyadi No. 318 Surakarta
Telepon	:	(0271)17462746
Jumlah Kantor	:	1 Kantor Cabang

3.1.5 Keunggulan Bank BNI Syariah

1. Pembukaan rekening dan transaksi dapat dilakukan di semua cabang BNI, baik BNI Syariah dan BNI Konvensional (*Outlet* Syariah *Channeling*, Cabang / Cabang BNI yang dapat menyediakan layanan Syariah (Tabungan, Simpanan dan Giro) untuk dan atas nama BNI Syariah di satu wilayah kerja Kantor Bank Indonesia.
2. Fasilitas On Line di seluruh Cabang BNI Syariah dan Cabang BNI Konvensional.
3. Kartu BNI Syariah dapat digunakan di semua mesin ATM BNI, ATM Bersama, ATM Link, Jaringan Cirrus dan Mobil Master.
4. Layanan 24 jam melalui *E-Banking* (*SMS Banking, Phone Banking* dan *Internet Banking*).

3.1.6 Struktur Organisasi

Di Indonesia setiap organisasi, baik organisasi yang sangat sederhana maupun organisasi yang sangat luas dan kompleks, masalah pengorganisasian

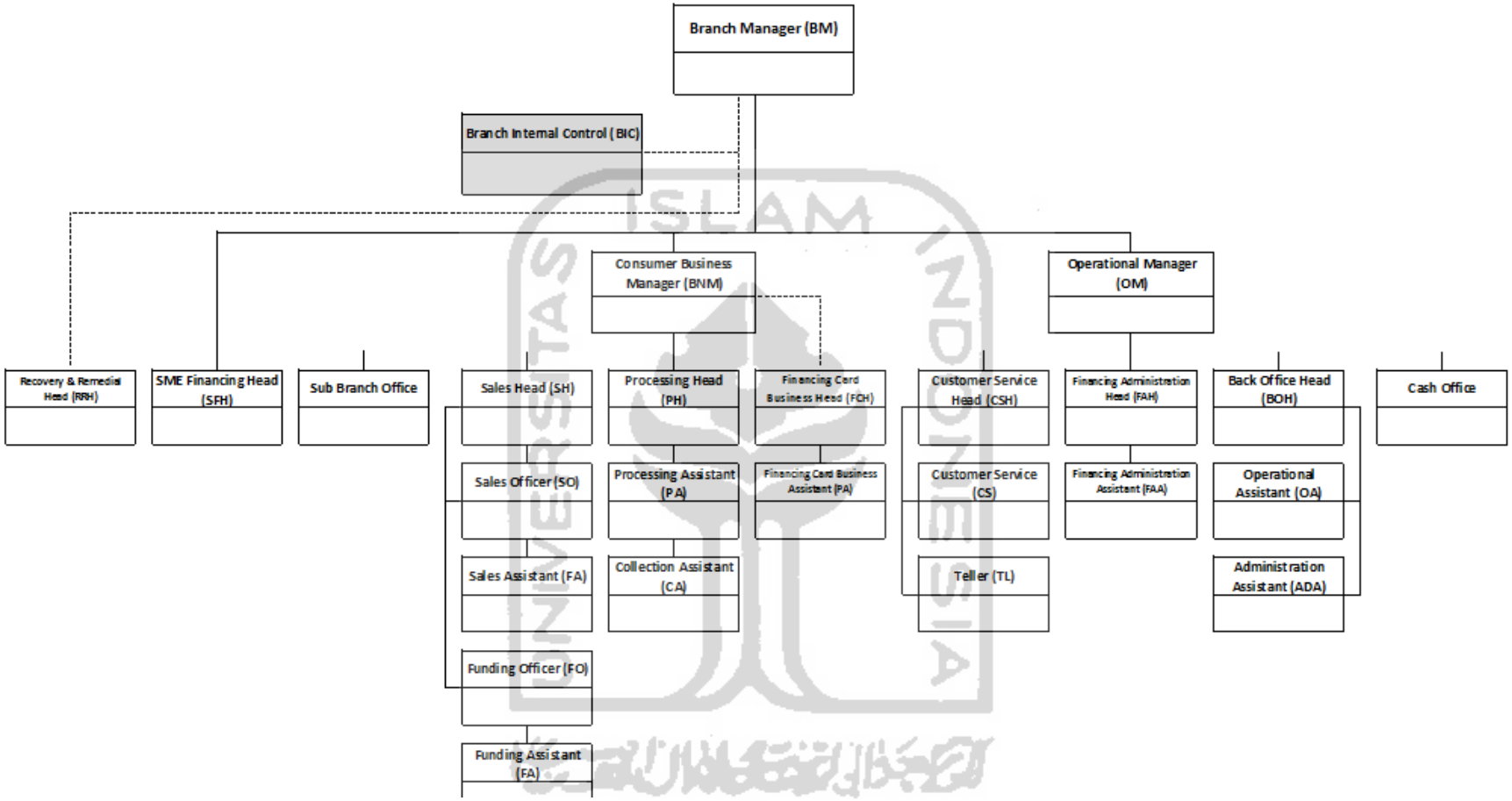
organisasi yang jelas sangat diperlukan untuk menunjukkan otoritas antara satu sama lain dalam organisasi yang bersangkutan.

Organisasi dengan struktur informasi yang jelas biasanya digolongkan sebagai organisasi formal, sedangkan organisasi informasi terjadi ketika ada hubungan kerja yang saling terkait dan kegiatan yang tidak secara resmi diatur dalam organisasi.

Dalam pengertian umum, struktur organisasi dapat dijelaskan dalam setiap organisasi ada unsur-unsurnya, yaitu:

1. Adanya sekelompok orang
2. Ada sekelompok orang yang bekerja bersama
3. Adanya tujuan tertentu
4. Saling terikat secara formal
5. Memiliki atasan dan bawahan

Untuk lebih jelasnya, Struktur organisasi BNI Syariah Surakarta dapat dilihat dalam lembar lampir laporan magang.



Sumber: Bank BNI Syariah Cabang Surakarta, 2020

Gambar 3.1 Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Surakarta

Pembagian kerja:

1. Pimpinan cabang:
    a. Bertanggung jawab atas manajemen cabang dalam mengimplementasikan kebijakan direktur sesuai dengan target, anggaran.
    b. Menetapkan strategi pencapaian anggaran termasuk pengembangan SDM cabang.
    c. Menetapkan strategi dalam melaksanakan kepemimpinan dan manajemen.
    d. Mengatur ketentuan tentang pekerjaan perusahaan, termasuk penentuan gaji, pensiun, jaminan penitipan anak dan lainnya untuk karyawan perusahaan berdasarkan hukum dan peraturan yang berlaku.
    e. Menguasai, memelihara dan mengelola kekayaan perusahaan.
    f. Berjuang untuk pembiayaan berkualitas tinggi.
    g. Pantau hasil audit cabang dan ambil tindakan korektif bila diperlukan.
    h. Dapat memberikan suasana kerja yang harmonis dan kondusif sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan.
2. Pimpinan bidang operasional
    a. Mengendalikan dan mengarahkan seluruh aktivitas operasional cabang yang berada di bawah kelolaannya sejalan dengan prosedur dan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh Kantor Pusat Bank BNI Syariah dalam rangka mendukung pencapaian bisnis cabang.
    b. Memastikan agunan telah diikat sesuai dengan ketentuan yang berlaku
    c. Mereview kesesuaian terhadap syarat disposisi

d. Memutus percairan permohonan pembiayaan sesuai limit pada ketentuan yang berlaku
e. Merekomendasikan proses pemenuhan pegawai, mutasi & rotasi tenaga Assistant di Cabang
f. Merekomendasikan usulan pembukaan KCP, KK, & *Payment Point*
g. Berwenang terhadap pekerjaan-pekerjaan operasional yang tertuang pada PP Limit & Kewenangan Cabang yang berlaku
h. Memutus percairan sesuai limit pada ketentuan yang berlaku
i. Memberikan tandatangan terhadap transaksi pembayaran sesuai dengan batas kewenangannya
j. Memberikan tanda tangan untuk *Bilyet* Deposito sesuai dengan kewenangan yang berlaku

3. *Branch quality assurance*

   Memonitoring semua operasional/kegiatan yang berlangsung pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk. Kantor Cabang Syariah Surakata sesuai dengan ketentuan yang ada.

4. *Recovery & Remedial Officer*

   a. Aktivitas *collection* kepada nasabah pembiyaan dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5 & Hapus Buku (HB)
   b. Proses usulan penyelamatan nasabah pembiayaan dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5
   c. Proses usulan dan eksekusi penyelesaian nasabah dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5& Hapus Buku (HB)

d. Proses usulan Hapus Buku nasabah pembiayaan dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5

5. *SME Financing Head*
   a. Pemasaran produk pembiayaan produktif
   b. Proses permohonan pembiayaan produktif
   c. Penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan produktif
   d. Aktivitas *collection* dan proses usulan penyelamatan pembiayaan produktif dengan kategori kolektibilitas 1 dan 2
   e. Proses pengalihan pengelolaan nasabah pembiayaan produktif kepada *Recovery & Remedial Head* sesuai ketentuan berlaku
6. *Sales Head*
   a. Salles Officer
      1) Monitoring pemasaran produk pembiayaan consumer
      2) Pembinaan hubungan, pemantauan perkembangan dan aktivitas *cross/ up selling* kepada nasabah *existing*, khususnya nasabah institusi & kerjasama lembaga
      3) Pengelolaan aktivitas pemasaran yang dilakukan petugas Sales Assistant & *Direct Sales*
   b. Funding Officer
      1) Pemasaran produk dana/ jasa kepada nasabah institusi dan perorangan sesuai limit dan ketentuan

2) Pembinaan hubungan, pemantauan perkembangan dan aktivitas *cross/ up selling* kepada nasabah *existing*, khususnya nasabah institusi & kerjasama lembaga

c. Salles Assistant

1) Pemasaran produk pembiayaan consumer
2) Proses verifikasi awal permohonan pembiayaan konsumer
3) Proses permohonan pembiayaan talangan haji

d. Funding Assistant

1) Pemasaran produk dana kepada nasabah perorangan sesuai limit dan kewenangan
2) Pembinaan hubungan, pemantauan perkembangan dan aktivitas *cross/ up selling* kepada nasabah *existing*, khususnya nasabah institusi & kerjasama lembaga

7. *Processing Head*

a. Consumer Processing Assistant

1) Proses verifikasi data & kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan konsumer
2) Aktivitas penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan konsumer dan SME, jika cabang belum mengikuti aktivitas Sentra Taksasi
3) Proses pengajuan taksasi yang melibatkan pihak ketiga (appraisal independent)

4) Proses permohonan pembiayaan konsumer melalui aplikasi proses pembiayaan (*origination*), dan pengelolaan validitas datanya
5) Pengajuan keputusan atas pembiayaan konsumer yang telah diproses
6) Pemeriksaan data system informasi debitur untuk pembiayaan produktif dan *consumer*

b. Collection Assistant

1) Aktivitas *collection* dan memproses usulan penyelamatan pembiayaan consumer dengan kategori kolektibilitas 1 dan 2, termasuk atas nasabah *non-skoring* agunan likuid
2) Proses pengalihan pengelolaan nasabah pembiayaan consumer kepada *Recovery & Remedial Head* sesuai ketentuan berlaku

8. *Financing Card Business Head*

a. Penyusunan rencana, strategi dan laporan penjualan kartu pembiayaan (Hasanah Card) untuk wilayah pemasaran yang menjadi tanggung jawabnya
b. Pemasaran produk kartu pembiayaan
c. Proses verifikasi awal permohonan kartu pembiayaan
d. Aktivitas supervisi aktivitas *collection* kartu pembiayaan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya
e. Pengelolaan kepegawaian dan proses rekrutmen tenaga pemasar kartu pembiayaan yang berstatus *outsourcing*
f. Koordinasi terkait permasalahan pemasaran, operasional dan *collection* kartu pembiayaan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya

9. *Customer Service Head*

   a. Teller

   1) Proses permintaan transaksi keuangan dan non-keuangan terkait rekening dana yang dilakukan melalui Cabang
   2) Pengelolaan kebutuhan kas harian sesuai dengan ketentuan pagu kas
   3) Pelaksanaan prinsip APU & PPT

   b. Customer Service

   1) Pemasaran dana consumer kepada nasabah *walk in* dan *cross/ up selling* kepada nasabah dana existing
   2) Proses pembukaan dan penutupan rekening giro/ tabungan/ deposito
   3) Pelaksanaan prinsip APU & PPT

10. *Financing Administration Head*

   a. Proses BI Checking seluruh segmen pembiayaan Cabang
   b. Penyusunan akad pembiayaan
   c. Proses pengikatan pembiayaan
   d. Penyusunan Surat Keputusan Pembiayaan
   e. Proses administrasi pembiayaan (*ceklist* kelengkapan dokumen dan proses penutupan asuransi terkait pembiayaan)
   f. Pemantauan dokumen *to be obtained*
   g. Proses penyimpanan dokumen pembiayaan dan dokumen jaminan pembiayaan
   h. Pengelolaan laporan kepada regulator terkait data debitur
   i. *Maintain* hubungan dengan notaris

11. *Back Office Head*

a. Operational Assistant

1) Pembukuan transaksi Cabang
2) Proses transaksi kliring
3) Pengelolaan Daftar Hitam Nasabah
4) Penyelesaian Daftar Pos Terbuka
5) Proses pembukaan Garansi Bank, L/C, dan SKBDN
6) Proses permohonan gadai/ kepemilikan emas dan CCF
7) Input dan pemantauan rekening pembiayaan, termasuk perubahan data rekening dan jaminan
8) Proses transaksi pencairan pembiayaan, pendebetan angsuran, dan pelunasan

b. Administration Assistant

1) Pengelolaan laporan keuangan dan kebenaran pembukuan transaksi-transaksi Cabang
2) Pengelolaan administrasi dan data kepegawaian Cabang
3) Pengelolaan urusan pengaduan Cabang dan urusan umum lainnya
4) Pengelolaan kepegawaian penunjang (Satuan Pengamanan, Supir, Pelayan, Jaga Malam,dll) Cabang
5) Usulan penambahan/ perubahan/ *update user* CS/ SCO, dan system lainnya

3.1.7 Produk-Produk Bank BNI Syariah Surakarta

Ada beberapa produk-produk yang dapat dijadikan sebagai pilihan bagi nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah atau calon nasabah. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Customer Service* bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta, produk-produk yang ada di bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta antara lain :

1. BNI iB Hasanah

BNI iB Hasanah merupakan tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi *e-Banking*, *SMS Banking, Mobile Banking* dan lain-lain. BNI iB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Silver dan/atau Hasanah Debit GPN sebagai kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk transaksi di merchant Master Card dan GPN . BNI iB Hasanah tersedia dalam akad *Mudharabah* dan *Wadiah*. Bebas biaya administrasi bulanan untuk akad *Wadiah*

2. BNI Baitullah iB Hasanah

BNI Baitullah iB Hasanah adalah tabungan Haji dan Umrah yang dikelola secara Syariah sebagai sarana pembayaran Haji untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji dan perencanaan ibadah Umrah dalam mata uang Rupiah dan USD. BNI Baitullah iB Hasanah dilengkapi dengan Kartu Haji dan Umrah Indonesia sebagai Kartu ATM/debit yang dapat digunakan di Tanah Suci dan Tanah Air. BNI Baitullah iB Hasanah tersedia dalam akad *Mudharabah* atau *Wadiah*. Dengan membuka tabungan ini, nasabah juga bisa dapat didaftarkan menjadi calon jemaah haji melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT).

3. BNI Bisnis iB Hasanah

Tabungan BNI syariah yang satu ini cocok bagi nasabah yang memiliki sebuah bisnis dan membutuhkan tambahan dukungan untuk mengontrol keuangan bisnis. Nasabah bisa mengajukan permohonan pembukaan rekening bisnis Hasanah di BNI Syariah. Dengan tabungan ini, nasabah bisa mengetahui keluar masuk keuangan bisnis secara rinci dan akan tercatat pada buku tabungan dan mutasi rekening yang jelas. Selain itu, tabungan ini juga memiliki sistem bagi hasil yang lebih kompetitif dibandingkan tabungan lainnya. Untuk membuka rekening tabungan ini nasabah hanya perlu membawa KTP dan setoran awal minimal Rp5 juta. Nasabah juga bisa melakukan pembukaan rekening di kantor cabang BNI terdekat.

4. BNI Prima iB Hasanah

BNI Prima iBHasanah adalah tabugan bagi Nasabah *"Hight Networth"* dengan bagi hasil kompetitif dan manfaat berupa fasilitas transaksi e-Banking, perlindungan asuransi jiwa dan fasilitas *Executive Lounge* bandara yang telah bekerjasama dengan BNI Syariah. BNI Prima iB Hasanah dilengkapi dengan Zamrud Card. Mendapatkan Special Birthday Gift dan Special Event Invitation.

5. BNI SimPel iB Hasanah

Tabungan ini merupakan produk simpanan untuk siswa/pelajar dengan menggunakan akad *Wadiah* dengan fitur yag menarik dan persyaratan yang sangat mudah sehingga mendorong budaya menabung sejak dini. BNI SimPel iB Hasanah dilengkapi dengan Kartu ATM SimPel iB berlogo GPN. Orangtua juga

akan mendapatkan notifikasi ketika anak melakukan transaksi melalui tabungan tersebut.

6. BNI Tunas iB Hasanah

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu ATM Debit (Tunas Card) berlogo GPN atas nama anak dan SMS notifikasi ke orang tua. BNI Tunas iB Hasanah tersedia dalam akad *Mudharabah* atau *Wadiah*.

7. BNI Tapenas iB Hasanah

BNI Tapenas iB Hasanah merupakan Tabungan perencanaan berakad *Mudharabah* dengan system setoran bulanan yang dimana tabungan ini bisa bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana iburan, ibadah umrah, pendidikan maupun rencana lainnya. Terdapat banyak keunggulan yang dimana dengan memilih tabungan ini akan ada manfaat yang bisa didapatkan, mulai dari bagi hasil yang lebih tinggi, perlindungan asuransi jiwa hingga Rp. 1 Milyar, biaya administasi bulanan ringan hanya Rp500,-/bulan, dan Auto credit untuk setoran bulanan dari rekening BNI Hasanah/BNI TabunganKu iB Hasanah/ BNI Bisnis iB Hasanah/ BNI Prima iB Hasanah. Untuk membuka tabungan ini, hanya perlu menyiapkan kartu identitas (KTP/Paspor), rekening afiliasi di Bank BNI Sayariah lainnya, dan memilih jangka waktu tabungan, mulai dari 1 tahun hingga 18 tahun.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Deskripsi Data Koresponden

Jumlah nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Surakarta yang menjadi responden berjumlah 40 orang nasabah yang ditemui selama penulis magang. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tersebut dapat diketahui karakeristik nasabah yang menjadi responden berdasarkan 4 karakteristik yaitu jenis kelamin, umur, pekerjaan dan penghasilan per bulan. Berikut ini merupakan rincian karakteristik responden :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Porsentase (%)
1	Laki-Laki	18	45
2	Perempuan	22	55
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (Diolah 23 April, 2020)

Berdasarkan tabel 3.1, membuktikan bahwa nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta yang menjadi responden pada saat penulis melakukan observasi bahwa nasabah perempuan lebih banyak yaitu sebesar 55% sedangkan nasabah yang menjadi responden laki-laki sebesar 45%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden (Orang)	Porsentase (%)
1	< 25 tahun	13	32,5
2	25-30 tahun	10	25
3	30 – 40 Tahun	9	22,5
4	> 40 Tahun	8	20
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (Diolah 23 April, 2020)

Berdasarkan tabel 3.2, dapat diketahui bahwa dari nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta yang menjadi responden dalam penulisan laporan ini jika dilihat dari karakteristik umur, maka dapat kita ketahui yang paling dominan adalah responden yang berusia < 25 tahun dengan jumlah 32,5%, responden yang berusia 25-30 tahun berjumlah 25%, responden yang berusia 30-40 tahun berjumlah 22,5% sedangkan responden yang berusia > 40 tahun merupakan nasabah yang menjadi responden paling sedikit yaitu sebesar 20%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Porsentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	11	27,5
2	Wiraswasta/Wirausaha	4	10
3	Karyawan Swasta	14	35
4	PNS	6	15
5	Lainnya	5	12,5
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (Diolah 23 April, 2020)

Berdasarkan tabel 3.3, dapat diketahui bahwa dari nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta yang menjadi responden dalam penulisan laporan ini berdasarkan karakteristik sesuai dengan pekerjaannya, maka dapat kita responden yang berstatus pelajar/mahasiswa sebesar 27,5%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta/wirausaha sebesar 10%, responden yang pekerjaannya karyawan swasta sebesar 35%, responden yang bekerja sebagai PNS sebesar 15% dan responden dengan pekerjaan lainnya antara lain Ibu Rumah Tangga dan pedagang sebesar 12,5%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa

nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta yang menjadi responden penulis lebih banyak responden dengan status pekerjaan sebagai karyawan swasta.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

No	Penghasilan Per Bulan	Jumlah Responden (Orang)	Porsentase (%)
1	< Rp.1.500.000	6	15
2	Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000	15	37,5
3	Rp.2.000.000 - Rp.3.500.000	13	32,5
4	> Rp.3.500.000	6	15
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (Diolah 23 April, 2020)

Berdasarkan tabel 3.4, dapat diketahui jumlah nasabah BNI Syariah cabang Surakarta yang menjadi responden berdasarkan penghasilan per bulan bahwa yang paling dominan adalah responden yang mempunyai penghasilan per bulan sebesar Rp. 1.500.000-Rp. 2.000.000 dengan jumlah 37,5%, responden yang mempunyai penghasilan per bulan <Rp. 1.500.000,- sebesar 15%, responden yang mempunyai penghasilan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.500.000,- sebesar 32,5% sedangkan responden dengan penghasilan per bulan sebesar >Rp. 3.500.000,- sejumlah 15%.

3.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Surakarta.

Berikut ini akan diuraikan hasil selama penulis magang di Bank BNI Syariah Surakarta yang mengambil tema minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah dapat diketahui melalui

data responden dengan mengisi kuesioner yang penulis berikan. Untuk mengetahui prosentase skor hasil penyebaran kuesioner, penulis menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2013) :

$$\text{Rata-Rata Skor} = \frac{Total\ Skor}{N}$$

Selanjutnya ditentukan persentasi pengaruh faktor lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BNI Syariah Cabang Surakarta dengan rumus (Sugiyono, 2013) :

$$\text{Persentasi Skor} = \frac{Rata{-}Rata\ Skor}{Skor\ Ideal} \text{ x } 100\%$$

1. Faktor Lokasi

Tabel 3.5 Prosentase Faktor Lokasi Terhadap Minat Nasabah

Keterangan	**Jumlah**
Pernyataan	8
Skor	1005
Rata-Rata Skor	125,62
Skor Ideal	127
Prosentase Skor (%)	98,91

Sumber : Data Primer (Diolah 25 April 2020)

Berdasarkan tabel 3.5 di atas tersebut, dapat diketahui bahwa faktor lokasi mempunyai nilai prosentase sebesar 98,91% terhadap minat masyarakat menjadi nasabak bank BNI Syariah cabang Surakarta. Salah satu faktor yang menjadi daya tarik masyarakat sehingga masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta adalah karena kemudahan dalam menempuh lokasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.Lokasi bank yang mudah ditemukan karena letaknya yang strategis dan jangkauannya yang mudah,

maka sebagian besar nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta memilih untuk menjadi nasabah di bank yang bersangkutan. Seperti yang disampaikan oleh salah satu pegawai Bank BNI Syariah sebagai berikut :

> "Kebanyakan nasabah-nasabah di sini alasan yang mendasar adalah karena letak lokasi kantor yang mudah dijangkau, tidak terlalu jauh dari rumah nasabah dan juga mudahnya alat transportasi yang bisa digunakan untuk menuju ke kantor sini" (Wawancara dengan informan 1 pada tanggal 03 Maret 2020).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat kita ketahui bahwa salah satu faktor yang menjadi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah adalah karena lokasi kantor bank BNI Syariah tidak jauh dari tempat tinggalnya dan mudah dijangkau dengan menggunakan alat transportasi yang ada sepeti misalnya bus, motor maupun mobil. Hal ini sesuai dengan teori yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya bahwa penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Apabila jarak lokasi rumah nasabah menuju bank syariah semakin dekat dan mudah jangkauannya, maka hal ini dapat menambah minat masyarakat dalam memilih bank syariah tersebut untuk memenuhi kebutuhannya yang berhubungan dengan keuangan, baik menabung atau yang lainnya yang berhubungan dengan lembaga keuangan.

2. Faktor Reputasi

Tabel 3.6 Prosentase Faktor Reputasi Terhadap Minat Nasabah

Keterangan	**Jumlah**
Pernyataan	6
Skor	792
Rata-Rata Skor	132
Skor Ideal	143
Prosentase Skor (%)	92,30

Sumber : Data Primer (Diolah 25 April 2020)

Berdasarkan tabel 3.6 di atas tersebut, dapat diketahui bahwa faktor reputasi mempunyai nilai prosentase sebesar 92,30% terhadap minat masyarakat menjadi nasabak bank BNI Syariah cabang Surakarta. Reputasi bank merupakan sebuah jaringan sosial yang berfungsi untuk melindungi atau menjaga hubungan, kepercayaan pada sebuah perusahaan atau organisasi bisnis yang dapat membentuk suatu nama baik atau *brand image* bagi perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan hasil dari observasi selama magang di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta di sini, penulis dapat melihat bahwa Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat khususnya nasabah. Dapat dikatakan bank memiliki nama baik atau reputasi yang baik karena banyak pengakuan dari pihak nasabah yang datang bahwa selama mereka menjadi nasabah bank selalu memberi pelayanan yang memuaskan dan tidak pernah mengecewakan nasabahnya. Selalu menerima segala keluhan nasabah dengan baik dan menyelesaikan masalah-masalah nasabah dengan cepat dan tanggap sesuai dengan waktu yang dijanjikannya. Hal ini

disampaikan oleh pihak pegawai yang merupakan hasil dari pengakuan nasabah sebagai berikut ;

> "Pernah beberapa waktu lalu saya sebagai pihak pegawai di sini bertanya dengan beberapa nasabah yang datang, saya bertanya bagaimana tanggapan dan penilaiannya terhadap kinerja bank di sini, dan alhasil dengan terbuka mereka menyampaikan bahwa mereka sangat senang dengan pihak bank karena selalu memberikan pelayanan yang baik, menerima segala keluhan nasabah dengan cermat. Sehingga hal ini memberi dampak bagi nama baik bank BNI Syariah yang selalu baik" (Wawancara dengan informan 2 pada tanggal 03 Maret 2020).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat kita ketahui bahwa reputasi yang baik yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah untuk tetap menjadi nasabah Bank BNI Syariah yang bersangkutan. Dan diakui tidak sedikit dari mereka para nasabah merekomendasikan dengan orang lain untuk menjadi nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Terbukti bahwa 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.

3. Faktor Fasilitas Pelayanan

Tabel 3.7 Prosentase Faktor Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Keterangan	Jumlah
Pernyataan	9
Skor	1342
Rata-Rata Skor	149,11
Skor Ideal	160
Prosentase Skor (%)	93,19

Sumber : Data Primer (Diolah 25 April 2020)

Berdasarkan tabel 3.7 di atas tersebut, dapat diketahui bahwa faktor fasilitas pelayanan mempunyai nilai prosentase sebesar 93,19% terhadap minat masyarakat menjadi nasabak bank BNI Syariah cabang Surakarta.

Pelayanan yang baik dan memuaskan bagi konsumen sangat mempengaruhi jumlah konsumen yang dimiliki oleh perusahaan yang bersangkutan.Dalam hal ini adalah nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Fasilitas pelayanan pada bank syariah dapat berupa fasilitas fisik maupun pelayanan dari karyawannya kepada nasabah. Seperti yang diutarakan oleh pegawai berikut ini :

> "Saya sebagai *customer service* di sini, ketika ada calon nasabah yang ingin membuka rekening baru di Bank BNI Syariah di sini, saya selalu tanya alasannya kenapa tertarik untuk menjadi nasabah di sini, sebagian dari mereka menjawab pelayanan yang baik dan pegawai yang tanggap. Kata mereka baru masuk pintu saja penyambutan dari security sudah baik dan senang begitu katanya" (Wawancara dengan informan 3 pada tanggal 04 Maret 2020).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat kita ketahui bahwa pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank Syariah khususnya pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Fasilitas pelayanan yang nyaman serta memadai akan dapat menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan bank syariah.

4. Faktor Promosi

Tabel 3.8 Prosentase Faktor Promosi Terhadap Minat Nasabah

Keterangan	**Jumlah**
Pernyataan	4
Skor	574
Rata-Rata Skor	143,5
Skor Ideal	150
Prosentase Skor (%)	95,66

Sumber : Data Primer (Diolah 25 April 2020)

Berdasarkan tabel 3.8 di atas tersebut, dapat diketahui bahwa faktor promosi mempunyai nilai prosentase sebesar 95,66% terhadap minat masyarakat menjadi nasabak bank BNI Syariah cabang Surakarta.

Daya tarik promosi yang bagus dapat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan apakah mau menggunakan suatu produk atau tidak, yang dalam hal ini adalah keputusan untuk menjadi nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Ketika promosi sangat menarik bagi calon nasabah, maka cenderung calon nasabah akan memutuskan untuk benar-benar menjadi nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Promosi di sini dapat diartikan sebagai media sosialisasi. Sebelum calon nasabah benar-benar memutuskan untuk menjadi nasabah bank, pihak pegawai bank akan mensosialisasikan atau memberi penjelasan dengan detail akan produk-produk yang tersedia di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta beserta keuntungan yang nantinya akan diperolehnya ketika menggunakan produk bank tersebut. Dengan penjelasan yang detail dan dengan cara penyampaian yang mudah dipahami oleh calon nasabah, maka hal ini akan menjadi daya tarik bagi calon nasabah untuk memutuskan menjadi nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.

> "Dengan memberi penjelasan akan produk dan keuntungan-keuntungan yang nanti akan diperoleh oleh nasabah bagi calon nasabah yang datang ingin membuka rekening baru khususnya atau yang lain, hal ini menjadi salah satu media sosialisasi yang bisa dibilang promosi yang dapat menarik bagi calon nasabah sehingga mereka tertarik menjadi nasabah di sini. Kita sebagai pegawai harus untuk memahami produk serta keuntungan setiap produk bank yang ada.Dan yang paling penting kita dalam menyampaikan harus bisa dengan bahasa yang mudah diterima" (Hasil Wawancara dengan informan 3 pada tanggal 04 Maret 2020).

Kegiatan promosi seharusnya suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara pegawai bank dan nasabah potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pangsa pasar yang dalam hal ini untuk meningkatkan jumlah nasabah yang dimiliki oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.

3.2.3 Faktor yang Dominan Berpengaruh Bagi Masyarakat Dalam Memilih PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta

Setelah penulis melakukan observasi dan terlibat langsung dalam aktivitas kinerja Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta selama kurang lebih tiga minggu lamanya dalam program kegiatan magang, maka penulis dapat mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh bagi masyarakat dalam memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Berdasarkan hasil perhitungan skor dari kuesioner yang penulis berikan kepada responden yang merupakan nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta selama penulis magang, maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan dalam memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah Cabang Surakarta adalah faktor lokasi. Faktor lokasi memberikan sumbangsih penilaian skor tertinggi daripada faktor-faktor lainnya yaitu sebesar 98,91%.

Faktor lain berikutnya yang mengikuti faktor lokasi dalam memberikan sumbangsih terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta adalah faktor promosi. Faktor promosi memiliki nilai skor pada tingkat kedua setelah faktor lokasi yaitu sebesar 95,66%. Faktor promosi terbukti mempunyai pengaruh yang besar untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah Surakarta. Oleh karena itu, promosi yang menarik dan

yang dilakukan terus menerus sangat penting untuk diperhatikan agar masyarakat semakin yakin dan mantap untuk ambil keputusan menjadi nasabah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah Cabang Surakarta adalah faktor fasilitas pelayanan. Faktor fasilitas pelayanan memiliki nilai skor sebesar 93,19%. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas pelayanan yang baik dan memuaskan nasabah dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk tetap menjadi nasabah bank yang bersangkutan.Sebagai perusahaan jasa keuangan, sudah selayaknya selalu memberikan pelayanan yang berkualitas baik agar pelanggan yang dalam hal ini adalah nasabah selalu merasa puas dan tidak kecewa terhadap perusahaan.

Faktor terakhir yang memberikan sumbangsih dalam menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta adalah faktor reputasi. Faktor reputasi dalam penulisan laporan ini memiliki nilai skor yang paling rendah yaitu sebesar 92,30%. Tidak dapat dipungkiri bahwa reputasi atau nama baik yang dimiliki oleh suatu perusahaan memberikan dampak yang baik untuk kelangsungan perusahaan. Dalam hal ini adalah reputasi yang dimiliki oleh bank BNI Syariah cabang Surakarta. Bank memiliki nama yang baik di mata masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah bank tersebut dan tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat akan merekomendasikan kepada orang lain.

Oleh karena itu, maka sangat penting bagi perusahaan khususnya dalam laporan magang ini adalah bank syariah, memperhatikan letak lokasi kantor agar masyarakat berminat untuk menjadi nasabah. Selain lokasi yang mudah dijangkau

dan dengan mudah ditemukan karena letaknya yang strategis, lokasi kantor bank yang aman merupakan salah satu faktor yang penting yang harus diperhatikan bagi pihak bank yang bersangkutan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas tersebut, maka dalam laporan magang ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang menjadi pengaruh minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta adalah :
   a. Faktor lokasi. Salah satu faktor yang menjadi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah adalah karena lokasi kantor bank BNI Syariah tidak jauh dari tempat tinggalnya dan mudah dijangkau dengan menggunakan alat transportasi yang ada sepeti misalnya bus, motor maupun mobil. Faktor lokasi memberikan nilai skor sebesar 98,91% yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta
   b. Faktor reputasi. Reputasi yang baik yang dimiliki oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah untuk tetap menjadi nasabah bank BNI Syariah yang bersangkutan. Faktor reputasi memberikan nilai skor sebesar 92,30% yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta.
   c. Faktor pelayanan. Pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank Syariah khususnya pada bank BNI

d. Syariah Kantor Cabang Surakarta. Faktor fasilitas pelayanan memberikan nilai skor sebesar 93,19% yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta

e. Faktor promosi. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta selalu melakukan kegiatan promosi kepada masyarakat sebagai calon nasabah bank dalam rangka mengenalkan produk-produk yang tersedia di bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta beserta keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh oleh nasabah ketika menggunakan produk yang dipilihnya tersebut. Faktor promosi memberikan nilai skor sebesar 95,66% yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta

2. Faktor yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat dalam menjadi nasabah bank BNI Syariah Cabang Surakarta adalah faktor lokasi. Faktor lokasi merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta yang ditunjukkan dengan hasil nilai skor tertinggi dibandingkan dengan nilai skor faktor lainnya.

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka penulis dapat memberi saran atau masukan yang dapat dijadikan sebagai pengambilan kebijakan atau peningkatan pelayanan kepada BNI Syariah Kantor

Cabang Surakarta agar menjadi bank yang lebih baik lagi kedepannya. Saran yang disampaikan antara lain :

1. Untuk pihak Bank BNI Syariah Cabang Surakarta tetap memperhatikan lokasi kantor khususnya tingkat keamanan dan kenyamanan kantor bank agar nasabah tetap merasa nyaman selama menjadi nasabah.
2. Bagi pihak Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta agar dapat mempertahankan pelayanan yang sudah baik sehingga reputasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta tetap terjaga nama baiknya dimata nasabah dan calon nasabah.
3. Untuk meningkatkan jumlah nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta diharapkan selalu memberi sosialisasi sebagai media promosi dengan lebih giat lagi agar produk-produk bank dikenal oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ag.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

Al Arif, M Nur Rianto. 2010. D*asar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Ali, Zainuddin. 2010. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.

Al-Quran Al-Karim dan terjemahan. 2018. Jakarta: CV Darus Sunnah

Ascarya. 2015. *Akad dan Produk Bank Syariah.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Assauri, Sofjan. 2011. *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Indonesia, Jakarta.

Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media

Hasanah, Roffifah.M. 2015. "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Pada NasabahBank Muamlat Indonesia Cabang Bogor)". Skripsi diterbitkan Jurusan perbankan syariah prodi muamalat fakultas syariah dan hukum Universitas Negri syarif hidayattullah.

Ismail, 2013.*Manajemen Perbankan*. Jakarta: Prenadamedia.

Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja GrafindoPersada

Ketut Rindjin. 2012. *Pengantar dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kiptiah, Munaworatul. 2015. "Respon Kognitif, Afektif Dan Konatif Pegawai Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta Terhadap Minat Berasuransi Syariah". Skripsi

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Lubis, Irsyad, 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Terbitan 1. Medan: USU Press

Muchammad Fauzi. 2010. “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas”. Jurnal Ekonomi Islam

Nur Rifai. 2017. “Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Surakarta”. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Nurul Indarti, et al. 2014. *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Rosidah, Chikmiatur. 2011. “The Influence of Corporate Reputation and TrushTo Consumer Loyality of ATM User After Cybercrime Isues (Study at BCA Consumers in Surabaya)”. Jurnal Business and Economics.

Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Jakarta: Sekretariat Negara

Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Perilaku Organisasi Sentot Imam Wahjono*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu

Widyasari Putri Arum. 2014. “Analisis Pengaruh Aspek Pengetahuan, Aspek Ekonomi, Aspek Pelayanan Dan Aspek Demografi Terhadap Keputusan PNS Menabung Di Bank Syariah Di Surakarta”. Skripsi

Wiroso.2009 *Produk Perbankan Syariah.* Edisi Pertama. Jakarta: LPFE Usakti

Yudrik Jahja. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Yupitri, Evi dan Raina Linda Sari. 2012. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan”. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember: 46- 60.

Lampiran 1

DRAF WAWANCARA

Informan 1

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Bank BNI Syariah Cabang Surakarta di sini ?

   Saya bekerja di sini sudah sekitar 7 tahun mbk. Awalnya sebagai marketing sebelum menjadi Customer Service

2. Bagaimana usaha anda untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta ?

   Sebagai pegawai di sini saya selalu mementingkan kinerja saya agar kinerja saya tetap baik. Dalam melayani nasabah juga harus sabar dan teliti. Kalau dalam masalah minat masyarakat ya kita beri informasi kepada mereka sedetail mungkin mbak.

3. Apa faktor yang menjadikan masyarakat berminat untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah Cabang Surakarta ?

   Kebanyakan nasabah-nasabah di sini alasan yang mendasar adalah karena letak lokasi kantor yang mudah dijangkau, tidak terlalu jauh dari rumah nasabah dan juga mudahnya alat transportasi yang bisa digunakan untuk menuju ke kantor sini

4. Di antara faktor yang ada yang dapat menarik minat masyarakat menjadi nasabah, menurut anda faktor apa yang paling dominan ?

   Relatif ya mbak kalau menurut saya. Beda-beda mbak alasan setiap nasabah di sini kenapa minat menjadi nasabah. Ada yang alasannya lokasi dekat dengan rumah, ada juga alasan-alasan lainnya.

Informan 2

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Bank BNI Syariah Cabang Surakarta di sini ?

   Saya bekerja di sini ya kira-kira 10 tahun mbak. Agak lupa soalnya mbak saya.

2. Bagaimana usaha anda untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta ?

   Kalau saya pribadi lebih menekankan pada pelayanan yang memuaskan ya mbak. Setiap ada keluhan dari nasabah saya layani dengan semaksimal mungkin. Prinsip saya jangan sampai membuat nasabah kecewa. Kita kan perusahaan jasa ya mbak. Jasa itu kan kalau pelayanan baik, mereka yang menjadi nasabah pasti akan merekomendasikan ke orang lain

3. Apa faktor yang menjadikan masyarakat berminat untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah Cabang Surakarta ?

   Pernah beberapa waktu lalu saya sebagai pihak pegawai di sini bertanya dengan beberapa nasabah yang datang, saya bertanya bagaimana tanggapan dan penilaiannya terhadap kinerja bank di sini, dan alhasil dengan terbuka mereka menyampaikan bahwa mereka sangat senang dengan pihak bank karena selalu memberikan pelayanan yang baik, menerima segala keluhan nasabah dengan cermat. Sehingga hal ini memberi dampak bagi nama baik bank BNI Syariah yang selalu baik. Dalam artian di sini reputasi perusahaan mbak. Reputasi perusahaan yang baik begitu.

4. Di antara faktor yang ada yang dapat menarik minat masyarakat menjadi nasabah, menurut anda faktor apa yang paling dominan ?

   Kalau masalah mana yang paling memberikan pengaruh atau mana yang paling menarik di mata masyarakat terus bisa dijadikan sebagai alasan mereka menjadi nasabah, saya rasa semua sama saja ya mbak. Kembali lagi ke masalah nama baik mbak, kalau nama baik perusahaan bagus. Insyaallah masyarakat akan tertarik.

Informan 3

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Bank BNI Syariah Cabang Surakarta di sini ?

   Sudah berapa lama ya mbak. Ehm… kurang lebih sekitar 5-6 tahun mbak.

2. Bagaimana usaha anda untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank BNI Syariah cabang Surakarta ?

   Saya sebagai customer service di sini, ketika ada calon nasabah yang ingin membuka rekening baru di Bank BNI Syariah di sini, saya selalu tanya alasannya kenapa tertarik untuk menjadi nasabah di sini, sebagian dari mereka menjawab pelayanan yang baik dan pegawai yang tanggap. Kata mereka baru masuk pintu saja penyambutan dari security sudah baik dan senang begitu katanya. Nah kalau seperti itu, saya berusaha terus untuk mengedepankan kualitas pelayanan bagi nasabah ya mbak.

3. Apa faktor yang menjadikan masyarakat berminat untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah Cabang Surakarta ?

   Kalau masalah faktor atau alasan minat menjadi nasabah, banyak ya mbak. Ada karena lokasi yang dekat dengan rumah, ada karena nama baik bank yang selalu terjaga dan pelayanan yang memuaskan. Kembali lagi ke setiap individu alasan mereka apa begitu.

4. Di antara faktor yang ada yang dapat menarik minat masyarakat menjadi nasabah, menurut anda faktor apa yang paling dominan ?

   Dengan memberi penjelasan akan produk dan keuntungan-keuntungan yang nanti akan diperoleh oleh nasabah bagi calon nasabah yang datang ingin membuka rekening baru khususnya atau yang lain, hal ini menjadi salah satu media sosialisasi yang bisa dibilang promosi yang dapat menarik bagi calon nasabah sehingga mereka tertarik menjadi nasabah di sini. Kita sebagai pegawai harus untuk memahami produk serta keuntungan setiap produk bank yang ada. Dan yang paling penting kita dalam menyampaikan harus bisa dengan bahasa yang mudah diterima

Lampiran 2

KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :
   a. Laki-Laki
   b. Perempuan
2. Umur :
   a. < 25 tahun
   b. 25-30 tahun
   c. 30-40 tahun
   d. > 40 tahun
3. Pekerjaan :
   a. Pelajar/Mahasiswa
   b. Wiraswasta/Wirausaha
   c. Karyawan Swasta
   d. PNS
   e. Lainnya (Ibu Rumah Tangga, Pedagang, Pengusaha dan lain-lain)
4. Penghasilan :
   a. < Rp.1.500.000
   b. Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000
   c. Rp.2.000.000 - Rp.3.500.000
   d. > Rp.3.500.000

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (*v*) pada kolom di samping kanan yang tersedia sesuai dengan kenyataan yang anda rasakan dan alami.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

C. Daftar Pertanyaan

I. Faktor Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena kantor bank berada di lokasi yang mudah di jangkau sarana transportasi umum					
2	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena tersedianya jaringan ATM yang tersebar luas sehingga mempermudah untuk di jangkau					
3	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena letaknya tidak jauh dari pusat kota					
4	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena berada dilokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan					
5	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena memiliki tempat parkir yang luas dan rapi					
6	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena memiliki halaman yang luas					
7	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena berada di tempat yang lingkunganya aman					
8	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena tersedianya pos-pos keamanan di sekitar gedung bank					

II. Faktor Reputasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena menurut saya bank syariah memiliki nama baik di kalangan masyarakat					
2	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena saya tidak pernah mendapatkan informasi buruk tentang bank syariah					
3	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena bank syariah dipandang baik oleh kerabat-kerabat saya					
4	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena saya menggunakan bank syariah karena berbeda dengan bank lain					
5	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena para kerabat saya mengetahui tentang bank syariah					
6	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena penyingkatan nama bank syariah akan mempermudah saya untuk mengingat bank tersebut					

III. Faktor Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena karyawannya memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan yang saya inginkan					

2	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat dan akurat					
3	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam melayani saya					
4	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena karyawan/taller dapat menjawab semua pertanyaan nasabah degan baik					
5	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena bank syariah memiliki pengarsipan yang baik					
6	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena bank syariah dapat menjaga kerahasiaan nasabah jumlah tabungan, No PIN, No rekening yang dimiliki nasabah.					
7	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena saya merasa aman dan nyaman ketika dilayani oleh karyawan/ taller bank syariah					
8	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena bank syariah memiliki jumlah taller dan *Customer Service* yang memadai					
9	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena bank syariah memiliki pelayanan yang konsisten dengan perkembangan perbankan					

IV. Faktor Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena tertarik dengan iklan yang dibuat oleh BNI Syariah					
2	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena brosurnya sangat informative					
3	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena dapat informasi dari karyawan bank yang sangat jelas dan mudah dipahami					
4	Saya berminat menjadi nasabah BNI Syariah cabang Surakarta karena produk-produk bank yang menarik					

Lampiran 3

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No. Resp	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Penghasilan		No. Resp	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Penghasilan
1	A	A	A	A		**21**	A	A	A	B
2	B	B	B	C		**22**	A	B	B	B
3	B	C	C	B		**23**	B	D	C	B
4	B	D	E	D		**24**	B	A	A	B
5	B	C	C	B		**25**	B	A	A	B
6	A	A	A	A		**26**	A	A	C	C
7	B	C	D	C		**27**	A	D	E	D
8	B	B	B	C		**28**	A	C	D	C
9	A	C	D	C		**29**	B	B	B	B
10	A	A	A	A		**30**	B	D	E	D
11	A	D	D	C		**31**	B	B	C	C
12	B	C	D	D		**32**	B	D	E	D
13	B	B	C	B		**33**	B	C	C	C

14	B	A	A	A		**34**	A	D	E	D
15	A	B	C	B		**35**	B	A	A	B
16	B	A	A	A		**36**	A	B	C	C
17	B	A	A	A		**37**	B	B	C	B
18	A	D	D	C		**38**	B	A	A	B
19	A	C	C	B		**39**	A	B	C	C
20	A	C	C	B		**40**	A	A	C	C

Lampiran 4

HASIL DISTRIBUSI DATA KUESIONER

Distribusi Faktor Lokasi

No Resp	Butir Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	4	2	3	1	5	2	3	25
2	4	4	4	3	3	2	1	1	22
3	3	3	2	5	3	4	1	2	23
4	3	3	2	4	5	2	2	3	24
5	2	2	3	3	4	4	4	4	26
6	4	5	2	2	3	3	3	2	24
7	3	3	2	5	4	2	3	5	27
8	4	5	5	3	4	4	4	4	33
9	2	2	4	3	3	4	3	4	25
10	2	2	4	3	3	4	3	4	25
11	3	2	3	5	4	4	3	3	27
12	4	3	3	2	4	4	3	3	26
13	5	2	3	2	4	2	3	3	24
14	3	2	2	2	3	1	3	2	18
15	2	3	2	3	3	1	4	2	20
16	1	1	5	3	3	1	4	5	23
17	3	5	1	3	2	3	4	4	25
18	4	4	2	4	5	2	4	4	29
19	4	3	3	4	5	5	5	4	33
20	4	4	4	4	2	4	2	3	27
21	5	5	5	3	2	2	3	3	28
22	3	2	2	3	3	3	3	3	22
23	2	3	3	2	4	3	3	2	22
24	5	1	1	2	3	3	3	4	22
25	3	1	4	5	3	4	2	2	24

26	2	1	2	5	5	4	4	3	26
27	1	3	3	3	3	4	5	4	26
28	2	2	2	1	3	4	4	5	23
29	3	5	3	4	2	2	4	3	26
30	5	1	4	2	2	5	4	4	27
31	3	3	3	5	1	3	3	3	24
32	3	4	3	3	2	2	3	3	23
33	4	4	3	3	2	1	3	3	23
34	4	4	2	2	3	3	3	4	25
35	4	2	2	5	3	3	3	2	24
36	3	3	3	2	5	4	3	2	25
37	3	3	5	3	4	4	4	2	28
38	5	2	3	1	4	4	5	3	27
39	3	5	2	2	4	4	5	3	28
40	3	3	2	2	4	4	4	4	26
	131	119	115	124	130	127	132	127	1005

Distribusi Faktor Reputasi

No Resp	**Butir Pernyataan**						**Total**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	
1	3	3	4	4	3	2	19
2	3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	5	5	4	23
4	3	2	5	2	3	5	20
5	3	2	2	3	4	3	17
6	4	2	3	4	2	4	19
7	5	3	2	2	4	5	21
8	4	3	3	3	2	2	17
9	5	2	5	5	2	2	21
10	4	1	3	4	3	2	17

11	2	1	4	2	3	3	15
12	3	1	3	3	3	3	16
13	2	2	2	4	3	4	17
14	4	3	5	2	3	4	21
15	2	3	2	3	3	5	18
16	3	5	4	3	4	2	21
17	5	5	2	3	4	3	22
18	3	4	4	4	4	1	20
19	2	2	2	4	4	5	19
20	1	3	3	2	4	5	18
21	4	5	1	5	4	5	24
22	2	2	2	5	4	4	19
23	3	3	5	5	5	4	25
24	2	4	4	2	2	4	18
25	3	2	2	3	3	2	15
26	2	5	3	4	4	3	21
27	3	3	2	2	4	2	16
28	3	1	5	3	4	4	20
29	3	4	3	2	3	5	20
30	3	2	1	5	3	3	17
31	3	5	2	2	3	2	17
32	3	3	5	5	4	5	25
33	3	4	4	2	4	3	20
34	4	2	2	2	2	4	16
35	4	3	3	3	5	5	23
36	4	4	3	3	5	3	22
37	5	3	3	3	2	5	21

38	5	4	4	4	3	5	25
39	5	3	4	4	3	4	23
40	5	5	4	4	3	4	25
	133	120	127	133	136	143	792

Distribusi Faktor Fasilitas Pelayanan

No Resp	Butir Pernyataan									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	4	3	5	3	4	2	3	4	33
2	5	4	3	5	5	3	5	2	4	36
3	5	4	3	5	3	3	5	2	4	34
4	5	4	2	5	3	3	4	3	5	34
5	5	4	3	4	3	3	4	3	5	34
6	4	4	3	2	3	3	4	3	3	29
7	4	4	2	2	4	3	2	3	5	29
8	4	4	2	2	3	4	5	5	4	33
9	3	4	2	3	2	4	4	4	4	30
10	5	3	5	2	2	3	5	5	4	34
11	3	3	5	2	2	3	3	5	4	30
12	3	3	4	3	2	3	3	5	3	29
13	3	3	4	3	3	5	3	5	3	32
14	3	3	4	3	3	5	4	4	3	32
15	4	3	2	3	3	5	4	4	5	33
16	4	5	3	4	4	4	5	4	5	38
17	4	5	5	4	4	4	4	4	3	37
18	4	3	1	4	4	5	4	3	3	31
19	5	3	2	4	4	5	5	5	4	37
20	5	4	3	2	5	4	3	4	4	34
21	5	4	5	2	5	4	3	2	3	33
22	5	4	2	3	3	3	4	3	3	30
23	3	5	3	1	5	5	5	3	4	34
24	3	5	4	5	4	3	5	5	5	39

25	3	3	4	5	5	4	4	4	4	36
26	4	3	4	5	4	4	5	4	4	37
27	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
28	2	4	3	3	3	4	2	3	4	28
29	2	4	2	3	5	3	5	2	5	31
30	3	5	3	3	3	3	5	2	3	30
31	2	5	3	5	3	3	4	3	3	31
32	2	5	5	4	3	3	4	3	3	32
33	2	4	5	4	3	3	4	3	3	31
34	3	4	4	5	4	3	2	3	4	32
35	3	4	4	4	5	5	4	5	5	39
36	3	4	5	5	4	5	4	2	2	34
37	4	4	5	4	5	4	4	4	3	37
38	4	4	5	5	4	4	5	3	4	38
39	4	4	4	5	4	5	4	5	5	40
40	4	4	4	5	4	2	4	3	3	33
	148	157	140	147	145	150	160	142	153	1342

Distribusi Faktor Promosi

No Resp	Butir Pernyataan				Total
	1	2	3	4	
1	2	5	3	5	15
2	2	5	5	4	16
3	2	4	5	4	15
4	3	4	4	5	16
5	3	4	4	4	15
6	3	4	5	5	17
7	4	4	5	4	17
8	4	4	5	5	18
9	4	4	4	5	17
10	4	4	4	5	17
11	4	2	3	4	13
12	5	3	2	2	12
13	4	3	3	3	13
14	5	2	5	5	17
15	4	1	3	4	12
16	2	1	4	2	9
17	3	1	3	3	10
18	2	2	2	4	10
19	4	3	5	2	14
20	5	2	3	3	13
21	5	3	3	4	15
22	5	3	5	2	15
23	3	4	4	3	14
24	3	4	3	2	12

25	3	4	3	3	13
26	4	3	2	3	12
27	2	3	4	3	12
28	5	2	3	4	14
29	4	5	3	2	14
30	2	3	2	3	10
31	4	4	5	4	17
32	4	4	5	5	18
33	2	5	4	3	14
34	2	5	4	3	14
35	3	3	3	4	13
36	1	5	5	5	16
37	5	4	3	5	17
38	5	5	4	4	18
39	5	4	4	5	18
40	2	4	4	2	12
	138	139	150	147	574