



**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP  
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN PEDULI USAHA  
MIKRO (PPUM) PADA BANK NAGARI CABANG SYARIAH  
BATUSANGKAR**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) pada  
Jurusan Perbankan Syariah*

**RIYAN ALFINO**  
**NIM: 14 202 145**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
2020**

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riyan Alfino  
Nim : 14 202 145  
Tempat/Tgl Lahir : Batusangkar, 26 November 1993  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul ***“Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar”*** adalah benar karya saya sendiri dan bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 22 Juni 2020

Saya yang Menyatakan



**Riyan Alfino**  
**NIM. 14 202 145**

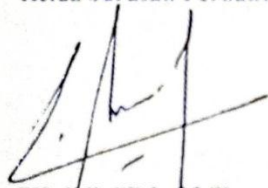
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Riyan Alfino, NIM. 14 202 145, judul "FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN PEDULI USAHA MIKRO (PPUM) pada BANK NAGARI CABANG SYARIAH BATUSANGKAR", memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya

Batusangkar, Juni 2020

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Elfadhi, SE.L., M.Si.  
NIP. 198206172007101002

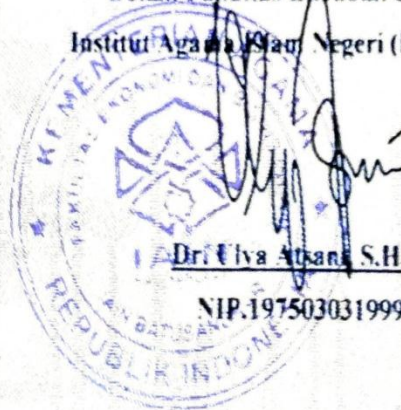
Pembimbing



Deswita, S.Ag., MA.  
NIP. 197202102000032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar



Dr. Ulva Atsani, S.H., M.Hum

NIP.197503031999031004

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang ditulis oleh ADAM SURYA RAMMADHAN, NIM. 15301100001, judul: "MANAJEMEN KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) IKHWAN KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA PAYAKUMBUH-KAB. 50 KOTA: PERBANDINGAN PRA DAN PASCA PERALIHAN MENJADI KOPERASI SYARIAH", telah diuji dalam Ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 5 Maret 2020.

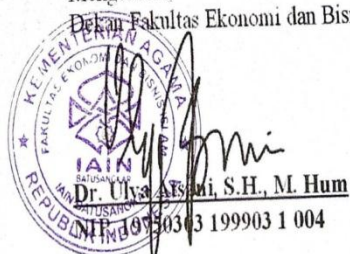
Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1	Yusrizal Efendi, S.Ag., M.Ag NIP. 197308191998031001	Ketua Sidang		3 Juli 2020
2	Dr. Hj. Elimartati, M.Ag NIP. 195812071986032001	Anggota I		1 Juli 2020
3	Nita Fitria, SE.I., MA	Anggota II		1 Juli 2020

Batusangkar, 5 Juli 2020

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## ABSTRAK

**Riyan Alfino, NIM 14 202 145, Judul Skripsi “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar”**  
Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apa faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah, sehingga nasabah melakukan pembiayaan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan turun langsung ke lapangan dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui wawancara terstruktur. Teknik penjamin keabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah nasabah produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) Modal Kerja dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) Modal Kerja adalah strategi produk dimana produk memiliki keuntungan tersendiri untuk pelaku mikro, memiliki visi yaitu “Peduli Ekonomi Rakyat” yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dikemas dalam kemasan yang baik berupa pelayanan seperti pendekatan kepada nasabah, strategi harga menawarkan margin yang terjangkau yaitu 0,58%, lokasi yaitu keberadaan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar itu sendiri yang berdekatan dengan tempat usaha nasabah, dan strategi promosi dilakukan dengan *personal selling* dan periklanan. Faktor eksternal yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) Modal Kerja adalah kepercayaan masyarakat yaitu kepercayaan masyarakat dengan keuntungan yang diperoleh atas penggunaan produk PPUM dan pendapatan masyarakat yaitu besarnya pendapatan masyarakat setelah menggunakan produk PPUM dan.

***Kata Kunci : Pembiayaan, Usaha Mikro***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Defenisi Operasional.....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
A. Bank Syariah.....	7
1. Pengertian Bank Syariah .....	7
2. Fungsi Bank.....	8
3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional .....	9
4. Mekanisme Operasional Bank Syariah .....	9
5. Ciri-Ciri Bank Syariah .....	10
6. Produk-produk Bank Syariah.....	11
B. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Meningkatnya Nasabah .....	12
1. Faktor Internal yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah..	12
2. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah	16
C. <i>Marketing Mix</i> .....	18
1. Produk ( <i>product</i> ) .....	18
2. Harga ( <i>price</i> ) .....	20

3. Lokasi ( <i>place</i> ).....	21
4. Promosi ( <i>promotion</i> ) .....	21
D. Pembiayaan .....	21
1. Pengertian Pembiayaan .....	21
2. Tujuan Pembiayaan .....	22
3. Fungsi dan Manfaat Pembiayaan .....	24
4. Tahapan Proses Pembiayaan .....	26
E. <i>Murabahah</i> .....	27
1. Pengertian <i>Murabahah</i> .....	27
2. Landasan Hukum <i>Murabahah</i> .....	28
3. Rukun dan Syarat <i>Murabahah</i> .....	29
4. Karakteristik Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	30
5. Skema Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	32
6. Fatwa DSN Tentang <i>Murabahah</i> .....	32
F. PPUM (Pembiayaan Peduli Usaha Mikro) .....	35
G. Penelitian Relevan .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	39
C. Instrumen Penelitian .....	39
D. Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	40
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar .....	42
1. Sejarah Singkat Mengenai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Syariah Batusangkar.....	42
2. Profil Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar .....	43
3. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar .....	43
4. Produk-Produk Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.....	44

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar .....	49
1. Faktor Internal .....	50
2. Faktor Eksternal .....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pembiayaan Disalurkan Pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar .....	3
Tabel 2. 1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	9

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar .....	44
Gambar 4. 2 Kemasan Produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro.....	50
Gambar 4. 3 Brosur Produk PPUM.....	56
Gambar 4. 4 Banner Produk PPUM.....	57

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan lembaga keuangan yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat, baik untuk menyimpan dana dalam bentuk tabungan maupun meminjam dana dalam bentuk pembiayaan. Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank (Ismail, 2011:30). Begitupun di Indonesia, bank memiliki peranan yang penting bagi perekonomian negara dan masyarakat. Tanpa adanya bank, masyarakat tentu tidak akan bisa menyimpan dananya dalam bentuk tabungan deposito. Tanpa adanya bank, masyarakat juga tidak bisa menerima penyaluran dana yang biasa dilakukan oleh bank.

Bank sebagai pihak yang mendinamisasi perekonomian yang memiliki makna bahwa bank merupakan pusat perekonomian, sumberdana, pelaksana urusan pembayaran, memproduktifkan tabungan dan mendorong kemajuan perdagangan nasional dan internasional. Tanpa peranan perbankan tidak mungkin dilakukan globalisasi perekonomian (Iska, 2012:14).

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah adalah Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga, Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain Perbankan Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah Islam (Muhammad, 2004:1).

Bank Nagari adalah satu-satunya bank milik pemerintah daerah yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Sumatera Barat. Bank Nagari berpusat di kota Padang. Bank Nagari didirikan pada tanggal 12 Maret 1962 dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat (PT BPD Sumbar).

Sebagai salah satu bentuk kepedulian PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat untuk menyediakan dana dan memberikan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang melakukan kegiatan usaha produktif serta untuk mendukung program pemerintah dalam percepatan pengembangan sektor riil guna penanggulangan/pengentasan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja.

Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi, penciptaan lapangan kerja, dan penanggulangan kemiskinan, mendukung program kerja pemerintah yang menerbitkan paket kebijakan yang bertujuan meningkatkan sektor riil dan memberdayakan usaha kecil, menengah, dan koperasi, peningkatan akses pada sumber pembiayaan, pengembangan kewirausahaan dan peningkatan pasar produk Usaha Mikro Kecil, Menengah, dan Koperasi. Yang diperuntukan untuk para pelaku usaha mikro kecil, menengah, dan koperasi.

Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) merupakan pembiayaan yang menggunakan akad *murabahah* (jual beli) artinya akad/perjanjian jual beli antara bank dengan nasabah dimana bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjual kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan/pokok ditambah dengan keuntungan bank (*margin*).

Bank Syariah sebagai perusahaan jasa selalu meningkatkan penyaluran pembiayaan dan jumlah nasabahnya karena dengan peningkatan tersebut maka tujuan perusahaan akan tercapai. Meningkatnya penyaluran pembiayaan dan jumlah nasabah pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba penting bagi usaha agar

dapat terus beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Selain itu laba yang diperoleh hendaknya sesuai bahkan melebihi target yang telah ditetapkan.

Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) mulai berlaku di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar pada tahun 2016. Sesuai dengan keputusan Direksi Nomor SK/040/DIR004-2015 tanggal 22 April 2015 tentang Peraturan Pelaksanaan Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM).

**Tabel 1. 1**  
**Data Jumlah Pembiayaan Disalurkan Pada Bank Nagari**  
**Cabang Syariah Batusangkar**

Tahun	Jumlah Nasabah (orang)		Pembiayaan Disalurkan (Rp)	
	PPUM MK	PPUM Investasi	PPUM MK	PPUM Investasi
2016	56	8	1.268.416.662	199.097.231
2017	107	15	2.850.620.868	254.845.455
2018	134	17	5.101.919.406	497.416.666

*Sumber: Laporan Keuangan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar periode 2016-2018*

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah pembiayaan PPUM ini dibagi menjadi 2 jenis pembiayaan yaitu PPUM Modal Kerja dan PPUM Investasi, pada tahun 2016 nasabah PPUM Modal Kerja lebih diminati yaitu sekitar 56 orang dengan jumlah pembiayaan Rp. 1.268.416.662 berbeda jauh dengan PPUM Investasi yang hanya 8 orang dengan jumlah pembiayaan Rp. 199.097.231, dan pada tahun 2017 jumlah nasabah mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 107 orang untuk PPUM Modal Kerja dengan jumlah pembiayaan Rp. 2.850.620.868, sedangkan untuk PPUM Investasi hanya 15 orang nasabah dengan jumlah pembiayaan yang disalurkan Rp. 254.845.455. Pada tahun 2018 jumlah nasabah mengalami kenaikan sebanyak 134 orang untuk PPUM Modal Kerja dengan jumlah pembiayaan Rp. 5.101.919.406, sedangkan untuk PPUM Investasi hanya 17 orang dengan jumlah pembiayaan Rp. 497.416.666. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa baru 2 tahun produk ini diluncurkan, tapi sudah mempunyai nasabah yang

meningkat, dan peningkatannya mengalami peningkatan yang sangat signifikan baik itu dari jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan, dan PPUM Modal Kerja lebih diminati masyarakat daripada PPUM Investasi.

Dari latar belakang diatas terlihat PPUM Modal Kerja lebih tinggi jumlah nasabahnya daripada PPUM Investasi, inilah yang membuat penulis untuk meneliti lebih lanjut dengan melakukan penelitian dengan judul :**“Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memfokuskan masalah penelitian ini terhadap Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus penelitian, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa faktor internal yang mempengaruhi meningkatnya nasabah PPUM pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar?
2. Apa faktor eksternal yang mempengaruhi meningkatnya nasabah PPUM pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor internal yang mempengaruhi meningkatnya nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor eksternal yang mempengaruhi meningkatnya nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

## E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Bagi Akademik

- a. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- b. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya bagi Jurusan Perbankan Syariah, serta menjadi rujukan untuk penelitian berikutnya.

### 2. Bagi Penulis

- a. Dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama kuliah di IAIN Batusangkar.
- b. Dapat memberikan pengetahuan bagi penulis tentang Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

### 3. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi dan masukan bagi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar tentang faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya nasabah pembiayaan peduli usaha mikro Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

## F. Defenisi Operasional

Defenisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu :

**“Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar”.**

Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi terhadap peningkatan jumlah nasabah adalah keadaan yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah yang berasal dari bank itu sendiri maupun yang berasal dari luar bank itu. Faktor internal yang penulis maksud adalah dari segi produk, harga, lokasi, dan promosi. Sedangkan untuk faktor eksternal adalah kepercayaan masyarakat, pendapatan masyarakat.

Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi, penciptaan lapangan kerja, dan penanggulangan kemiskinan, mendukung program kerja pemerintah yang menerbitkan paket kebijakan yang bertujuan meningkatkan sektor riil dan memberdayakan usaha kecil, menengah, dan koperasi.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Bank Syariah**

##### **1. Pengertian Bank Syariah**

Definisi bank pada dasarnya adalah sama. Ada beberapa definisi bank yang dikemukakan sesuai dengan tahap perkembangan bank, yaitu:

- a. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan).
- b. Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antar pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (*deficit unit*), serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran (Menurut Standar Akuntansi Keuangan) (Purnawati, Yuniarta&Sulindawati, 2014:5-6).

Bank Syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan syariat Islam (Al-Quran dan Hadist Nabi SAW) dan menggunakan kaidah-kaidah fiqh. Dalam ekonomi Islam, istilah bank memiliki konsep tersendiri, yaitu bank syariah, yang beroperasi di atas dasar ajaran (syariat) Islam, yang memiliki asas operasional berbeda dengan asas operasional bank konvensional (Iska, 2012:49-50).

Menurut Heri Sudarsono dan A. Djazuli menjelaskan bahwa bank Islam atau dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. (Iska, 2012:36).

Dari pengertian di atas, dapat dipahami bahwa pengertian bank syariah tidak jauh berbeda dengan pengertian bank pada umumnya. Perbedaan di antara keduanya, hanya terletak pada asas operasional yang digunakannya. Bank syariah beroperasi berdasarkan asas bagi hasil dan berbentuk kerja sama, bukan sebagai hubungan antara si pengutang (debitur) dengan si pemiutang (kreditur), sedangkan bank konvensional berdasarkan kepada bunga. Dengan kata lain, kedudukan bank syariah dalam hubungannya dengan nasabah adalah sebagai rekanan (*partner*) atau antara investor dan pedagang atau pengusaha, sedangkan pada bank konvensional sebagai pengkredit (kreditur) dan pendebit (debitur).

## 2. Fungsi Bank

Berdasarkan fungsi terdapat tiga fungsi utama bank, yaitu:

### a. Menghimpun dana dari masyarakat

Bank menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Untuk itu masyarakat akan mempercayakan dananya untuk disimpan di bank dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak bank.

### b. Menyalurkan dana kepada masyarakat

Bank akan menyalurkan dananya kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman. Melalui penyaluran dana tersebut bank akan memperoleh pendapatan.

### c. Pelayanan jasa perbankan

Produk pelayanan jasa perbankan tersebut antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahan bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, *Letter of Credit*, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa lainnya (Purnawati, Yuniarta & Sulindawati, 2014:11-12).

Secara umum tujuan bank syariah ialah mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi suatu masyarakat atau bangsa, dengan melakukan aktivitas perbankan, keuangan, komersial dan investasi sesuai dengan asas Islam (Iska, 2012:49-51).

### 3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional menurut Muhammad Syafi’I Antonio yang dikutip oleh Syukri Iska (Iska, 2012:26) yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

<b>Bank Syariah</b>	<b>Bank Konvensional</b>
Melakukan investasi yang halal saja	investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil untung/rugi, jual beli, dan sewa	Memakai perangkat bunga
<i>Profit dan falah oriented</i>	<i>Profit oriented</i> (tujuan hanya keuntungan semata)

Sumber: (Iska, 2012:26)

Ada tiga perbedaan bank syariah dan bank konvensional yang disederhanakan oleh Syafi’I Antonio yaitu: bank syariah hanya melakukan investasi yang halal saja, sementara bank konvensional bisa melakukan investasi yang halal dan dapat juga melakukan investasi yang haram.

Prinsip organisasi yang dipakai oleh bank syariah yaitu prinsip bagi hasil, jual beli dan juga prinsip sewa menyewa, yang mana tujuannya untuk menghindari riba. Sementara prinsip organisasi dari bank konvensional yaitu memakai perangkat bunga.

Perbedaan yang terakhir, yaitu tujuan utama dari bank konvensional adalah *profit oriented*, sedangkan bank syariah, disamping mencari *profit oriented*, bank syariah juga mengutamakan *falah oriented*.

### 4. Mekanisme Operasional Bank Syariah

Mekanisme umum didalam operasional bank syariah yaitu:

- a. Menghindari riba, karena memang riba mengandung keetidakadilan dan dapat merusak prinsip kemitraan,
- b. Memperlakukan uang hanya sebagai alat tukar dan bukan sebagai komoditi yang diperdagangkan,

- c. Pembiayaan hanya dilakukan terhadap aktivitas ekonomi maupun kebutuhan nasabah lainnya dan tidak bertentangan dengan syariah,
- d. Tidak membenarkan transaksi spekulatif (*maysir*), jual beli atas suatu barang yang belum dimiliki (*gharar*) dan jual beli bersyarat (mengandung unsur *riba*),
- e. Dalam berinteraksi dengan nasabah, bank syariah memposisikan diri sebagai mitra investor dan pedagang, bukan dalam hubungan *lender & borrower* sebagaimana yang berlaku pada bank konvensional,
- f. Akad transaksi yang sudah disepakati dengan nasabah tidak akan mengalami perubahan sampai dengan akhirnya, walaupun misalnya terjadi gejolak moneter (Hafidhuddin, 2012:16).

## 5. Ciri-Ciri Bank Syariah

- a. Berdimensi keadilan dan pemerataan

Bukti berdimensi keadilan dalam bank syariah ialah adanya sistem bagi hasil. Cara seperti ini akan berimplikasi bahwa jika kerugian terjadi, maka dia tidak hanya ditanggung oleh satu pihak karena risiko kerugian dan keuntungan ditanggung bersama.

- b. Bersifat mandiri

Karena prinsip operasional bank syariah tidak menggunakan bunga, maka secara otomatis akan terlepas dari gejolak moneter, baik dalam negara maupun dunia Internasional. Bank syariah dengan sendirinya tidak bergantung kepada gejolak moneter sehingga bisa bergerak tanpa dipengaruhi inflasi. Keadaan seperti ini tentu sangat berbeda dengan bank konvensional yang dalam operasinya menggunakan asas bunga, sehingga harus memperhatikan tingkat inflasi dalam negara dan tingkat bunga riil di luar negara serta persaingan dalam negara.

- c. Persaingan secara sehat

Bentuk persaingan yang berlaku di antara bank syariah ialah masing-masing berlomba-lomba untuk lebih tinggi dari yang lain bukan

saling mencari kelemahan dan mematikan serta memburuk-burukkan yang lain.

d. Adanya Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) ialah lembaga yang bersifat independen, yang dibentuk sebagai bagian Dewan Pengawas Nasional (DSN) dan ditempatkan di bank yang melakukan aktivitas usaha berdasarkan syariah (Iska, 2012:54-55).

## 6. Produk-produk Bank Syariah

Produk-produk bank syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Produk-produk bank syariah, yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam:

a. Produk Pendanaan

Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (*riba*), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, terutama *wadi'ah* (titipan), *qardh* (pinjaman) *mudharabah* (bagi hasil), dan *ijarah*.

b. Produk Pembiayaan

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (*kreditor*) menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*) dan pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*) dan pola pinjaman (*qardh*).

c. Produk Jasa Perbankan

Produk-produk jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad-akad *tabarru'* yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh karena itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Jasa perbankan golongan ini yang bukan termasuk akad *tabarru'* adalah akad *sharf* yang merupakan akad petukaran uang dengan uang dan *ujr* yang merupakan bagian dari *ijarah* (sewa) yang dimaksudkan untuk mendapatkan upah (*ujroh*) atau *fee* (Ascarya, 2011:112-128).

## **B. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Meningkatnya Nasabah**

### **1. Faktor Internal yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah**

Menurut Nugroho, J. Setiadi (2008: 20-21), terdapat teknik pendekatan untuk mempengaruhi keputusan konsumen di antaranya:

a. Teknik Pendekatan Stimulasi Respon

Teknik ini merupakan teknik penyampaian ide-ide atau pengetahuan tentang suatu produk dan merek kepada konsumen agar konsumen tertarik atau termotivasi untuk mengambil keputusan membeli produk-produk yang disampaikan itu.

b. Teknik Pendekatan Humanistik

Teknik ini merupakan teknik pendekatan yang bersifat manusiawi. Dalam teknik ini keputusan membeli sepenuhnya diserahkan kepada konsumen yang bersangkutan.

c. Teknik Pendekatan Kombinasi Antara Simulasi Respon dan Humanistik

Teknik ini merupakan teknik pendekatan dari hasil kombinasi antara teknik simulasi respon dan teknik humanistik, yaitu lebih bersifat mengkondisikan perilaku yang memungkinkan konsumen termotivasi untuk membeli, namun keputusan membeli sepenuhnya diserahkan kepada konsumen.

d. Teknik Pendekatan dengan Komunikasi yang Persuasif

Teknik ini merupakan teknik pendekatan dengan menggunakan komunikasi persuasive melalui, *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (hasrat), *decision* (keputusan), *action* (tindakan), dan *satisfaction* (kepuasan).

Menurut Murni Sumarni (2002: 227), yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah adalah:

a. Nilai Produk

Dapat dievaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan dari produk bank lain.

b. Nilai Pelayanan

Bagi nasabah sangat penting mengingat jasa bank merupakan aset tersembunyi yang pemanfaatannya harus dimaksimalkan oleh bank.

c. Nilai Personil

Personil atau karyawan bank yang merupakan aset tersembunyi yang pemanfaatannya harus dimaksimalkan oleh bank.

d. Nilai Citra

Nasabah akan memilih dan menilai terhadap kondisi pasar. Nasabah akan semakin cermat mencari informasi untuk memilih lembaga yang reputasinya baik.

e. Biaya Moneter

Nasabah akan melihat melalui tarif-tarif bunga yang ditetapkan, biaya atau administrasi.

f. Biaya Waktu

Nasabah akan melihat lamanya proses transaksi produk dan jasa yang dibelinya.

Menurut Setiadi (2003: 10) yang mempengaruhi terhadap peningkatan jumlah nasabah adalah:

a. Produk

Berdasarkan produk yang tersedia, maka keuntungan apa yang diharapkan nasabah dari produk yang ditawarkan kepada masyarakat yang tersedia pada lembaga keuangan tersebut.

b. Promosi

Promosi yang bagaimana yang dapat mempengaruhi nasabah untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut.

c. Harga

Harga berhubungan dengan persiapan margin. Bagi hasil terhadap produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah kepada nasabah.

d. Distribusi

Yaitu penyaluran yang dilakukan oleh lembaga terkait yang dapat menarik nasabah akan melihat lamanya proses transaksi produk dan jasa yang dibeli.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah konsumen atau nasabah lainnya ada di dalam buku Sentot Imam Wahjono di antaranya adalah:

a. Hubungan Baik

Bagi nasabah yang mempunyai hubungan baik dengan bank yang biasanya di golongkan sebagai nasabah utama (*prime costumer*) biasanya akan mendapat harga special, murah dan berkualitas untuk berbagai fasilitas dan kredit yang disediakan oleh bank (Wahjono, 2010: 117-119).

b. Promosi

Pada umumnya masyarakat melewati tahapan AIDA sebelum mengkonsumsi suatu produk. AIDA yang di maksud adalah (Wahjono, 2010: 134):

### 1) *Attention*

Suatu produk harus mampu memancing perhatian khalayak konsumen. Perhatian yang dimaksud adalah keunggulan dan keunikan produk. Bila produk tidak memiliki keunggulan dan kekhasan maka sulit untuk memancing perhatian masyarakat, karena akan dianggap sama dengan produk lain.

### 2) *Interest*

Setelah mampu memancing perhatian maka, suatu produk harus menggugah minat. Pembangunan minat biasanya melalui manfaat yang dijanjikan melebihi dari produk yang selama ini dikonsumsi atau harga yang ditawarkan lebih murah atau mudah untuk mendapatkannya dan mengkonsumsinya.

### 3) *Desire*

Setelah menggugah minat maka, tahap selanjutnya adalah hasrat menginginkan untuk menikmati produk. Hasrat biasanya ditimbulkan oleh ketersediaan informasi, kemudahan mendapatkannya, kemendesakan manfaat yang ditawarkan produk dengan keinginan konsumen.

### 4) *Action*

Tahap akhir setelah timbul hasrat dan kemudahan menginginkan produk tersebut maka, tibalah melaksanakan upaya pembelian. Aksi ini dipicu oleh kemudahan untuk membeli, kesanggupan membeli disesuaikan dengan daya beli, dan kemudahan dalam pembayaran.

### 5) *Pelayanan Nasabah*

Sebagian proses produk dan proses pelayanan perbankan dialami dan dikonsumsi ketika pelayanan berlangsung. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah.

Dalam hal ini, kendala dalam sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan pelayanan-pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas menurut perspektif nasabah (Wahjono, 2010, 178-179).

## **2. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah**

Menurut Wahjono (2010: 115) dalam mengambil suatu keputusan konsumen terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi, antara lain:

### **a. Faktor Keimanan**

Dalam Islam, perilaku konsumen berasal dari akhlak yang berarti budi pekerti, perangai tingkah laku dan tabiat. Akhlak merupakan suatu kondisi/sifat yang telah meresap dalam jiwa dan menjadi kepribadian hingga timbul berbagai macam perbuatan secara spontan, tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pemikiran. Perilaku konsumen Islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Perilaku konsumen muslim adalah perilaku yang dilandasi iman dan ketakwaan kepada Allah SWT, di mana seorang muslim memanfaatkan hartanya untuk kebutuhan individu, keluarga dan dibelanjakan di jalan Allah SWT.

### **b. Faktor Individual Konsumen**

Merek yang dipilih oleh konsumen dipengaruhi oleh kebutuhan, persepsi terhadap karakteristik merek, sikap terhadap merek, demografi, gaya hidup, dan kepribadian konsumen.

### **c. Faktor Strategi Pemasaran**

Faktor strategi pemasaran merupakan variable-variabel yang dapat dikendalikan oleh pemasar dalam upaya untuk menginformasikan dan mempengaruhi konsumen, variable tersebut meliputi produk, harga,

promosi, dan saluran distribusi lainnya, yang menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan.

d. Faktor Pengaruh Lingkungan

Lingkungan pembelian konsumen dipengaruhi kebudayaan termasuk norma dan nilai-nilai dari masyarakat, sub budaya, kelompok tatap muka, yaitu teman, anggota keluarga, kelompok referensi, dan faktor situasi (keadaan untuk apa produk atau jasa dibeli). Merupakan sumber informasi yang penting karena untuk mempengaruhi perilaku konsumen, karena kelompok ini berperan bagi individu di dalam membentuk kepercayaan, sikap, dan perilakunya.

Menurut Budianto yang dikutip oleh Fajarwaty faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah adalah (2014: 19):

a. Kepercayaan masyarakat

Unsur kepercayaan masyarakat terhadap suatu bank. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kemampuan bank dalam menghimpun dana dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Seberapa besar kepercayaan masyarakat tergantung pada kinerja internal bank itu sendiri.

b. Pendapatan masyarakat

Ekspektasi masyarakat menyangkut perkiraan pendapatan yang diterima oleh masyarakat akan berpengaruh terhadap penempatan dananya pada bank dan hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada suatu bank.

c. Unsur keamanan

Unsur keamanan, baik keamanan dari kemungkinan terjadinya gejolak sosial masyarakat maupun faktor keamanan yang diciptakan oleh adanya jaminan pengembalian dana.

d. Lokasi bank

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikan produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Semakin tajamnya persaingan antar bank maupun persaingan antar lembaga keuangan non

bank yang juga dapat memberikan jasa-jasa pelayanan yang bersaing dengan jasa pelayanan bank lainnya.

e. Pesatnya perkembangan teknologi

Pesatnya perkembangan teknologi terutama yang menyangkut teknologi informasi yang sekaligus juga menghasilkan inovasi-inovasi baru menyangkut jasa layanan bank.

### C. *Marketing Mix*

*Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa diikuti oleh elemen lain.

#### 1. Produk (*product*)

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk 2 macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau cirri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah untuk produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan untuk yang tidak berwujud tidak tahan lama.

Produk merupakan titik sentral dari kegiatan *marketing*. Produk ini dapat berupa barang dan dapat berupa jasa. Jika tidak ada produk maka tidak ada pemindahan hak milik maka tidak ada *marketing*. Semua kegiatan *marketing* lainnya, dipakai untuk menunjang gerakan produk yang bermutu (Kasmir, 2004:135).

Setiap produk yang diluncurkan kepasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk

yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu.

Dalam dunia perbankan, strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk sebagai berikut: (Kasmir, 2004: 141)

a. Penentuan Logo dan Motto

Logo merupakan cirri khas suatu bank, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat. Dalam pembuatan logo dan motto diperlukan pertimbangan pembuatan, sebagai berikut:

- 1) Memiliki arti (dalam arti positif)
- 2) Menarik perhatian
- 3) Mudah diingat.

b. Menciptakan Merek

Untuk berbagai jenis jasa bank yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, symbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor, antara lain:

- 1) Mudah diingat
- 2) Terkesan hebat dan modern
- 3) Memiliki arti (dalam arti positif)
- 4) Menarik perhatian.

c. Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, *bilyet giro*, atau kartu kredit.

d. Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Perlu diingat bahwa

masing-masing produk memiliki daur hidup produk (*product life circle*).Oleh karena itu, pihak bank perlu mengembangkan produk baru.Strategi pengembangan produk baru penting mengingat tidak selamanya produk yang ditawarkan laku pasar.

## 2. Harga (*price*)

Harga adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*.Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk atau jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bank yang berdasarkan konsep konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran dan biaya lainnya.Sedangkan harga yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil (Kasmir, 2004:196).

Penentuan harga yang ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

### a. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup.Penentuan harga dilakukan semurah mungkin.Tujuannya adalah agar produk dan jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

### b. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat, sehingga laba menjadi maksimal.Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

### c. Untuk memperbesar *market share*

Maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan.

d. Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan oleh kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah (Kasmir, 2011: 91-92).

**3. Lokasi (*place*)**

Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik, gedung, atau cabang. Sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang.

Penentuan lokasi kantor cabang dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank (Kasmir, 2004:206).

**4. Promosi (*promotion*)**

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan di atas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk barang dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru (Kasmir, 2004:213).

**D. Pembiayaan**

**1. Pengertian Pembiayaan**

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara

bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasmir, 2015: 82).

Pembiayaan (*financing*) yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan orang lain. Pembiayaan merupakan pendanaan, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah (Muhammad, 2005: 304).

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan berbeda dengan kredit terutama dari imbalan yang diterima oleh bank. Bank konvensional mendapat imbalan berupa bunga sementara bank syariah mendapat imbalan berupa bagi hasil maupun margin dari nasabah.

Pembiayaan yang diberikan bank syariah adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan pendapatan nasabah dan bank syariah. Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi untuk usaha seperti pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa (Hermansyah, 2008: 35).

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya aktiva produktif, menurut ketentuan bank Indonesia penanaman dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontinjensi pada rekening administrasi serta sertifikat wadiah bank Indonesia (Muhammad, 2004: 196).

## **2. Tujuan Pembiayaan**

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.

- a. Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:
- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya: masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
  - 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang *surplus* dana menyalurkan kepada pihak yang *minus* dana, sehingga dapat digulirkan.
  - 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
  - 4) Membuka lapangan kerja baru artinya: dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
  - 5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.
- b. Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:
- 1) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencari laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
  - 2) Upaya meminimalkan risiko, artinya: usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
  - 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika

sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

- 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya: dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana (Asiyah, 2015: 4-6).

### 3. Fungsi dan Manfaat Pembiayaan

#### a. Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, sebagai berikut:

##### 1) Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan, atau deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitasnya. Dengan demikian dana yang mengendap di Bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah *idle* (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat bagi pengusaha maupun masyarakat.

##### 2) Meningkatkan daya guna barang

a) Produsen dengan bantuan pembiayaan Bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat. Contoh peningkatan *utility* kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa.

b) Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

### 3) Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes, dan sebagainya. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang, karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

### 4) Menimbulkan kegairahan berusaha

Setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuannya yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan.

### 5) Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi diarahkan pada usaha-usaha:

- a) Pengendalian inflasi
- b) Peningkatan ekspor
- c) Rehabilitasi prasarana
- d) Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peranan penting.
- e) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Para usahawan memperoleh pembiayaan untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembangkan lagi kedalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus-menerus (Muhammad, 2004: 197-199).

#### b. Manfaat Pembiayaan

- 1) Mengurangi tingkat pengangguran. Pembiayaan yang diberikan untuk perusahaan dapat menyebabkan adanya tambahan tenaga kerja karena adanya peningkatan volume produksi, tentukan akan menambah jumlah tenaga kerja.
- 2) Melibatkan masyarakat yang memiliki profesi tertentu, misalnya akuntan, notaris, *appraisal independent*, asuransi. Pihak ini diperlukan oleh bank mendukung kelancaran pembiayaan.
- 3) Penyimpan dana akan mendapatkan imbalan berupa bagi hasil lebih tinggi dari bank apabila bank dapat meningkatkan keuntungan atas pembiayaan yang disalurkan.
- 4) Memberi rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan pelayanan jasa perbankan misalnya *letter of credit*, bank garansi, transfer, kliring, dan layanan jasa lainnya (Ismail, 2011:112-113).

#### 4. Tahapan Proses Pembiayaan

Proses pembiayaan diperbankan melalui tahapan-tahapan, yaitu:

- a. Pengajuan pembiayaan oleh nasabah.
- b. Investigasi, adalah kegiatan untuk mengenali permohonan pembiayaan melalui beberapa sumber yaitu:
  - 1) Pengeumpulan data melalui pemenuhan persyaratan oleh pemohon berupa-berupa dokumen-dokumen yang mendukung permohonan.
  - 2) Menggali informasi dari pihak lain.
  - 3) Menggali informasi lebih dalam melalui kunjungan langsung kepada nasabah.
- c. Analisis pembiayaan, adalah usaha berbentuk proposal yang dibuat *Account Officer (AO)*, berisikan analisis atas segala aspek mengenai permohonan pembiayaan untuk dimintakan persetujuan dari komite pembiayaan.
- d. Pemutusan pembiayaan, adalah tahap diputuskannya persetujuan suatu permohonan dari komite pembiayaan.

- e. Dokumentasi, adalah tahap pemenuhan dokumen-dokumen terkait pembiayaan secara menyeluruh untuk disimpan oleh bank di bawah tanggung jawab bagian legal dan administrasi pembiayaan, yaitu dokumen-dokumen.
- f. Realisasi pembiayaan, adalah tahap pencairan pembiayaan setelah seluruh persyaratan dipenuhi dan dokumen jaminan diserahkan kepada bank.
- g. Pelaksanaan kewajiban, adalah dimana pemohon pembiayaan telah menjadi nasabah bank yang mempunyai kewajiban untuk membayar angsuran atau bagi hasil sebagai konsekuensi atas pembiayaan yang diterimanya (Laksamana, 2009: 24).

## **E. *Murabahah***

### **1. Pengertian *Murabahah***

*Murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu. Dalam akad *murabahah*, penjual menjual barangnya dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Perbedaan antara harga beli dan harga jual barang disebut dengan margin keuntungan (Ismail, 2011:138).

*Murabahah* adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli, bank syariah dapat bertindak sebagai penjual dan juga pembeli. Sebagai penjual apabila bank syariah menjual barang kepada nasabah, sedangkan sebagai pembeli apabila bank syariah membeli barang kepada *supplier* untuk dijual kepada nasabah (Wiyono, 2005:81).

Pembiayaan *murabahah* adalah pihak bank melakukan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan tambahan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah. Dalam pembiayaan *murabahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada

pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu (Iska & Rizal, 2005: 42).

## 2. Landasan Hukum *Murabahah*

### a. Landasan Syariah

#### 1) Al-Qur'an

Ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar transaksi *Murabahah* adalah:

##### a) Surat An-Nisa' Ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.S An-Nisa':29) (Departemen Agama RI, 2012).

##### b) Surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
 يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ  
 الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ  
 فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ  
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya :.Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan

*mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal di dalamnya (Q.S Al-Baqarah :275) (Departemen Agama RI, 2012).*

#### **b. Landasan Hukum**

- 1) Pasal 1 ayat (13) UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan yang diantaranya menjelaskan tentang pembiayaan berprinsip syariah.
- 2) Peraturan Bank Indonesia No.9/19/PBI/2007 No.PBI No.10/16/PBI/2008 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana serta pelayanan jasa bank syariah.
- 3) Peraturan Bank Indonesia No.101/17/PBI/2008 tentang produk bank syariah dan unit usaha syariah
- 4) Pasal 19 UUNo.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang mengatur mengenai kegiatan usaha bank umum syariah yang salah satunya adalah menyalurkan pembiayaan *murabahah*.
- 5) Fatwa Dewan Syariah nasional (DSN) No.04/DSN-MUI/IV/2000 yang menjelaskan ketentuan pembiayaan *murabahah* dalam praktik perbankan syariah di Indonesia.

### **3. Rukun dan Syarat *Murabahah***

#### **a. Rukun *Murabahah***

- 1) Perlu akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- 2) Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga)
- 3) *Shighah*, yaitu *Ijab dan Qabul*

b. Syarat *murabahah*

Beberapa syarat pokok *murabahah* menurut Usmani (1999), antara lain sebagai berikut:

- 1) *Murabahah* merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan.
- 2) Tingkat keuntungan dalam *murabahah* dapat ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk persentase tertentu biayanya.
- 3) Semua biaya yang dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan kedalam biaya perolehan untuk menentukan harga agrerat dan margin keuntungan didasarkan pada harga agrerat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang keluar karena usaha, seperti gaji pegawai, sewa tempat usaha, dan sebagainya tidak dapat dimasukkan kedalam harga untuk suatu transaksi. Margin keuntungan itulah yang meng-*cover* pengeluaran-pengeluaran tersebut.
- 4) *Murabahah* dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang atau akomodasi tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip *murabahah* (Ascarya, 2008:82-84).

#### 4. Karakteristik Pembiayaan *Murabahah*

*Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah. Dalam *murabahah* Bank Syariah dapat bertindak sebagai penjual dan pembeli. Sebagai penjual apabila Bank Syariah menjual barang kepada nasabah, sedangkan sebagai pembeli apabila Bank Syariah membeli barang kepada *supplier* untuk dijual kepada nasabah.

*Murabahah* berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya. Dalam *murabahah*, pesanan mengikat, pembeli tidak dapat membatalkan pesannya. Apabila aset *murabahah* yang telah dibeli Bank (sebagai penjual) dalam *murabahah* pesanan mengikat mengalami penurunan nilai sebelum diserahkan kepada pembeli maka penurunan nilai tersebut menjadi beban penjual (Bank) dan penjual (Bank) akan mengurangi nilai akad.

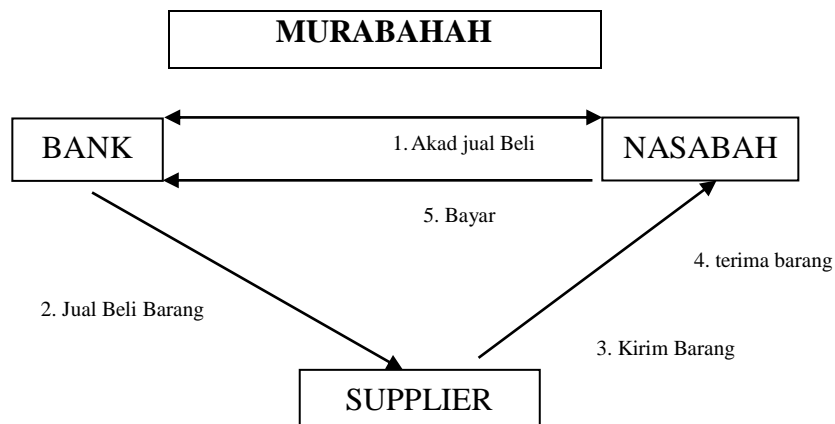
Pembiayaan *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Selain itu, dalam *murabahah* juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga untuk cara pembayaran yang berbeda. Bank dapat memberikan potongan apabila nasabah:

- a. Mempercepat pembayaran cicilan, atau
- b. Melunasi piutang *murabahah* sebelum jatuh tempo.

Harga yang disepakati dalam *murabahah* adalah harga jual, sedangkan harga beli harus diberitahukan. Jika Bank mendapat potongan dari pemasok maka potongan itu merupakan hak nasabah. Apabila potongan tersebut terjadi setelah akad, pembagian potongan tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian yang dimuat dalam akad maka:

- a. Bank dapat meminta nasabah menyediakan agunan atas piutang *murabahah*, antara lain dalam bentuk barang yang telah dibeli dari Bank,
- b. Bank dapat meminta kepada nasabah urbun sebagai uang muka pembelian pada saat akad apabila kedua belah pihak sepakat (Muthaher, 2012: 58-59).

## 5. Skema Pembiayaan *Murabahah*



**Gambar 2. 2**  
**Skema Pembiayaan *Murabahah***

Penjelasan Skema Pembiayaan *Murabahah*, yaitu :

- Bank dan nasabah melakukan akad pembiayaan jual beli atas suatu barang, dalam akad ini bank bertindak sebagai penjual dan nasabah berlaku sebagai pembeli.
- Bank melakukan pembelian barang yang diinginkan nasabah dari *supplier* atau penjual dan dibayar secara tunai.
- Barang yang telah dibeli bank dikirim oleh penjual kepada nasabah.
- Nasabah menerima barang yang dibeli.
- Atas barang yang dibelinya, nasabah membayar kewajiban kepada bank secara angsuran selama jangka waktu tertentu (Laksamana, 2009:25).

## 6. Fatwa DSN Tentang *Murabahah*

Fatwa Dewan Syariah Nasional No.04/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang *murabahah*.

- Ketentuan Umum:
  - Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
  - Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syari'ah Islam.

- 3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
  - 4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
  - 5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
  - 6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
  - 7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
  - 8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
  - 9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.
- b. Ketentuan *Murabahah* kepada Nasabah:
- 1) Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
  - 2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
  - 3) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
  - 4) Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.

- 5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
  - 6) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
  - 7) Jika uang muka memakai kontrak 'urbun sebagai alternatif dari uang muka, maka
    - a) jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
    - b) jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.
- c. Jaminan dalam *Murabahah*:
- 1) Jaminan dalam *murabahah* dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesanannya.
  - 2) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.
- d. Utang dalam *Murabahah*:
- 1) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi *murabahah* tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
  - 2) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
  - 3) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.
- e. Penundaan Pembayaran dalam *Murabahah*:

- 1) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
  - 2) Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
- f. Bangkrut dalam *Murabahah*:

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan (Indonesia, 2014:24-27).

## **F. PPUM (Pembiayaan Peduli Usaha Mikro)**

PPUM (Pembiayaan Peduli Usaha Mikro) terbagi menjadi 2 yaitu:

### **1. PPUM Modal Kerja**

Pembiayaan peduli usaha mikro untuk tujuan modal kerja adalah pembiayaan yang digunakan untuk modal kerja sebagai berikut :

- a. Perdagangan yaitu pembelian aktiva perdagangan seperti bahan baku, bahan penolong, persediaan barang jadi, barang jadi dan sebagainya
- b. Properti yaitu pengadaan tanah dan bangunan termasuk fasilitasnya untuk dijual/ disewakan mencakup modal kerja untuk konstruksi dan *real estate*.
- c. Agrobisnis
  - 1) Pengadaan dan penyaluran sarana produksi teknologi dan atau pengembangan sumber daya pertanian,
  - 2) Penyaluran dan penyediaan bibit, pupuk, pestisida, serta alat atau mesin pertanian,
  - 3) Serta pemasaran hasil usaha pertanian dan olahan.

### **d. PPUM Investasi**

Pembiayaan peduli usaha mikro untuk tujuan investasi adalah pembiayaan yang digunakan untuk barang modal dan jasa yang diperlukan guna rehabilitasi, modernisasi, ekspansi dan relokasi

ataupun pendirian baru yang untuk keperluan investasi nasabah.(SOP Bank Nagari Syariah, 2017)

### G. Penelitian Relevan

Dari penelusuran yang penulis lakukan penulis menemukan pembahasan yang ada kaitannya dengan masalah yang akan penulis teliti, diantaranya:

**Rendi Saputra**, nim 1300522043 dari Universitas Andalas Padang dengan judul skripsi “*Prosedur Pemberian Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) dan Prosedur Restrukturisasi PPUM Pada Bank Nagari Cabang Syariah Padang*”. Berdasarkan penelitiannya diketahui bahwa masalahnya adalah PPUM ini salah satu jenis pembiayaan yang banyak diminati masyarakat kota Padang, karena masyarakat kota Padang sebagian besar adalah pengusaha kecil atau pengusaha mikro.

Perbedaan penelitian yang telah dilakukan oleh Rendi Saputra dengan penulis adalah tempat penelitian. Rendi Saputra membahas tentang Prosedur Pemberian Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) dan Prosedur Restrukturisasi PPUM pada Bank Nagari Cabang Syariah Padang, sedangkan penulis membahas tentang Faktor-faktor Yang Menyebabkan Meningkatnya Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

**Novi Fransiska**, nim 1341030052 dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul skripsi ”Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap BPRS Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung”. Strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk BPRS Mitra Agro Usaha, terdapat variabel yang dikontrol perusahaan dan variabel tersebut sangat menentukan keberhasilan dalam minat pasar sasarannya pada BPRS Mitra Agro Usaha. Variabel yang dikontrol yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Pelayanan BPRS Mitra Agro Usaha menjalin hubungan silaturahmi dengan sangat baik dengan pelanggan atau nasabah baru. Karena hal tersebut merupakan salah

satu strategi pemasaran yang bisa dibuat oleh BPRS Mitra Agro Usaha agar para pelanggan atau nasabah baru tidak berpaling dari produk-produk BPRS Mitra Agro Usaha.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Novi Fransiska dengan penulis adalah Novi Fransiska membahas tentang Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap BPRS Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung sedangkan penulis membahas tentang Faktor-faktor Yang Menyebabkan Meningkatnya Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

**Nurul Azizah K. N**, nim 10200108050 dari UIN Alauddin Makasar dengan judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah BNI Syariah Makasar “. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebagian besar yang menjadi nasabah berjenis kelamin laki-laki, sebagian besar pekerjaan pegawai dengan umur rata-rata 31-40 tahun. Dan dari penelitian ini dasar kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi keandalan (*reability*), daya tanggap (*resposiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti langsung (*tangible*).

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Azizah K. N dengan penulis adalah Nurul Azizah K. N membahas tentang Analisis Faktor-Faktor Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah BNI Syariah Makasar ,sedangkan penulis membahas tentang Faktor-faktor Yang Menyebabkan Meningkatnya Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *fieldresearch*(penelitian lapangan), yaitu penelitian yang dilakukan pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan menggambarkan Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

#### **B. Latar dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yang penulis lakukan pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Sedangkan untuk waktu penelitian, penulis melakukan kegiatan penelitian terhitung pada bulan Agustus sampai Februari 2020.

#### **C. Instrumen Penelitian**

Instrumen kunci dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, di mana peneliti melakukan wawancara langsung terhadap karyawan dan pimpinan bagian produk pembiayaan peduli usaha mikropada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar tersebut. Dalam melakukan penelitian ini peneliti dibantu oleh instrumen pendukung, yaitu *field notes*, Handphone, dan daftar wawancara.

#### **D. Sumber Data**

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pimpinan Seksi Pembiayaan Bank Nagari Kantor Cabang Batusangkar, petugas bagian pembiayaan peduli usaha mikro Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan juga nasabah.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen berupa brosur, nasabah sebagai untuk *crosscheck* dan laporan keuangan pembiayaan peduli usaha mikro pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam adalah:

### 1. Wawancara

Wawancara yang penulis lakukan adalah dengan pimpinan, karyawan dan nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Syariah Batusangkar.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berasal dari sumber tertulis dan dokumentasi terkait dengan permasalahan yang penulis teliti dari Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Bentuk dokumentasi yaitu berupa laporan keuangan Pembiayaan Peduli Usaha Mikro pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

## F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan konsep Miles dan Huberman yang teknis analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahap penelitian sampai tuntas, yang meliputi proses tiga tahap yaitu (Miles dan Huberman, 1992: 16):

### 1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data merupakan penyederhanaan terhadap klasifikasi data yang kemudian mengelompokkan masing-masing data. Pada penelitian kali ini, peneliti lebih menfokuskan kepada Faktor-faktor berupa faktor internal dan eksternal yang Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikropada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

## **2. Data Display (Penyajian Data)**

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data ini berupa teks naratif.

## **3. Conclusion/Verification (Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Data)**

Penarikan kesimpulan merupakan bagian akhir dari teknis analisis data yang peneliti gunakan untuk menyimpulkan semua informasi yang telah didapat untuk diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validasinya terjamin.

## **G. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Guna menjamin keabsahan data, penulis menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2012: 273).

Triangulasi sumber yang penulis maksud adalah pimpinan, karyawan dan nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar**

##### **1. Sejarah Singkat Mengenai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Syariah Batusangkar**

Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat secara resmi berdiri pada tanggal 12 Maret 1962 dengan nama “PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat” yang disahkan melalui Akta Notaris Hasan Qalbi di Padang. Pendirian tersebut dipelopori oleh Pemerintah Daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusaha swasta di Sumatera Barat atas dasar pemikiran perlunya suatu lembaga keuangan yang berbentuk bank. Yang secara khusus membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan di daerah. Badan hukum PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat ini disahkan melalui Surat Keputusan Wakil Menteri Pertama Bidang Keuangan Republik Indonesia No: BUM/9-44/II tentang Izin Usaha PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat dengan kedudukan di Padang.

Sesuai dengan perkembangan dan untuk lebih leluasa dalam menjalankan bisnis, tanggal 16 Agustus 2006 status Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat berubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) melalui perda No 3 tahun 2006 yang disahkan melalui Keputusan Menteri Hukum dan HAM No: W3-00074 HT.01.01-TH.2007 Tanggal 4 April 2007. Saat ini Bank Nagari Telah Berstatus Bank Devisa serta telah memiliki Unit Usaha Syariah. Bank Nagari juga merupakan Bank Pembangunan Daerah yang membuka Kantor Cabang di Luar Daerah.

Dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perbankan yang berprinsip Syariah, maka Bank Nagari kembali membuka Cabang Syariah, yaitu Cabang Syariah Payakumbuh pada tanggal 12 Juni 2008. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh memiliki 3 Cabang Pembantu

Syariah, yaitu Cabang Pembantu Syariah Padang Panjang, dan Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi, dan Cabang Pembantu Syariah Batusangkar yang mulai beroperasi pada tanggal 26 Desember 2013 yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta No. 55 Batusangkar (Dokumentasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar)..

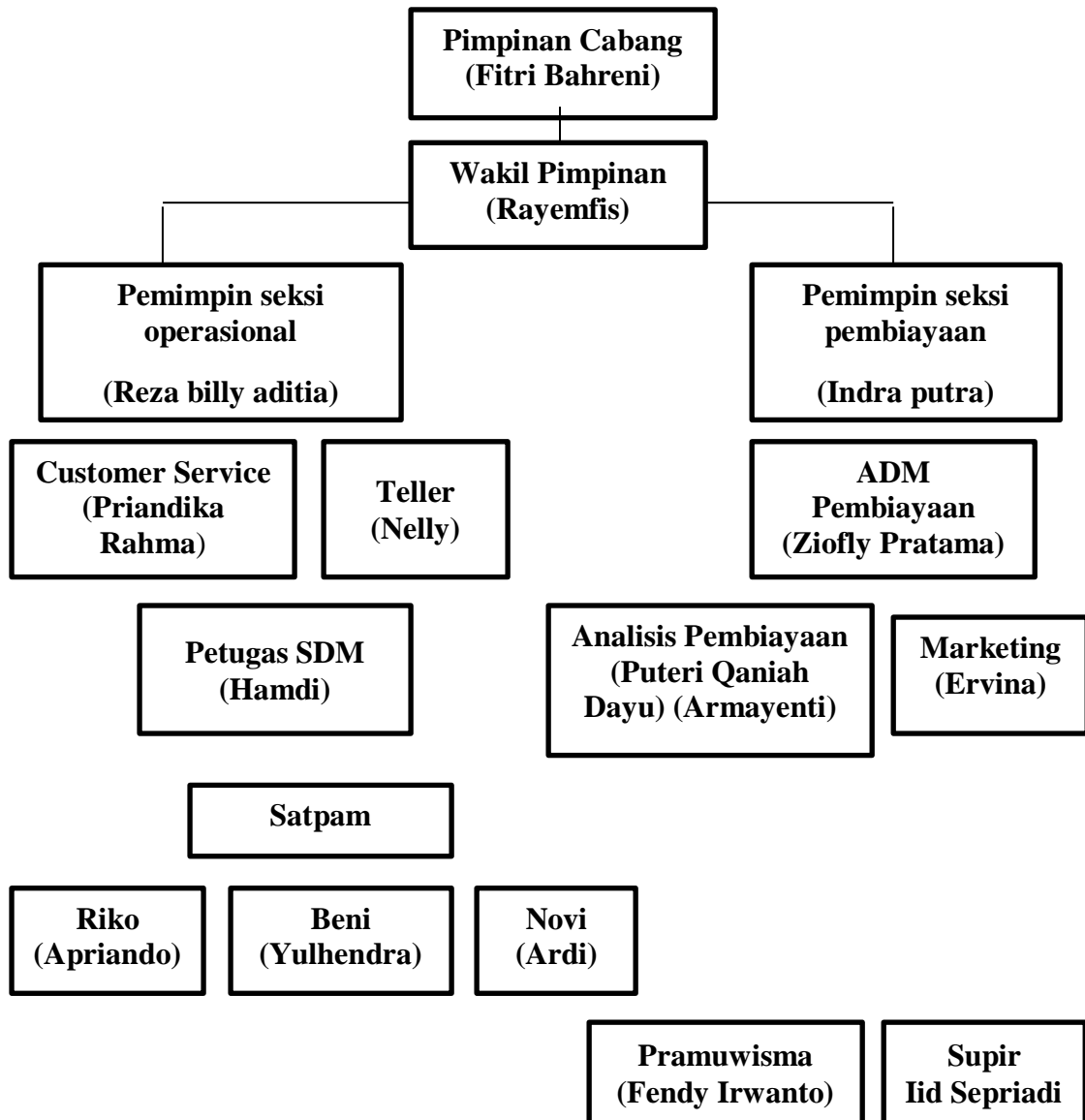
## **2. Profil Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar**

Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar merupakan Kantor Cabang Syariah yang didirikan pada tanggal 26 Desember 2012. Pembentukan Bank Nagari Cabang Syariah dilakukan untuk memperluas jangkauan operasional Bank Nagari Syariah ke wilayah Kota Batusangkar. (Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar).

## **3. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar**

Pendelegasian wewenang, tugas dan tanggung jawab adalah komponen penting dalam usaha mencapai tujuan organisasi. Penempatan personil yang semestinya merupakan strategi untuk menuju institusi yang profesional sehingga kerja sama yang serasi berdaya cipta tinggi dapat dicapai.

Berikut ini merupakan struktur organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Syariah Batusangkar.



**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar**  
*Sumber: Dokumentasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar*

#### 4. Produk-Produk Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

Bank Nagari Syariah adalah unit usaha syariah PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat yang bergerak secara khusus melayani transaksi perbankan berdasarkan prinsip syariah. Memberikan yang terbaik merupakan komitmen dalam melayani nasabah

untuk membina citra dan membangun negeri. Adapun Produk-produk PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat.

a. Tabungan

Adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, atau alat pembayaran lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu.

Adapun jenis-jenis produk tabungan yang ada pada Bank Pembangunan Daerah Syariah Sumatera Barat adalah:

1) Tabungan Sikoci Syariah

Adalah tabungan yang sedang dikembangkan untuk menjadi produk utama bagi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Sikoci Syari'ah diluncurkan pada tanggal 16 Mei 2007 dalam rangka memobilisasi dana serta memperkuat posisi Bank Nagari Cabang Syari'ah Batusangkar dalam penghimpunan dana. Tabungan Sikoci Syari'ah yang ditawarkan oleh Bank Nagari Cabang Syari'ah memiliki dua prinsip operasional, yaitu :

2) Tabungan Tahari *Mudharabah*

Tahari merupakan salah satu produk tabungan Bank Nagari yang diperuntukkan bagi masyarakat muslim, penabung perorangan yang mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat dalam menunaikan ibadah haji, maka pada akhir Juni 2004 telah diluncurkan produk tabungan haji dengan nama *Tahari Mabror* (Tabungan Haji Bank Nagari Mabror). Penabung/Nasabah mendapatkan berbagai kemudahan dan keunggulan untuk menunaikan ibadah haji dengan nyaman dan tentram.

b. Deposito *Mudharabah*

Simpanan dana pihak ketiga kepada bank berdasarkan prinsip mudharabah untuk perorangan, badan usaha/hukum atau pemerintah yang penarikannya sesuai dengan perjanjian atau jangka waktu yang

telah ditetapkan dan nasabah berhak menerima bagi hasil sesuai dengan jumlah dana yang diinvestasikan dan peraturan yang berlaku.

c. *Giro Wadiah*

Giro adalah titipan dana nasabah yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan menggunakan bilyet giro/cek atau sarana pembayaran lainnya dan dana tersebut dapat dimanfaatkan oleh bank. Cek adalah surat perintah pembayaran sejumlah uang bagi nasabah pemilik rekening giro dengan cara tunai. Bilyet giro adalah surat perintah pemindah bukuan dari penarik (nasabah) kepada bank untuk pemindah bukuan sejumlah dana tertentu kepada pihak yang identitasnya tercantum diwarkat pada bank tertentu atas beban rekening penarik. Jadi perbedaan dari cek dan bilyet giro adalah cek untuk penarikan tunai sedangkan bilyet giro untuk pemindah bukuan bagi nasabah pemelik rekening giro. (Dokumen Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar)

d. Produk Penyaluran Dana (*Lending*)

Sebagai lembaga perbankan, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam penyaluran dana kepada masyarakat memiliki beragam produk pembiayaan yaitu sebagai berikut:

1) Konsumsi, terdiri dari:

a) *Murabahah Plus iB*

Pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat untuk keperluan konsumtif dengan akad murabahah, yang diberikan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk kebutuhan konsumtif diantaranya pembiayaan untuk renovasi rumah, pembelian kendaraan, dan lainnya dengan pembayaran tangguh.

b) *Gadai Emas iB*

Merupakan fasilitas pinjaman dana yang diberikan kepada nasabah dengan jaminan barang emas yang bersangkutan berdasarkan prinsip gadai syariah dalam mengatasi kebutuhan

likuidasi yang mendesak. (Dokumen Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar)

## 2) Produktif

### a) *Murabahah* Modal kerja *iB*

Merupakan produk pembiayaan bank dengan sistem jual beli dengan margin untuk kebutuhan modal kerja, dengan jangka waktu maksimal 5 tahun yang pembayaran dilakukan secara tangguh.

### b) *Murabahah* Investasi *iB*

Merupakan produk pembiayaan bank dengan sistem jual beli dengan margin untuk kebutuhan investasi dengan pembayaran secara tangguh.

### c) *Musyarakah Muthanaqisah*

Merupakan pembiayaan bank kepada nasabah dengan sistem perkongsian kepemilikan properti yang adil dan transparan, yaitu ketika bank dan nasabah ingin memiliki suatu aset akhirnya mereka bekerja sama dalam modal dengan persentase yang telah terkontrak. Kemudian nasabah melakukan pengangsuran dana menurut modal kepemilikan aset yang dimiliki oleh bank. Maka terjadilah perpindahan kepemilikan aset dari bank ke nasabah menurut jumlah dana yang telah diangsur kepada bank. Sampai akhir semua aset kepemilikan bank telah berpindah ke tangan nasabah.

### d) *Mudharabah*

Akad perjanjian antara kedua belah pihak yang salah satu dari keduanya memberikan modal kepada yang lain supaya dikembangkan, sedangkan keuntungannya dibagi antara keduanya sesuai dengan ketentuan yang disepakati.

### e) *Ijarah*

Ijarah akad penyaluran dana untuk pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan

pembayaran sewa (*ijarah*), antara perusahaan pembiayaan sebagai pemberi sewa dengan penyewa tanpa ikuti pengalihan kepemilikan. (Dokumen Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar)

e. Produk Jasa Bank Lainnya

1) Layanan ATM Bank Nagari Syariah

ATM (*Automatic Teller Machine*) merupakan jenis pelayanan bagi pemilik rekening tabungan untuk melakukan transaksi tunai atau transfer maupun fitur lainnya yang disediakan oleh bank yang terhubung dengan jaringan ATM bank lainnya yang berlogo ATM bersama ATM dan ATM Prima. ([www.banknagari.co.id](http://www.banknagari.co.id)).

2) BPD *Net Online*

Layanan untuk transfer ke rekening pada BPD secara online keseluruh BPD di Indonesia.

3) Kiriman uang (*Transfer*)

Merupakan pelayanan bank untuk jasa pengiriman uang kepada pihak yang dituju atau pihak lainnya pada bank lain.

a) *Inkaso*, layanan untuk warkat bank lain.

b) *Kliring*, layanan kepada nasabah dalam penyelesaian warkat bank lain.

4) E-dapem (Elektronik Daftar Pembayaran Pensiun)

Merupakan aplikasi pada *core banking*, untuk otentifikasi penerima gaji pensiun sesuai dengan daftar dari Kantor Pusat PT Taspen.

5) Siskohat (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)

Bagi penabung tahari mabrur yang saldonya telah memenuhi syarat untuk pengambilan porsi haji akan diproses oleh Bank Nagari untuk mendapatkan porsi haji melalui jaringan komputer Bank Nagari yang tersambung secara *online* dengan pusat komputer Departemen Agama Republik Indonesia di Jakarta.

6) Pembayaran Uang Kuliah

Penerimaan setoran Uang Kuliah Mahasiswa dari beberapa Perguruan Tinggi di Sumatera Barat.

7) Pembayaran PDAM Secara *Online*

Merupakan pelayanan Bank Nagari pada nasabah yang akan membayar tagihan PDAM secara *online*.

8) Pembayaran zakat melalui ATM

9) Pembayaran tagihan pasca bayar Kartu Halo.

10) Pembayaran dan pembelian pulsa Telkomsel, Indosat, 3, Axis, Smartfren, Esia, Telkom. (Dokumentasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar).

f. Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM)

Pembiayaan ini adalah produk baru pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Produk ini baru berjalan 5 tahun tapi sudah memiliki banyak nasabah. Produk ini diciptakan untuk membantu pengusaha mikro yang ada di wilayah Sumatera Barat. Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) merupakan pembiayaan yang menggunakan akad *murabahah* (jual beli) artinya akad/perjanjian jual beli antara bank dengan nasabah di mana bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjual kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan/pokok ditambah dengan keuntungan bank (*margin*) (Wawancara, Rayemfis, 2020)

**B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar**

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal yakni sebagai berikut:

## 1. Faktor Internal

### a. Produk

Produk pembiayaan PPUM merupakan produk pembiayaan baru pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, namun jumlah nasabah pembiayaan tersebut meningkat tiap tahunnya, hal ini bisa dikatakan bahwa produk ini mempunyai keuntungan tersendiri bagi masyarakat yang bergerak di bidang mikro dalam hal permodalan (Wawancara, Ervina, 10 Februari 2020).

Produk PPUM ini memiliki misi yaitu peduli ekonomi rakyat, hal ini berarti pembiayaan ini membantu memberikan solusi bagi ekonomi rakyat khususnya di daerah Batusangkar yang berprofesi sebagai pedagang dan pelaku ekonomi mikro. Produk pembiayaan ini dikemas dalam kemasan yang menarik karena berisikan segala keunggulan dari produk PPUM ini dan juga termasuk pelayanan kepada nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (Wawancara, Rayemfis, 25 Februari 2020). Adapun pelayanan yang diberikan berupa pendekatan kepada nasabah agar usaha nasabah berjalan dengan baik dan berkembang agar tidak terjadi pembiayaan macet (Wawancara, Ervina, 10 Februari 2020).



**Gambar 4. 2**  
**Kemasan Produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro**

Menurut analisa penulis, berdasarkan misi yang diusung oleh pihak Bank Nagari Syariah Cabang Batusangkar tersebut yaitu peduli terhadap ekonomi rakyat produk pembiayaan ini sangat bermanfaat untuk masyarakat yang berprofesi sebagai pelaku usaha mikro, selain itu produk ini juga bisa dikatakan tepat sasaran untuk ditawarkan kepada masyarakat yang berada di Batusangkar karena masyarakat Batusangkar banyak pelaku usaha mikro. Hal tersebut juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Setiadi (2003: 10) bahwa produk yang ditawarkan oleh suatu bank harus memiliki keuntungan kepada nasabah.

b. Harga

Setelah memasarkan produk PPUM pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar akan menentukan harga yang terjangkau oleh masyarakat di daerah Batusangkar. Harga yang ditawarkan untuk produk PPUM itu sendiri sangat membantu bagi masyarakat karena pembiayaan PPUM menawarkan margin yang kecil yaitu sebesar 0,58% perbulannya dan *plafond* pun bisa diajukan dimulai dari 2 juta (Wawancara, Ervina, 10 Februari 2020)

Berdasarkan wawancara dengan salah seorang nasabah strategi harga yang ditetapkan oleh Bank Nagari Syariah Cabang Batusangkar dirasa sangat membantu dirinya maupun usahanya (wawancara nasabah, 27 Februari 2020). Setelah nasabah tersebut melakukan pembiayaan usahanya semakin berkembang dan pendapatannya juga semakin meningkat.

Menurut analisa penulis, strategi harga yang ditetapkan sudah dilakukan dengan baik karena harga tersebut selain membantu memberikan solusi untuk kebutuhan dana bagi masyarakat juga membantu meningkatkan ekonomi masyarakat tersebut, hal ini juga sesuai dengan teori Kasmir (2011: 91-92) yang menyatakan bahwa salah satu tujuan ditetapkannya harga adalah *market share* yang artinya harga yang ditetapkan bisa memperbesar jumlah nasabah.

### c. Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank berada pada lokasi yang mudah dijangkau. Sehingga lokasi yang ditetapkan oleh sebuah bank benar-benar strategis dari seluruh penjuru agar mempermudah para nasabah yang ingin berinvestasi.

Keberadaan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sangat strategis karena berada dekat dengan area pasar Batusangkar. Hal ini pun akan membantu masyarakat yang ingin menggunakan produk PPUM ini karena jarak tempuh yang sangat dekat.

Berdasarkan wawancara dengan salah seorang nasabah, lokasi Bank yang dekat dengan tempat usahanya sangat membantu dia dalam membayar angsuran maupun menanyakan produk yang bisa mengembangkan usaha mikro yang dia jalankan (Wawancara dengan nasabah, 27 Februari 2020).

Menurut analisa penulis, bahwa lokasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sangat strategis karena berada di sekitar area Pasar Batusangkar dan mudah dijangkau oleh pelaku usaha mikro yang berada disekitaran Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

### d. Promosi

Produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) ini ditujukan kepada semua sektor ekonomi, baik itu pedagang maupun pertanian, peternakan, industri dan lainnya. Kebijakan ini dibuat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKM) dan juga meningkatkan sektor *riil*. Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar melakukan kegiatan promosi dengan tujuan untuk menawarkan produknya kepada masyarakat terutama produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) agar produknya lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Nagari Syariah Cabang Batusangkar sebagai berikut:

a. Strategi promosi melalui *personal selling*

Dalam dunia perbankan *personal selling* (penjualan pribadi) secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan ibu Ervina selaku petugas Pembiayaan Mikro dan Kecil 10 Februari 2020, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar melakukan kegiatan promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*) seperti berikut ini:

a) Penjualan pribadi adalah penyajian lisan dalam pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli dengan tujuan melaksanakan pembelian. Atau dengan kata lain melakukan pendekatan secara personal kepada calon nasabah. Penjualan pribadi dilakukan dengan mengoptimalkan tenaga pemasaran untuk melakukan promosi (memperkenalkan) produk yang ada dan menawarkan produk yang dimiliki.

Pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar penjualan pribadi dilakukan oleh semua petugas pada bank seperti *customer service (CS)*, *Teller*, Admin Pembiayaan, Satpam, dan semua pegawai bank. Pihak *Customer Service* dan *Teller* membina hubungan baik dengan seluruh nasabah dan berusaha melayani nasabah yang datang ke kantor dengan ramah. Begitu juga dengan satpam yang membantu memberitahu kepada nasabah jika ada kekeliruan tentang suatu produk (Wawancara Ervina, 10 Februari 2020).

b) Melakukan kunjungan ke pasar-pasar

Mempromosikan dengan cara mengunjungi pasar-pasar merupakan suatu promosi yang dilakukan oleh pihak bank dengan cara turun langsung ke pasar. Pasar-pasar yang telah dikunjungi

oleh pihak bank adalah seperti Pasar Batusangkar, Pasar Simabur, Pasar Sungai Tarab dan Pasar Rambatan dan pasar lainnya. Dalam kunjungannya pihak bank tidak hanya menjangkau pedagang namun juga pembeli, pihak bank mengenalkan profil bank terlebih dahulu, produk-produk yang terdapat pada bank dan dilanjutkan dengan mengajak pedagang dan pembeli yang mendengarkan untuk melakukan Pembiayaan Produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM). (Wawancara Ervina, 10 Februari 2020).

c) Melakukan kunjungan ke daerah-daerah

Mempromosikan dengan cara turun langsung mengunjungi daerah-daerah Kabupaten Tanah Datar atau Kota Batusangkar yang masih dalam jangkauan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar seperti Lima Kaum, Pagaruyung, Sungayang, Sijangek dan lainnya dan bank tidak melakukan kunjungan ke daerah-daerah yang berdekatan dengan batas kota seperti Batipuah, Lintau karena nasabah di daerah tersebut pasti akan melakukan pembiayaan dengan bank yang mudah dijangkau seperti Bank Nagari, Bank BRI, Bank Tabungan Negara (Persero) dan Bank lainnya. Oleh karena itu bank tidak melakukan kunjungan ke daerah-daerah yang berdekatan dengan perbatasan, hal ini juga bertujuan untuk meminimalisir biaya dan waktu promosi (Wawancara Ervina, 10 Februari 2020).

b. Periklanan

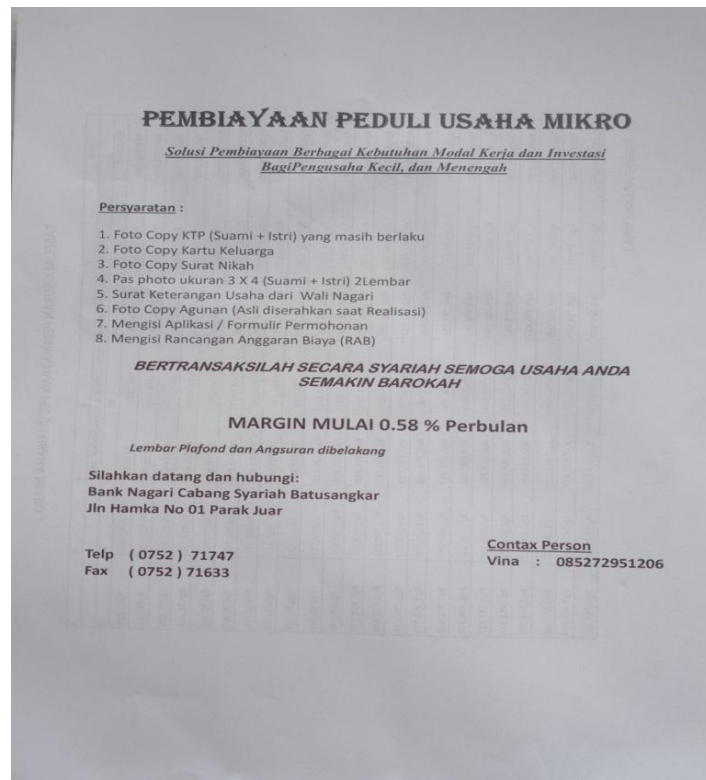
Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon nasabah untuk melakukan pembiayaan. Dalam hal ini Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar melakukan promosi lewat iklan dengan menggunakan media seperti brosur dan banner. Melalui media iklan ini Bank Nagari Cabang Syariah

Batusangkar mampu menarik nasabah untuk melakukan Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) (Wawancara Ervina, 10 Februari 2020).

a) Brosur

Dalam mempromosikan produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) kepada masyarakat di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menyebarkan brosur ke pasar-pasar, daerah-daerah dan kepada nasabah yang datang ke bank. Yang mana di dalam brosur tersebut berisi tentang persyaratan pembiayaan yang harus dipenuhi, serta penetapan margin perbulannya yang ditawarkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar (Wawancara Rayemfis, 25 Februari 2020).

Dengan adanya media ini masyarakat menjadi tahu bahwa ada satu produk pembiayaan yang ditujukan untuk semua sektor ekonomi terutama UMKM serta mengetahui syarat-syarat untuk melakukan pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.



**Gambar 4. 3**  
**Brosur Produk PPUM**

b) Banner

Dalam promosi melalui banner pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar melakukan pemasangan banner di dalam ruang tunggu kantor Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, hal ini bertujuan untuk memberitahu nasabah yang masuk ke dalam bank bahwa disana ada produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar (Wawancara Rayemfis, 25 Februari 2020).



**Gambar 4. 4**  
**Banner Produk PPUM**

Menurut analisa penulis, berdasarkan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar bisa dikatakan bahwa promosi yang dilakukan telah dilaksanakan dengan baik, karena tanpa kegiatan promosi masyarakat tidak akan mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Khususnya untuk produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro ini, jika tidak dilakukan kegiatan promosi oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar maka masyarakat tidak akan mengetahui produk pembiayaan ini. Namun promosi yang dilakukan masih kurang, karena harusnya pihak Bank juga harus mempromosikan produknya melalui media sosial maupun media elektronik seperti radio.

## **2. Faktor Eksternal**

### **a. Faktor Kepercayaan Masyarakat**

Faktor kepercayaan masyarakat terhadap suatu bank tergantung dari hasil kinerja internal bank itu sendiri dalam hal ini juga termasuk

pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Jika produk PPUM yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diinginkan masyarakat tentu akan berimbas kepada kepercayaan masyarakat terhadap Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan akan terjadi penurunan jumlah nasabah pembiayaan PPUM.

Berdasarkan wawancara dengan nasabah, kepercayaan nasabah lebih mengarah kepada keuntungan-keuntungan yang diperoleh jika menggunakan produk pembiayaan PPUM ini seperti margin yang kecil dan bisa diajukan dengan *plafond* dimulai dari 2 juta (Wawancara dengan nasabah, 27 Februari 2020).

Menurut analisa penulis berdasarkan faktor kepercayaan ini pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar harus benar-benar memberikan apa yang diinginkan masyarakat terkait produk pembiayaan PPUM ini jika tidak dilakukan sesuai kriteria produk pembiayaan ini maka masyarakat tidak akan menaruh kepercayaan lagi terhadap Bank Nagari Syariah Cabang Batusangkar yang nantinya berpengaruh terhadap perkembangan jumlah nasabah.

#### b. Pendapatan Masyarakat

Pendapatan merupakan faktor yang menentukan kelangsungan hidup dari usaha masyarakat. Hal ini disebabkan, apabila pendapatan masyarakat meningkat maka daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa juga akan meningkat. Begitu juga dengan pendapatan masyarakat terhadap daya beli pada produk perbankan, pendapatan merupakan sumber utama nasabah dalam mengangsur pembiayaan.

Hal ini juga berlaku bagi nasabah produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro, pendapatan masyarakat merupakan faktor penting bagi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar untuk penilaian dalam mempertimbangkan pemberian pembiayaan PPUM ini dengan tujuan untuk menghindari pembiayaan macet.

Berdasarkan wawancara dengan seorang nasabah setelah menggunakan pembiayaan PPUM ini pendapatannya meningkat dan

usaha yang dilakukan juga mulai berkembang (Wawancara dengan nasabah, 27 Februari 2020).

Menurut analisa penulis, pemberian produk pembiayaan PPUM ini sangat bermanfaat bagi masyarakat pelaku usaha mikro berdampak kepada usaha dan pendapatan masyarakat, hal ini juga sesuai dengan visi dari produk pembiayaan PPUM ini yaitu peduli ekonomi rakyat. Pendapatan masyarakat juga menentukan keberhasilan dari pemberian produk PPUM ini karena pemberian PPUM ini bertujuan untuk memperluas usaha nasabah tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) adalah:

##### **1. Faktor Internal**

Faktor internal yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar adalah:

###### **a. Produk**

Sangat menguntungkan untuk pelaku usaha mikro, memiliki misi yang memberikan solusi untuk masyarakat dan dikemas dengan kemasan yang baik dalam hal ini adalah pelayanan yang diberikan. Ini salah satu faktor meningkatnya jumlah nasabah PPUM.

###### **b. Harga**

Memberikan margin yang terjangkau bagi masyarakat yaitu sebesar 0,58% per bulan membuat masyarakat tertarik dan jumlah nasabah jadi meningkat.

###### **c. Lokasi**

Keberadaan lokasi yang berdekatan dengan area Pasar Batusangkar yang merupakan tempat usaha nasabah.

###### **d. Promosi**

Promosi yang dilakukan dengan *personal selling* dan periklanan merupakan faktor meningkatnya jumlah nasabah PPUM.

##### **2. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar adalah:

a. Kepercayaan masyarakat

Besarnya keyakinan masyarakat dalam menggunakan produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) merupakan faktor meningkatnya nasabah.

b. Pendapatan masyarakat

Besarnya pendapatan masyarakat dalam menggunakan produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM) merupakan faktor meningkatnya nasabah.

**B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, maka penulis ingin memberikan saran yaitu:

1. Meningkatkan strategi pemasaran untuk menarik simpati masyarakat menggunakan produk Pembiayaan Peduli Usaha Mikro (PPUM).
2. Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar perlu meningkatkan kegiatan promosi untuk lebih menarik simpati masyarakat seperti melalui media elektronik.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchari (2014) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Ascarya. (2008) *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S (2013) *Strategic Management: Suistunable Competitive Advantages*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Hasan, I (2011) *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Hermansyah. (2008) *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Indonesia, I.B (2014) *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Iska, Syukri (2012) *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Iska, Syukri dan Rizal (2005) *Lembaga Keuangan Syariah*. Batusangkar: STAIN Batusangkar Press.
- Ismail. (2011) *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Kasmir. (2002) *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_ (2004) *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Laksamana, Yusak (2009) *Account Officer Bank Sariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Muhammad. (2004) *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- \_\_\_\_\_. (2005) *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- \_\_\_\_\_. (2007) *Lembaga Ekonomi Syari'ah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muthaher, O (2012) *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*, Jakarta: UIP.
- Purnawati, I.G.A,G.A Yuniarta & N.L.G.E Sulindawati (2014) *Akuntansi Perbankan; Teori dan Soal Latihan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Purwadarminta. (1982) *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN Balai Pustaka Jakarta.

Saiman, Leonardus (2015) *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus* Jakarta: Selemang Empat.

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

Trisnawati, Ernie (2006) *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana

Umar, Husein (2010) *Desain Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Bab 1 Pasal 1.

Wahjono, S. I (2010) *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wiyono, Slamet (2005) *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Grasindo

[WWW.BANKNAGARI.CO.ID](http://WWW.BANKNAGARI.CO.ID)

