

**MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN SIFITRI DI  
BMT MATRA CABANG KAJEN PEKALONGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada IAIN Pekalongan dalam rangka untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Program Studi D3 Perbankan Syariah



Disusun oleh :

**MUKHLISIN**

NIM : 2012114101

**JURUSAN DIPLOMA TIGA PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN**

**2019**



**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mukhlisin

NIM : 2012114101

Judul Tugas Akhir : “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan  
Sifitri di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan”

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya .

Pekalongan, 10 Januari 2019



Mukhlisin

NIM 2012114101



## NOTA PEMBIMBING

**Drs. H. Achmad Tubagus Surur. M.Ag**  
Jl. Yudha Bakti no.80 Medono Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Tugas Akhir Sdr. Mukhlisin

Kepada Yth.  
Rektor IAIN Pekalongan  
c. q. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

### PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan Tugas Akhir Saudara:

Nama : MUKHLISIN  
NIM : 2012114101  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul : Minat Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Sifitri di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan

Dengan ini dimohon agar Tugas Akhir Saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 04 Desember 2018

Pembimbing,

**Drs. H. Achmad Tubagus Surur. M.Ag**

NIP. 196912271998031004



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

Jl. Pahlawan Rowolaku Kajen Pekalongan . Telp. (0285) 412575  
Fax 423418, Email : febi@iainpekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Pekalongan mengesahkan Tugas Akhir Saudara :

Nama : MUKHLISIN

NIM : 2012114101

JUDUL : MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN  
SIFITRI DIBMT MATRA CABANG KAJEN PEKALONGAN

telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 10 Januari 2019 dan dinyatakan **LULUS**  
serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya  
(A.Md).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. AM. Muh. Khatidz Ma'shum M.ag

NIP. 197912052009121001

Dr. Zawawi M.A.

NIP. 197706252008011013

Pekalongan, 12 Februari 2019

Disahkan oleh Dekan,

Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H.

NIP. 197502201999032001



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dikembangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	J	Je



ح	ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
سین	syin	Sy	es dan ye
سَد	sad	S	es (dengan titik dibawah)
ظ	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	Z	zet (dengan titik dibawah)

ع	ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	.	Apostraf
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا a		ا a
ي i	اي ai	اي i

ا u	او au	او u
-----	-------	------

### 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرآة جميلة      ditulis      *mar'atun jamilah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة      di tulis      *fatimah*

### 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا      di tulis      *rabbana*

البر      di tulis      *al-birr*

### 5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / I / diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy - syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / I / diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al - qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al - badi</i>
الجلال	ditulis	<i>al - jalal</i>

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada diawal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada ditengah kata/diakhir kata huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ‘ /.

Contoh:

امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai 'un</i>

## PERSEMBAHAN

Seiring sembah sujud kepada Allah S.W.T dengan rahmat dan kasih sayangnya ku persembahkan karya ini untuk :

- Kedua orang tua saya tercinta Bapak Setiyo Mulyo dan Ibu Qomariyah yang senantiasa memberikan cinta dan kasih sayang, motivasi serta do'a yang tulus dan ikhlas demi tercapainya cita-cita dan harapan peneliti
- Semua dosen di IAIN Pekalongan yang pernah membantu peneliti dalam belajar dan telah menyalurkan ilmunya kepada peneliti selama belajar di IAIN Pekalongan
- Pembimbingku, Drs. H. Achmad Tubagus Surur M.Ag terima kasih atas waktu dan bimbingan yang diberikan selama ini, sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan lancar
- Kakakku, Susanti dan Ita Rosita yang selalu memberi senyuman serta dukungan.
- Teman-teman PBS C semuanya tanpa terkecuali salam kompak dan semangat selalu.
- Seseorang yang mewarnai setiap langkah hidupku.



## MOTTO

Tidak ada jabatan didunia ini yang perlu dipertahankan mati-matian

(K.H Abdurrahman Wahid)



## ABSTRAK

Nama : Mukhlisin  
NIM : 2012114101  
Judul Tugas Akhir : MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
TABUNGAN SIFITRI DI BMT MATRA CABANG  
KAJEN PEKALONGAN

Minat Nasabah dalam menggunakan Produk simpanan idul fitri (sifitri) di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan adalah simpanan dengan akad *wadiah* yaitu titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki, dimana calon nasabah harus mendaftarkan dirinya ke pihak BMT dan kemudian nasabah menitipkan simpanannya kepada pihak BMT sebagai penerima titipan dan pembayaran simpanan dapat disepakati di awal perjanjian.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Minat Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan dan tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui faktor apa saja yang menentukan nasabah dalam memilih tabungan Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIFITRI) di BMT MATRA cabang Kajen Pekalongan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sampel yang digunakan adalah *Purposive sample* teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel 20 Informan/Nasabah Sifitri. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer berupa *Interview*, dan data sekunder berupa penelitian terdahulu yang dilakukan di BMT Mara Cabang Kajen Pekalongan, serta sumber-sumber lain yang terkait. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi yang diambil dari data pendukung mengenai minat nasabah dari hasil kuesioner. Metode Analisis data yang digunakan penulis yaitu metode pendekatan deskriptif kualitatif yang akan digunakan untuk menarik kesimpulan dari data yang diperoleh

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis diperoleh kesimpulan bahwa pilihan nasabah sifitri yaitu menyiapkan kebutuhan pada saat menjelang lebaran, kemudahan dalam bertransaksi, aman karena sesuai syariat islam dan bonus berupa sembako yang diberikan sangat menguntungkan, Secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan sfitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan yaitu faktor budaya dan faktor psikologis

**Kata Kunci : Minat Nasabah , Simpanan Sifitri, BMT Matra Pekalongan**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrhim*

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) yang berjudul “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Sifitri di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (A. Md ) Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Melalui pengantar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan TA ini, atas dukungan dan motivasi yang diberikan baik secara spiritual maupun moral. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM. Hafidz Ma'sum, M.Ag selaku Wakil Dekan Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drs. H. A Tubagus Surur, M.Ag selaku Wakil Dekan Dua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan waktu



dan ilmunya untuk terus membimbing penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Bapak Dr. H. Zawawi, M.A selaku Wakil Dekan Tiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
6. Bapak Tamamudin, S.E.,MM. selaku Ketua Jurusan DIII Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
7. Hj. Rinda Asytuti M.Si selaku Wali Studi yang telah senantiasa memberikan bimbingan dan dorongan.
8. Bapak Mustain S.E selaku pimpinan di BMT Matra Pekalongan yang telah memberikan izin untuk penulis untuk mengadakan Observasi dan telah memberikan arahan maupun bimbingan pada saat penulis mengadakan penelitian.
9. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan DIII Perbankan Syariah yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
10. Segenap civitas Akademik IAIN Pekalongan.
11. Semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Seiring doa dan harapan semoga amal baik mereka mendapat pahala dan imbalan yang melimpah dari Allah SWT dan menjadi *amalan sholikhah maaqbulan*.

Penulis menyadari TA ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi



perbaiki TA ini. Semoga TA ini bisa bermanfaat bagi kita semua.  
Aamiin.

Pekalongan, 10 Januari 2019

Mukhlisin

NIM 2012114101





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	x
MOTTO.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR, DAN TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
1. Secara Teoretis.....	5
2. Secara Praktis.....	5
E. Penegasan Istilah.....	6



1. Minat Nasabah.....	6
2. Simpanan SIFITRI.....	6
F. Telaah Pustaka.....	6
G. Kerangka Teori.....	9
H. Metode Penelitian.....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
2. Sumber Data.....	11
3. Teknik Pengumpulan Data.....	11
4. Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>18</b>
A. Minat Anggota.....	18
1. Pengertian Minat.....	18
2. Proses Timbulnya Minat Anggota.....	20
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota.....	21
4. Aktivitas Yang Mendorong Minat.....	27
B. BMT ( <i>Baitu Maal Wat Tamwil</i> ).....	30
1. Definisi Baitu Maal Wat Tamwil (BMT).....	30
2. Landasan Hukum BMT.....	31
3. Tujuan dan Fungsi BMT.....	31
4. Produk Baitu Maal Wa Tamwil (BMT).....	32
C. Definisi Nasabah.....	35
1. Penegrtian Nasabah.....	35
D. Wadi'ah.....	36



1. Pengertian Wadi'ah.....	36
E. Tabungan Wadi'ah.....	38
1. Pengertian Tabungan Wadi'ah.....	38
2. Landasan Hukum Syariah.....	39
3. Fatwa DSN tentang Akad Wadi'ah.....	41
4. Jenis-jenis Wadi'ah.....	41
5. Rukun dan Syarat Wadi'ah.....	42
6. Batasan-batasan dalam Menjaga Wadi'ah (Titipan).....	43
7. Aplikasi dalam Perbankan.....	44
8. Ketentuan Umum Akad Wadi'ah.....	46
<b>BAB III GAMBARAN UMUM BMT MATRA PEKALONGAN.....</b>	<b>46</b>
A. BMT Matra Pekalongan.....	46
1. Sejarah BMT Matra Pekalongan.....	46
2. Visi, Misi, dan Motto BMT MATRA Pekalongan.....	48
3. Struktur Organisasi BMT MATRA Pekalongan.....	49
4. Produk-produk BMT MATRA Pekalongan.....	54
5. Manajemen Penyaluran Pembiayaan.....	57
6. Manajemen Keuangan.....	62
B. Produk Simpanan Idul Fitri (SIFITRI).....	64
1. Aspek Pemasaran dan Pasar.....	66
2. Aspek Manajemen.....	66
3. Aspek Lingkungan.....	66
4. Aspek Produk.....	67

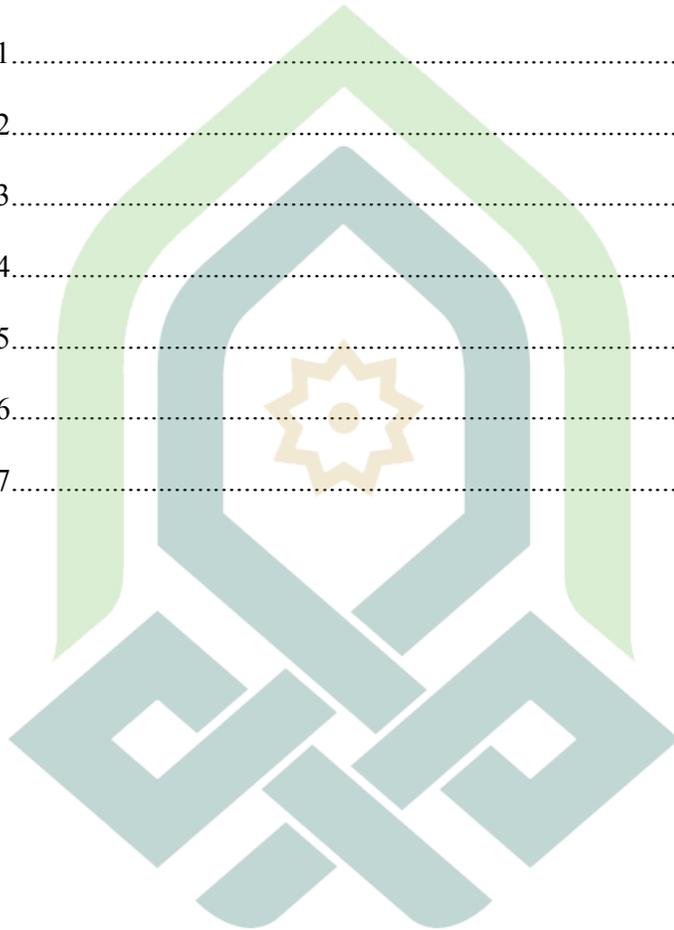


C. Keunggulan Produk Sifitri di BMT Matra Pekalongan.....	67
D. Implementasi Produk Sifitri di BMT Matra Pekalongan.....	69
<b>BAB IV ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN SIFITRI DI BMT MATRA CABANG KAJEN PEKALONGAN.....</b>	<b>70</b>
A. Hasil Penelitian.....	70
1. Analisis Minat Nasabah terhadap Tabungan SIFITRI di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan.....	70
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah terhadap Produk SIFITRI di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan.....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

	<b>Halaman</b>
1. Gambar 2.1.....	50
2. Tabel 1.1.....	4
3. Tabel 1.2.....	73
4. Tabel 1.3.....	74
5. Tabel 1.4.....	77
6. Tabel 1.5.....	78
7. Tabel 1.6.....	79
8. Tabel 1.7.....	80





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Data Angket
3. Hasil Wawancara
4. Dokumentasi Penelitian
5. Surat Permohonan Survey
6. Surat Penunjukkan Pembimbing
7. Slip Bukti Setoran
8. Slip Bukti Pengambilan
9. Brosur BMT MATRA
10. Surat Penelitian



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang

Bank berdasarkan prinsip syariah atau bank syariah atau bank islam, seperti halnya bank konvensional, juga berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi (*intermediary institution*), yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan.<sup>1</sup>

Baitul Maal Wat Tanwil (BMT) adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah. Dengan menghimpun dana, menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan, layanan jasa. Dalam menyalurkan dana yang sering disebut pembiayaan yang didalamnya beroperasi sesuai syariat islam dengan menggunakan system bagi hasil, jual beli, sewa, seperti halnya bank<sup>2</sup>. BMT Matra merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang telah berkembang di wilayah Pekalongan, yang terletak di Jalan Gatot Subroto Banyurip Alit No. 536 Pekalongan. Dengan berbadan hukum koperasi nomor: 180/132/2004 sebagai wadahnya, maka pada tanggal 12 juli 2004 BMT Matra Pekalongan mulai melakukan kegiatan operasionalnya dengan tujuan memberdayakan ekonomi pengusaha kecil berdasarkan prinsip syariat islam.

---

<sup>1</sup>Sutan Remy Syadeini, Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Syariah, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1999), hlm. 1.

<sup>2</sup>M. syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: PT Gema Insani Press, 2003) hlm 101.

BMT Matra Pekalongan memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan/simpanan dan deposito, yang kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. ada berbagai macam produk simpanan yang ditawarkan meliputi SIMAS (Simpanan Masa Depan) , SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) , SIADHA (Simpanan Idul Adha) , SIMPEL (Simpanan Pelajar) , MARISA (MATRA Arisan) , serta produk pembiayaan di BMT Matra Pekalongan yang terdiri dari pembiayaan *Murabahah*, pembiayaan *Al-Ijarah*, pembiayaan *QardhulHasan*, pembiayaan *Mudharabah*, pembiayaan *Musyarakah*, pembiayaan *Bai' uBithamanAjil*, dan *Wakalah*.

Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidaklah mudah. Beberapa pelanggan tidak menyadari kebutuhan dan keinginannya, atau mereka tidak mampu mengutarakannya atau penuturannya masih memerlukan penafsiran.<sup>3</sup>

Pada dasarnya nasabah akan memilih produk, apabila keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi oleh produk tersebut , dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk produk lembaga keuangan syariah khususnya Baitul Maat Watamwil.

Dari segi pemilihan produk tentu saja berhubungan dengan perilaku nasabah, memahami perilaku nasabah tidaklah mudah, agar tujuan pemasaran tercapai pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi,

---

<sup>3</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hlm. 5.

preferensi, serta perilaku pelanggan sasaran mereka. Individu-individu selalu membuat keputusan, membuat keputusan terjadi ketika terdapat penyimpanan antara keadaan tertentu dari keadaan yang diinginkan. Namun ternyata kebanyakan masalah tidak muncul terkemas dengan jelas. Banyak permasalahan tersembunyi dalam bermacam-macam bentuk dan motif. Beberapa diantaranya, bahkan menampilkan bentuk yang sebaliknya dari yang sesungguhnya. Dalam memahami hal tersebut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk membeli atau menggunakan jasa Bank. Dalam menetapkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang adalah faktor produk, promosi, pelayanan, fasilitas pelayanan, kebutuhan referensi, kemudahan dan keyakinan.<sup>4</sup>

Dalam BMT MATRA terdapat banyak produk-produk yang disediakan untuk nasabah salah satunya diantaranya adalah produk tabungan Sifitri (Simpanan idul fitri)

Simpanan idul fitri (Sifitri) adalah simpanan yang jumlah setorannya ditentukan baik mingguan maupun bulanan, dimana pengambilan sifitri hanya bisa dilakukan pada saat menjelang lebaran (hari raya idul fitri) simpanan pokok dikembalikan penuh dan ditambah bonus (sembako).

Bonus merupakan hal yang menjadi ketertarikan sendiri untuk produk di lembaga keuangan syariah, salah satunya seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Bonus tidak boleh disebutkan ataupun dijanjikan dalam

---

<sup>4</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Management Pemasaran Ringkasan Praktis*, (Bandung: Mandat Maju, 1996) hlm. 51.

akad, tetapi benar-benar merupakan pemberian secara sepihak sebagai tanda terima kasih dari pihak Baitu Maal wat Tamwil (BMT) dan di diberikan kepada nasabah yang memenuhi syarat ataupun secara Cuma-Cuma oleh Baitul Maal wat Tamwil (BMT) kepada nasabah sesuai kebijakan Baitul Mall wat Tamwil (BMT).

Menurut data yang diperoleh oleh BMT MATRA cabang kajen yang didapati bahwa produk tabungan idul fitri (sifitri) merupakan tabungan yang diminati oleh banyak nasabah. Berikut ini jumlah nasabah produk simpanan yang berada di BMT MATRA cabang kajen yang disajikan dalam dibawah ini:

**Tabel 1.1**

**Jumlah nasabah produk tabungan idul fitri di  
BMT MATRA Pekalongan**

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah		
		2015	2016	2017
1	Simas (Simpanan Masa Depan)	107	136	193
2	Sifitri (Simpanan Idul Fitri)	239	347	444
3	Siadha (Simpanan Idul Adha)	120	134	158
4	Simpel (Simpanan Pelajar)	11	27	57
5	Marisa (Matra Arisan)	187	220	241
6	Tawis (Tabungan Wisata)	11	18	32
7	Tahaji (Tabungan Haji)	96	133	168

*Sumber Data BMT Matra cabang Kajen Pekalongan*

Dari data diatas produk yang paling banyak diminati nasabah adalah produk Sifitri dibanding produk lain. Dari latar belakang inilah yang memotivasi penulis untuk membahas lebih lanjut dalam penelitian yang

akan penulis lakukan dengan mengangkat judul “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan SIFITRI di BMT MATRA cabang Kaje Pekalongan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana minat nasabah dalam memilih tabungan Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIFITRI) di BMT MATRA cabang Kaje Pekalongan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui faktor apa saja yang menentukan nasabah dalam memilih tabungan Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIFITRI) di BMT MATRA cabang Kaje Pekalongan.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian dan penulisan Tugas Akhir ini adalah :

### **1. Secara Teoritis**

Untuk mengembangkan keilmuan dan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, khususnya Minat Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan SIFITRI di BMT MATRA cabang Kaje Pekalongan”.

### **2. Secara Praktis**

a. Memberikan referensi atau sumber pengetahuan bagi penulis dan pembaca tentang bagaimana minat nasabah dalam menggunakan tabungan simpanan hari raya idul fitri (SIFITRI) di BMT MATRA cabang Kaje Pekalongan.

- b. Untuk menambah wawasan dalam bidang tabungan simpana hari raya idul fitri (SIFITRI).

#### **E. Penegasan Istilah**

Dalam rangka memudahkan pemahaman dan menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsirkan maksud judul, maka perlu adanya penegasan istilah. Adapun istilah yang perlu ditegaskan ialah :

##### **1. Minat Nasabah**

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ia ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan.<sup>5</sup>

##### **2. Simpanan SIFITRI**

Simpanan Sifitri adalah simpanan anggota pada BMT dengan akad *wadiah yadhomanah* yang pengambilannya hanya bisa pada saat menjelang lebaran (Hari Raya Idul Fitri).

#### **F. Telaah Pustaka**

Dalam menulis sebuah Tugas Akhir, terlebih dahulu penulis akan menyusun kerangka pemikiran, dengan menggunakan beberapa penelitian terdahulu untuk memperkuat hasil penelitian penulisan di lapangan yang berhubungan dengan judul Tugas Akhir yang penulis teliti.

Nafilatul Haqiqi dalam tugas akhirnya yang berjudul Pembiayaan

---

<sup>5</sup>Heri Sudarsono dan Priyonggo Suseno, *Istilah-istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm.97.

Mudharabah dan implikasinya terhadap Minat anggota menjelaskan bahwa minat para anggota di KJKS SMNU Pekalongan yang terus meningkat dari tahun ketahun. Itu menunjukkan bahwa produk pembiayaan mudharabah membawa dampak yang positif terhadap masyarakat, disamping pembiayaan tersebut bebas dari riba yang diharamkan oleh agama islam.<sup>6</sup>

Erni Ema Yuni dalam tugas akhirnya yang berjudul Minat Anggota Terhadap Produk Tabungan Idul Fitri (TADURI) Dengan Akad Wadiah Yadhamanah Di BMT EL-NUSA 335 Kedungwuni menjelaskan bahwa kebutuhan untuk dana saat hari raya idul fitri menjadi pemicu meningkatnya anggota produk Tabungan Idul Fitri karena kebutuhan menjelang hari raya idul fitri yang banyak seperti untuk keperluan pakaian, memasak, zakat dan sebagainya.<sup>7</sup>

Penelitian Tugas Akhir Fransiska Anjayani yang berjudul Minat Anggota Terhadap Produk Simpanan Pendidikan dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah di BMT SM NU Pekalongan, menjelaskan bahwa anggota merasa senang dengan adanya produk tersebut yang dapat membantu mereka mempersiapkan dana untuk pendidikan anak-anak mereka, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota adalah faktor psikologis.<sup>8</sup>

Qitrotul Badriyah dalam Tugas Akhirnya yang berjudul Analisis

---

<sup>6</sup>Nafilatul Haqiqi, *Pembiayaan Mudharabah dan implikasinya terhadap Minat anggota, Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah*, (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2008).

<sup>7</sup>Erni Ema Yuni, *Minat Anggota Terhadap Produk Tabungan Idul Fitri (TADURI) Dengan Akad Wadiah Yadhamanah Di BMT EL-NUSA 335 Kedungwuni* (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2016)

<sup>8</sup>Fransiska Anjayani. *Minat Anggota Terhadap Produk Simpanan Pendidikan dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah di BMT SM NU* (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2015).

Preferensi Anggota Terhadap Simpanan Hari Raya Idul Fitri dan Simpanan Hari Raya Idul Adha Studi Pada BMT NURUSSA' ADAH Pekalongan. Menerangkan berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwasanya anggota lebih tertarik terhadap simpanan hari raya idul fitri dikarekan setorannya lebih rendah dari pada simpanan hari raya idul adha. Serta anggota lebih berfikir konsumtif dibandingkan dalam hal agama untuk beribadah qurban. Dalam simpanan hari raya penyeteran dan penarikan dengan sistem "jemput bola" hal ini sesuai dengan teori prefensi anggota.<sup>9</sup>

Dari hasil penelitian diatas, berfokus minat nasabah terhadap produk pembiayaan. Perbedaan tersebut terletak pada fokus penelitian yang akan dilakukan, pada penelitian kali ini diarahkan faktor apa saja yang membuat nasabah termotivasi lebih memilih produk simpanan siftri dibanding produk simpanan yang lain yang ada di BMT MATRA Pekalongan.

### **G. Kerangka Teori**

Sebagai lembaga yang berbadan hukum koperasi, BMT pada dasarnya mampu menunjukkan kepada masyarakat bahwa ia merupakan representasi dari koperasi modern. Meskipun lahirnya BMT di Indonesia

---

<sup>9</sup>Qitrotul Badriyah. Analisis Preferensi Anggota Terhadap Simpanan Hari Raya Idul Fitri dan Simpana Hari Raya Idul Adha Studi Pada BMT NURUSSA' ADAH (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2015).

cukup menggembirakan, bukan berarti tidak ada pengembangannya, solusinya terutama minat nasabah.<sup>10</sup>

Analisis Minat terhadap produk Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan adalah salah satu bentuk untuk melakukan perbaikan pada produk yang ada pada BMT dengan melihat minat nasabah terhadap produk serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah.

Definisi minat merupakan suatu ketertarikan seseorang terhadap suatu barang atau jasa untuk dimiliki maupun dikonsumsi. Minat nasabah merupakan kecenderungan jiwa seseorang terhadap sesuatu, biasanya disertai dengan perasaan senang, minat timbul tidak secara tiba-tiba melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalaman, dan kebiasaan.<sup>11</sup>

Minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu yang mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Seseorang akan berminat terhadap suatu obyek jika obyek tersebut dapat memberikan kepuasan bagi orang tersebut serta memberikan rasa senang. Oleh karenanya, kesan pertama dilihat nasabah dalam penawaran yang dilakukan oleh pihak lembaga amat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan produk.<sup>12</sup>

<sup>10</sup>Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, UII Press, Yogyakarta, 2002, hlm. 49-51.

<sup>11</sup>Danang Suntoyo, *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hlm. 66.

<sup>12</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2001), hlm. 196.

Baitul Maal Wat Tanwil (BMT) adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah. Dengan menghimpun dana, menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan, layanan jasa. Dalam menyalurkan dana yang sering disebut pembiayaan yang didalamnya beroperasi sesuai syariat islam dengan menggunakan system bagi hasil, jual beli, sewa, seperti halnya bank.<sup>13</sup>

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan penelitian

#### a. jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Dengan penelitian lapangan ini dapat diperoleh data yang spesifik dan realistis di tempat yang diteliti oleh peneliti.<sup>14</sup>

#### b. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diambil.<sup>15</sup>

<sup>13</sup>M. syafi'I Antonio, *BankSyariahdariTeorikePraktik*, (Jakarta: PT Gema Insani Press, 2003)hlm 101.

<sup>14</sup>Mardalis, *Metode Penelitian(Suatu Pendekatan Proposal)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 28.

<sup>15</sup>Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1998, hlm. 4.

## 2. Sumber Data

### a) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapati dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil koesioner, wawancara dan observasi.<sup>16</sup> Untuk memperoleh data tersebut peneliti menggunakan koesioner kepada nasabah tabungan sifitri, peneliti juga melakukan wawancara kepada nasabah, juga melakukan wawancara dengan manajer dan karyawan BMT MATRA. Observasi yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan di BMT Matra cabang Kajej Pekalongan

### b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari pihak lain yang bertujuan untuk menganalisis data primer, antara lain berupa dokumentasi yang berkaitan dengan *wadi'ah yad-dhomanah*, literatur buku penunjang, karya ilmiah ataupun yang lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum di kelompokkan ke dalam dua jenis cara yaitu teknik yang bersifat interaktif dan non-interaktif. Metode interaktif meliputi interview dan observasi berperan serta, sedangkan metode

---

<sup>16</sup>Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1999), hlm. 31.

noninteraktif meliputi observasi takberperanserta, teknik koesioner, mencatat dokumen, dan partisipasi tidak berperan.<sup>17</sup>

Sedangkan menurut sugiyono ada empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/ triangulasi.<sup>18</sup>

a) *Interview* (wawancara)

*Interiew* (wawancara) yaitu metode pengumpulan data dengan tanya jawab dan dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penyelidikan. Pada penelitian ini penyusun melakukan wawancara terstruktur kepadabagian penghimpunan dana yaitu bapak Manajer operasional dan pihak-pihak seperti managemen yang berkaitan dengan prosedur produk simpanan SIFITRI guna mendapatkan data.

b) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah, notulen, agenda rapat, dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data mengenai landasan teori penghimpunan dana tabungan simpanan Sifitri.

c) Observasi

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan

<sup>17</sup>Sutopo Hb, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta : UNS Press, 2006) hlm, 9.

<sup>18</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : ALFABETA, 2008) hlm, 63.

dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.

Dengan kata lain, observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan observer yang sebenarnya, dengan demikian, melalui kegiatan observasi dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang kehidupan sosial yang sukar diperoleh dengan menggunakan metode lain. Observasi sangat diperlukan jika observer belum memiliki banyak keterangan tentang masalah yang diselidikinya. sehingga observer dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang masalahnya serta petunjuk-petunjuk cara memecahkannya.<sup>19</sup> metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. keahlian observasi membantu kita untuk memahami dan berpartisipasi. Riset observasi bisa dipakai untuk membuat deskripsi kualitatif perilaku, atau kultur dari kelompok tertentu, institusi tertentu, atau komunitas tertentu. Selain itu, observer bisa mencatat langsung kejadian sebagaimana adanya, tidak perlu tergantung pada orang lain. Disamping itu juga observer mungkin melihat faktor yang relevan yang tidak bisa diamati oleh yang diobservasi.

d) Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan

---

<sup>19</sup>Evan Agsu Purwanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Gava Media, 2007), hlm. 20.

tentang pribadinya atau hal yang diketahuinya.<sup>20</sup>Metode ini ditujukan kepada nasabah yang menggunakan tabungan Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan untuk mendapatkan data tentang faktor-faktor yang membentuk minat nasabah.Nasabah sebagai objek penelitian diberikan angket yang berupa kuesioner dan terdiri dari 12 pertanyaan, dengan memberikan jawaban berupa tanda centang.

e) Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah metode dimana data yang dikumpulkan hanya sebagai gambaran atau pandangan kemudian dari gambaran tersebut dibuat narasi atau kalimat sendiri yang hanya untuk menjawab rumusan masalah.<sup>21</sup>

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum dan bertitik pada pengetahuan umum itu akan digunakan untuk menilai sesuatu yang khusus<sup>22</sup>Dengan metode deskriptif ini penulis berusaha menjawab rumusan masalah yang data-datanya diperoleh dari hasil *interview* (wawancara), dan dokumentasi yang kemudian ditarik suatu kesimpulan tetntang minat nasabah dalam menggunakan tabungan SIFITRI di BMT MATRA cabang Kajen pekalongan.

<sup>20</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000) hlm. 124.

<sup>21</sup>Moh.Hazir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gahlia Indonesia, 1993), hlm.63.

<sup>22</sup>Sutrisno hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM,1980),hlm.42.

f) keabsahan data

Untuk memperoleh hasil penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan kredibilitasnya dapat dilakukan dengan triangulasi. Uji keabsahan melalui triangulasi ini dilakukan karena dalam penelitian kualitatif, untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistika.<sup>23</sup>

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan 3 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan Sumber, Metode, Teori.

1. Triangulasi Dengan Sumber Data

Dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan BMT Dana Syariah pada bagian pembiayaan yaitu Bapak Slamet tentang produk SIFITRI.

---

<sup>23</sup>Hidari Nawawi, Metode Penelitian Bidang Sosial (Yogyakarta :Gajah Mada University Press, 1995) hlm.133.

## 2. Triangulasi Dengan Metode

Dilakukan untuk pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data. Metode ini dilakukan untuk menguji sumber data, apakah sumber data ketika di-*interview* dan di observasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda. Untuk kemudian membandingkan antara data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

## 3. Triangulasi dengan teori

Dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan perbandingan. Triangulasi dengan teori, bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di sisi lain, bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanation*).<sup>24</sup>

## 4. Sistematika Penulisan

Berdasarkan pembahasan dan rumusan masalah diatas, maka pembahasan TA ini akan disajikan dalam lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, kegunaan penelitian, penegasan istilah,

---

<sup>24</sup>Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*(Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1998), hlm.178

telaah pustaka berbasis penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika penelitian.

## Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teori tentang *baitul maal wat tamwil*(BMT), *Wadi'ah yad-dhomanah* dalam perspektif Islam, yang terdiri dari pengertian *wadi'ah yad-dhomanah*, dasar hukum *wadi'ah yad-dhomanah*, rukun dan syarat *wadi'ah yad-dhomanah*, dan praktek *wadi'ah yad-dhomanah* di lembaga keuangan syariah atau *baitul maal wat tamwil*(BMT).

## Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, kredibilitas data, metode analisis data dan langkah-langkah penelitian.

## Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan, membahas tentang penelitian yang dilakukan peneliti di BMT Matra cabang pekalongan, yang berkaitan dengan gambaran umum BMT Matra, Implementasi Bonus dalam Akad *Wadi'ah Yad Adh-Dhomanah* pada produk SIFITRI di BMT Matra cabang Pekalongan

## Bab V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Minat Anggota

##### 1. Pengertian Minat

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai dengan sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan.<sup>1</sup>

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.<sup>2</sup>

Menurut Komarudin Minat Anggota adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Kamus Umum Bahasa Indonesia.

<sup>2</sup>Syaiful Bahri Djamarah, *Psikolog Belajar*, (Jakarta. PT Rineka Cipta,,2008). hlm.132.

<sup>3</sup>Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: Grafindo ,1994), hlm.94.

Minat beli konsumen menurut Kotler adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membelinya agar dapat memilikinya.<sup>4</sup>

Minat dalam pandangan Islam yaitu Al-Quran dalam surat Al-Alaq ayat pertama yang berartikan “Bacalah” dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.<sup>5</sup>

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan sesuatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan.

## **2. Proses Timbulnya Minat Anggota**

Kebutuhan yang di rasakan dapat di aktifkan dengan cara yang berbeda yang salah satunya sepenuhnya bersifat fisiologis, rasa haus atau lapar merupakan contohnya manusia juga memiliki kapasitas untuk berpikir tentang atau objek yang tidak hadir dalam waktu dekat atau membayangkan konsekuensi yang di inginkan dari tindakan tertentu.

<sup>4</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks, 2004), hlm 65.

<sup>5</sup>Andi Mappiere, *Psikolog orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Offsite Printing, 1994), hlm.275

Agar pemberian motivasi berjalan dengan lancar maka harus ada proses minat yang jelas. Proses minat tersebut terdiri dari :

- a. Tujuan. Perusahaan harus bisa menentukan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai, baru kemudian anggota dimotivasi ke arah itu.
- b. Mengetahui kepentingan. Perusahaan harus bisa mengetahui keinginan anggota tidak hanya dilihat dari kepentingan perusahaan semata.
- c. Komunikasi efektif. Melakukan komunikasi dengan baik terhadap anggota agar anggota dapat mengetahui apa yang harus mereka lakukan dan apa yang bisa mereka dapatkan.
- d. Integrasi tujuan. Proses minat perlu untuk menyatukan tujuan perusahaan dan tujuan kepentingan anggota. Tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba serta perluasan pasar. Tujuan individu konsumen adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. kedua kepentingan di atas harus disatukan dan untuk itu penting adanya penyesuaian minat.
- e. Fasilitas. Perusahaan memberikan fasilitas agar anggota mudah mendapatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Nugroho J. Stiadi, *Perilaku Anggota Konsep dan Implikasi Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup 2008), hlm 94.

### 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota

Minat anggota dalam menggunakan tabungan tentunya memiliki beberapa sub-faktor yang muncul untuk menarik minat, sub-faktor yang muncul tentunya di dasari oleh beberapa hal yang di lakukan BMT maupun hal yang muncul di kalangan masyarakat. Faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan psikologis merupakan sub-faktor yang akan menjadi teori dalam penggalan data minta anggota dalam menggunakan tabungan sifitri di BMT MATRA cabang kajen Pekalongan.

#### 1. .Faktor Kebudayaan

Kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks yang di ciptakan oleh manusia, diturunkan dari geberasi ke generasi berikutnya, sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada. Faktor-faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena seseorang cenderung akan mengikuti budaya di daerah sekitar tempat tinggalnya.

Dalam hal ini kelas sosial, sub-budaya, dan sosial sangat mempengaruhi minat anggota.

- 1) Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku konsumen.
- 2) Sub-budaya merupakan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Sub-budaya meliputi

kebangsaan, agama (syariah), kelompok ras, dan wilayah geografis.

- 3) Kelas sosial adalah divisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama.<sup>7</sup>

## 2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang berkaitan dengan kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan antara mereka.

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran sosial dan status juga mempengaruhi minat anggota.

- 1) Kelompok referensi (*Reference group*) seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan.
- 2) Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga *mempresentasikan* kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri

---

<sup>7</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran" terjem. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 172.

dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua, seseorang mendapatkan orientasi terhadap agama, politik, ekonomi, serta rasa ambisi pribadi, harga diri, dan cinta

- 3) Peran dan status. Peran (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan *seseorang*. Setiap peran menyandang status. Status dan peran dapat berhubungan dengan kedudukan seseorang dalam masyarakat, setiap peranan yang dimainkan akan mempengaruhi perilaku pembelinya.<sup>8</sup>

### 3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya.<sup>9</sup>

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi. Kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.<sup>10</sup>

#### 1) Usia dan tahap siklus hidup

Kelompok membeli barang dan jasa yang berubah-ubah selama hidupnya, usia merupakan perkembangan fisik dari

<sup>8</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran" terjm. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008)), hal 172.

<sup>9</sup>Tatik Suryani, "Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran", (Jakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 57.

<sup>10</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran" terjm. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 167.

seseorang. Oleh karena itu, tahapan perkembangan pasti membutuhkan makanan, pakaian berbeda-beda sehingga mempengaruhi minat anggota..

2) Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pemilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan, tabungan dan kekayaan, dan kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap pengeluaran. Pola konsumsi yang berhubungan dengan perlengkapan kerja dan kebutuhan lain yang terkait dengan pekerjaannya.

3) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang memiliki karakteristik pribadi yang mempengaruhi minat anggota. Yang dimaksud kepribadian (*personality*) adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan.

4) Gaya hidup dan nilai

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh inti

(*core values*), sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku.<sup>11</sup>

#### 4. Faktor Psikologis

Titik awal untuk memahami minat anggota adalah rangsangan pemasaran luar seperti ekonomi, teknologi, politik, budaya. Satu perangkat psikologi berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian konsumen. Empat proses psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, memori) secara fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap stimuli pemasaran.<sup>12</sup>

- a. Motivasi adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarahkan seseorang agar dapat mencari pemuasan terhadap kebutuhan itu.
- b. Persepsi adalah proses memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia.
- c. Pembelajaran menunjukkan perubahan dalam perilaku seorang individu yang bersumber pada pengalaman.
- d. Keyakinan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.

---

<sup>11</sup>*Ibid*, hlm. 181.

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm. 187.

- e. Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik ,perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan.<sup>13</sup>

Selain itu juga Swastha dan Irwan mengemukakan bahwa aspek aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain :

- a. Ketertarikan (Interest) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang,
- b. Keinginan (desire) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki,
- c. Keyakinan (conviction) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.<sup>14</sup>

#### 4. **Aktivitas Yang Mendorong Minat**

Dalam melakukan suatu kegiatan, seperti BMT Matra cabang Kajej Pekalongan ini telah mempunyai dan menerapkan aktivitas-aktivitas yang mendorong minat Nasabah antara lain :

- a. Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya.Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh penjual mendorong konsumen membeli produk yang di tawarkan.

<sup>13</sup>Pandji Anoraga, *Op. Cit*, hlm. 227.

<sup>14</sup>Swastha dan Irwan,*Perilaku Konsumen*,(Alfabeta:Bandung,2001),hlm.95.

Promosi juga sering digunakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan, Oleh karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.<sup>15</sup> Promosi adalah kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi ini pemilik barang berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan-keunggulan produk yang dijualnya. Akan tetapi satu hal yang tidak baik bila penjual secara berlebihan memuji-muji produk yang dijualnya padahal mutunya tidak sebaik yang dikatakan.<sup>16</sup>

Pemasaran dalam Islam juga akan menghindari iklan porno, bohong, dan promosi yang menghalalkan segala cara. Dan promosi adalah suatu pesanyang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program. Strategi pemasaran Rasulullah SAW tersebut meliputi :

- 1) Memiliki pribadi spiritual (taqwa)
- 2) Berperilaku baik dan smpatik (siddiq)
- 3) Memiliki kecerdasan dan intelektualitas (fatanah)
- 4) Komunikatif dan transparan (tabligh)

<sup>15</sup> Thorik Gunara dan Utus Sudibyo, *Marketing Muhammad*, Bandung : Madania Prima, 2007, hlm.63.

<sup>16</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta, 2007, hlm. 138 .

- 5) Bersikap rendah hati dan melayani (khidmah)
- 6) Jujur dan terpercaya
- 7) Bertanggung jawab (amanah)
- 8) Tidak suka berburuk sangka.<sup>17</sup>

Tujuan dari promosi tersebut adalah untuk mempengaruhi konsumen tidak lain adalah konsumen dapat mengetahui produk yang ditawarkan tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

b. Periklanan

Iklan adalah sarana yang dilakukan oleh BMT guna menginformasikan segala produk yang dihasilkan kepada pasar/masyarakat. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya.<sup>18</sup> Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti :

- a. Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis
- b. Percetakan Brosur dan disebar di setiap cabang atau pusat perbelanjaan
- c. Pemasangan spanduk di lokasi strategis
- d. Melalui koran dan majalah
- e. Melalui radio, televisi atau media lainnya

---

<sup>17</sup> Bashu Swasta . Dhamemesta, *Manajemen Pemasaran ( Analisa Perilaku Konsumen )* BPFE Yogyakarta, 2002, hlm 4.

<sup>18</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* , Jakarta : Kencana , 2004, hlm.176.

Agar iklan efektif dan efisien maka diperlukan program pemasaran yang tepat yaitu.<sup>19</sup>

BMT juga harus bekerja sama dengan para kyai ataupun ulama untuk menjelaskan bagaimana produk BMT yang di buat sesuai dengan syariat islam yang mayoritas anggota dari BMT adalah bergama islam. Penyiaran ini dengan cara mengadakan pengajian umum ataupun dengan ceramah akbar yang dilakukan BMT untuk meningkatkan sistem promosi produk nya dengan jalan kebaikan. Hal ini sangat efisien dimana dengan cara tersebut dapat mengundang minat masyarakat untuk menitipkan dana nya sesuai dengan syariat islam.

Seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dan harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara dengan benar dan bijaksana kepada mitra bisnisnya.

---

<sup>19</sup>Ibid, hlm.177.

## B. BMT (*Baitu Maal Wat Tamwil*)

### 1. Definisi Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga dapat menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya. BMT merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah nonperbankan yang bersifat informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat (KSM).<sup>20</sup>

Secara konseptual BMT memiliki dua fungsi, yaitu: Satu, *bait at tamwil* (*bait* artinya rumah, *at atwil* artinya pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya).

Dua, *bait at-mal* (*bait* artinya rumah, *maal* artinya hartanya) menerima titipan dana zakat, infaq, dan sedekah serta mengoptimalkan distribusi sesuai dengan peraturan dan amanatnya.<sup>21</sup>

<sup>20</sup>A. Djazuli, Dkk., *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 183.

<sup>21</sup>M. Amin Aziz, *Pedoman Pendirian BMT (Baitul Mal Wat Tamwil)*, (Jakarta: Pinbuk Press, 2004), hlm. 1.

## 2. Landasan Hukum BMT

BMT berdasarkan Pancasila dan UUD 45 serta berlandaskan prinsip syari'ah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syari'ah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syari'ah.<sup>22</sup>

## 3. Tujuan dan Fungsi BMT

BMT bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dalam rangka pencapaian tujuan BMT berfungsi :

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota, Kelompok Usaha Anggota Muamalat (POKUSMA) daerah kerjanya.
- b. Mempertinggi kualitas SDM anggota dan POKUSMA menjadi lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh.
- c. Menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.<sup>23</sup>

BMT lahir dari regulasi pemerintah dan berbadan hukum koperasi, maka BMT harus tunduk pada undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan PP nomor 91 tahun 1995

<sup>22</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, hlm. 170.

<sup>23</sup> Baihaqi, *Pedoman Pendirian, Pembinaan dan Pengawasan*, (Jakarta: LAZNAS BMT, 2007), hlm. 9.

tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Juga dipertegas oleh KEP MEN nomor 91 tahun 2004 tentang koperasi jasa keuangan Syariah. Undang-undang tersebut sebagaipayung berdirinya BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syariah).<sup>24</sup>

#### 4. Produk Baitu Maal Wa Tamwil (BMT)

Dilihat dari fungsi pokok operasional BMT ada dua fungsi pokok dalam kaitan dengan kegiatan perekonomian masyarakat. Kedua fungsi tersebut adalah fungsi pengumpulan dana (*funding*) dan fungsi penyaluran dana (*Financing*)

##### 1. Produk pengumpulan dana (*Funding*)

Pelayanan jasa simpanan yang diselenggarakan BMT adalah bentuk simpanan terikat yang tidak atas jangka waktu dan syarat-syarat tertentu baik itu dalam penyertaan dan juga penarikannya. Berkaitan dengan itu, jenis simpanan yang dikumpulkan oleh BMT adalah sangat beragam sesuai dengan kebutuhan dan kemudahan yang dimiliki penyimpan tersebut. Jenis-jenis simpanan tersebut adalah:

- a. Simpanan Wadiah adalah titipan yang tiap waktu dapat ditarik pemilik anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindah bukuan/transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan ber akad wadiah ada dua yaitu wadiah amanah dan wadiah yadh dhomanah.

<sup>24</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori ke Praktik*. hlm 97.

- b. Simpanan Mudharabah adalah simpanan pemilik dana yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.
2. Produk penyaluran dana (*Financing*)<sup>25</sup>

BMT bukan sekedar lembaga keuangan non bank yang bersifat sosial. Namun juga sebagai bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian umat. Maka dengan itu, dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggotanya. Pinjaman dana kepada anggotanya disebut dengan pembiayaan.

Diantara pembiayaan yang sudah dikembangkan oleh BMT maupun lembaga keuangan syariah lainnya adalah :

- a. Pembiayaan modal kerja yakni pembiayaan yang ditujukan untuk pemenuhan, peningkatan produksi, dalam arti yang luas dan menyangkut semua sektor ekonomi, perdagangan dalam arti yang luas maupun penyediaan jasa.
- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli merupakan penyediaan barang modal maupun investasi untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja maupun investasi. Yang meliputi : jual beli murabahah, ba'i as salam, ba'i al ishtisna dan ijarah muntahi bit tamlik.

---

<sup>25</sup>Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, hlm. 168-171

- c. Pembiayaan dengan prinsip kerjasama (*partnership*) yakni bentuk pembiayaan kepada anggota atau nasabah BMT akan menyertakan sejumlah modal baik uang tunai maupun barang untuk meningkatkan produktivitas usaha. Atas dasar transaksi ini BMT akan bersepakat dalam nisbah bagu hasil. Setiap bagi hasil dapat diterapkan dalam bentuk pembiayaan *mudharabah* maupun *musyarakah*.

Pembiayaan dengan prinsip jasa pembiayaan ini disebut jasa karena pada prinsipnya dasar akadnya adalah *ta'awuni* atau *tabbaru'i*. Yakni akad yang tujuannya tolong menolong dalam hal kebajikan. Berbagai pengembangan dari akad *taawuni* meliputi: *al wakalah*, *al kafalah*, *al qard*, *al hawalah*, *ar rahn*, *al ijarah*, dll.

### C. Definisi Nasabah

#### 1. Pengertian Nasabah

Nasabah disini adalah debitur, yaitu anggota yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>26</sup>

Nasabah adalah anggota yang memperoleh asilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan anggota yang bersangkutan anggota yang menempatkan danannya di bank dalam

<sup>26</sup>Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*. (Jakarta; Bumi Aksara, 2005), hlm.257.

bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan anggota yang bersangkutan.<sup>27</sup>

Nasabah Sifitri adalah anggota nasabah yang menempatkan dananya di BMT dalam bentuk simpanan yang berakad wadiah yang setorannya ditentukan tiap mingguan maupun bulanan, dan simpanan ini dikembalikan secara utuh ditambah bonus berupa sembako pada saat menjelang hari raya idul fitri.

Dalam BMT Matra Pekalongan terdapat dua jenis nasabah, yaitu:

1. Calon anggota nasabah, yaitu anggota yang jumlah simpanan pokoknya belum ada Rp. 40.000.000,00.
2. Anggota nasabah, yaitu anggota yang jumlah simpanan pokoknya sudah melebihi Rp. 40.000.000,00.<sup>28</sup>

Minat anggota adalah sumber motivasi yang mendorong seorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat anggota adalah motivasi anggota untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.

---

<sup>27</sup>Heri Sudarsono dan Priyonggo Suseno, *Istilah-istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm.97.

<sup>28</sup>Dokumentasi BMT Matra Pekalongan, diambil tanggal 13 Mei 2018.

#### D. WADI'AH

Dalam tradisi fiqh islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *wadiah*. *Wadiah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Prinsip ini di terapkan oleh lembaga keuangan mikro syariah dalam produk nya berupa tabungan wadiah yang bermacam macam di setiap lembaga mikro syariah seperti di BMT maupun di koperasi syariah.

##### 1. Pengertian Wadi'ah

Barang titipan dikenal dalam bahasa fiqh dengan al-wadi'ah, menurut bahasa al-wadi'ah adalah sesuatu yang ditempatkan bukan pada pemiliknya supaya dijaga ( *Ma wadi'a 'inda Ghair Malikhi Layahfadzahu* ), berarti bahwa al-wadi'ah ialah memberikan.<sup>29</sup>Wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak kepihak lain,baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya.<sup>30</sup>

dalam tradisi fiqh islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *al-wadiah* . *Al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan

<sup>29</sup>H.Hendi Suhendi,*Fiqh Muamalah*,(Jakarta;Rajawali Pers ,2010),hlm.183.

<sup>30</sup>Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*,(Jakarta ;PT Grasindo,2005),hlm20.

hukum , yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.<sup>31</sup>

Menurut ulama Mazhab Hanafi mendefinisikan *Wadi'ah* dengan, “mengikutsertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun melalui isyarat”. Menurut Mazhab Malik, Mazhab Syafi'i, dan Mazhab Hanbali (Jumhur Ulama), Mendefinisikan *Wadi'ah* dengan, “Mewakikan orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu. Al-Wadi'ah atau dikenal dengan nama titipan atau simpanan , merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perseorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila si penitip menghendaki.<sup>32</sup>

Menurut Rifqi Muhammad, Wadi'ah dapat diartikan sebagai meninggalkan atau meletakkan sesuatu pada orang lain untuk dipelihara dan dijaga. Dari aspek murni, Wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sicpenitip kehendaki.<sup>33</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Wa-diah* adalah suatu bentuk titipan atau simpanan murni antara satu pihak ke pihak lain baik perseorangan maupun badan

<sup>31</sup>Dr. Muhammad Syafi'i Antonio, M. Ec. *Bank Syariah; Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta;Gema Insani 2001), hlm.85.

<sup>32</sup>*Ibid.* hlm. 57.

<sup>33</sup>Rifqi Muhammad, *Akutansi Keuangan Syariah*, (Yogyakarta;P3EI Press,2008), hlm .395.

hukum yang harus dijaga dan dikembalikan jika si penitip menghendakinya.

1) Landasan Hukum Syariah

a. Al-Quran

1) Q.S Al- Baqarah 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا  
فَالْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكُونُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْثُفْهَا  
فَأِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ

Artinya :Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapat seorang penulis, Maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>34</sup>

<sup>34</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syaamil Qur'an, 2012, hlm. 49.

## 2) Q.S Annisa 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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 SWT maha penyayang kepada mu.*<sup>35</sup>

## b. Dalil Al-Hadits Tentang Wadi‘ah

Dari Abu Hurairah, diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW

bersabda :

مَنْ أَوْدَعَ وَدِيعَةً فَلَا ضَمَانَ عَلَيْهِ (رواه الدارقطني)

“Siapa saja yang dititipi, ia tidak berkewajiban menjamin

(HR.Daruquthni)”

Dari Ibnu Umar berkata , bahwasannya Rasulullah SAW telah

Bersabda:

لَا ضَمَانَ عَلَى مُؤْتَمَنٍ (رواه البيهقي)

“Tidak ada kewajiban menjamin untuk orang yang diberi amanat”

(HR. Al-Baihaqi).<sup>36</sup>

## 2) Fatwa DSN tentang Akad Wadi‘ah

<sup>35</sup>Ibid.hlm. 83.

<sup>36</sup>Wardani *Ayat –Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, Cet ke-2, 2012, hlm 195.

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional yang mengatur tentang akad wadi'ah terdapat pada Fatwa DSN No:02/DSNMUI/IV/2000 tentang tabungan, sebagai berikut:

- a. Bersifat simpanan,
- b. Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan,
- c. Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian (athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Jadi tabungan/simpanan wadi'ah merupakan tabungan yang dapat ditarik setiap saat.<sup>37</sup>

### 3) Jenis-jenis Wadi'ah

#### a. Wadi'ah yad al-amanah

*Wadi'ah yad al-amanah* adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kehilangan/kerusakan barang/uang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan.<sup>38</sup>

#### b. Wadi'ah yad adh-dhomanah

*Wadi'ah yad adh-dhomanah* adalah titipan yang mana pihak penyimpan telah memperoleh izin dari pihak nasabah untuk mempergunakan barang/aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak

<sup>37</sup>Rifqi Muhammad, *Op.Cit*, hlm.396 15 *Op.Cit*. hlm.397

<sup>38</sup> Sunarto Zulkifli, *PANDUAN PRAKTIS TRANSAKSI PERBANKAN SYARIAH*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), hlm.34

penyimpan akan mengembalikan barang/aset yang dititipkan secara utuh pada saat penyimpan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran syari'at Islam agar aset selalu diusahakan untuk tujuan produktif (tidak *idle* atau didiamkan saja). Dan dalam prinsip ini, penyimpan boleh mencampur aset nasabah dengan aset penyimpan atau aset nasabah yang lain yang digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan barang/aset yang dititipkan dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul.

#### 4) Rukun dan Syarat *Wadiah*

Rukun *wadiah* ialah:

- 1) Pihak yang berakad:
  - Penitip (*muwaddi'*)
  - Penerima titipan (*wadi'*)
- 2) Obyek yang diakadkan:
  - Barang yang dititipkan (*wadiah*)
- 3) Zighot:
  - Serah (*ijab*)
  - Terima (*qobul*)

Sedangkan syarat *wadiah* ialah:

- 1) Pihak yang berakad:
  - Cakap hukum

- Sukarela (*ridha*), tidak dalam keadaan dipaksa atau terpaksa dibawah tekanan.

2) Obyek yang diakadkan:

- Merupakan milik mutlak si penitip (*muwaddi'*).

3) Zighot (*ijab* dan *qabul*):

- Jelas apa yang dititipkan
- Tidak mengandung persyaratan-persyaratan lain.<sup>39</sup>

5) Batasan-batasan dalam Menjaga Wadi'ah (Titipan)

Standar batasan-batasan dalam menjaga barang titipan biasanya disesuaikan dengan jenis akadnya dan sebelum akad diikrarkan batasan-batasan ini harus diperjelas seperti *al-wadi'ah bi gharihi al-ajr* (wadi'ah tanpa jasa) yaitu wadi'ah tidak bertanggung jawab terhadap kerusakan barang yang bukan karena kelalaiannya dan harus menjaga barang tersebut sebagaimana barangnya sendiri. *Al-wadi'ah bi'ajr* (wadi'ah dengan jasa) ialah wadi'ah hanya menjaga barang titipan sesuai dengan yang diperjanjikan tanpa harus melakukan seperti halnya tradisi masyarakat.

Kecerobohan/ kelalaian (*taqshir*) dari pihak penerima titipan itu bisa terjadi dan sering terjadi. Adapun kelalaian itu banyak ragamnya namun yang bisa terjadi ialah menjaga titipan tidak sesuai dengan yang diamanahkan maka wadi'ah harus bertanggung jawab terhadap segala kerusakan barang titipan. Kesalahan yang lain membawa barang

<sup>39</sup> <http://pengertiandefenisi.blogspot.com/.../syarat-dan-rukun-dari-al-wadi'ah...> ,diambil pada tanggal 4 Mei 2017, pada puku 09.00 WIB.

titipan bepergian (safar) tanpa ada sebelumnya pembelian dari *mudi'*, maka wadi'ah harus bertanggung jawab atas kehilangan barang tersebut.<sup>40</sup>

6) Aplikasi dalam Perbankan

Keynes mengemukakan bahwa orang membutuhkan uang karena : transaksi, cadangan dan investasi, sehingga perbankan menyesuaikan dengan giro, deposito dan tabungan. Sementara itu pada bank syari'ah dalam penghimpunan dananya selain bersumber dai modal dasar juga melalui poduk tunggal yaitu wadi"ah (tabungan) namun dalam prakteknya setiap bank berbeda, ada yang seperti giro ada yang seperti deposito. Dilihat dari sumber modal yang terbesar selain modal dasar wadi'ah dapat dibagi kedalam, *wadi"ah jariyah/ tahta thalab* dan *wadi"ah iddikhariyah/ Al-taufir* keduanya termasuk kedalam titipan yang sifatnya biasa.

Sesuai dengan pembagian wadi'ah, maka wadi"ah yad al-amanah, pihak yang menerima titipan tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan, tetapi harus benar-benar menjaganya sesuai kelaziman. Pihak penerima titipan dapat membebankan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan. Dengan demikian si penitip tidak akan mendapatkan keuntungan dari titipannya, bahkan dia dibebankan memberikan biaya penitip, sebagai jasa bagi pihak perbankan.

---

<sup>40</sup>*Ibid* hal.55.

Adapun wadi'ah dalam bentuk yad adh-dhamanah pihak bank dapat memanfaatkan dengan menggunakan titipan tersebut, sehingga semua keuntungan yang dihasilkan dari dana titipan tersebut menjadi milik bank.

(demikian juga bank adalah penanggung seluruh kemungkinan kerugian). Sebagai imbalan bagi si penitip, akan mendapatkan jaminan keamanan terhadap titipannya. Tapi walaupun demikian pihak penerima titipan yang telah menggunakan barang titipan tersebut, tidak dilarang untuk memberikan semacam insentif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlahnya tidak ditetapkan dalam nominal presentasi secara advance.

Hal ini sesuai dengan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) No. 01/DSN MUI/IV/2000, yang mengatakan bahwa ketentuan umum giro berdasarkan wadi'ah ialah:

1. Bersifat titipan,
2. Titipan bisa diambil kapan saja (*on call*), dan
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athiya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

7) Ketentuan Umum Akad Wadi'ah

- a. Bersifat simpanan
- b. Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.

- c. Tidak ada imbalan yang disyaratkan , kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.<sup>41</sup>

## E. Tabungan Wadi'ah

### 1. Pengertian Tabungan Wadi'ah

Tabungan *wadi'ah* yaitu produk yang bersumber dari nasabah yang sering disebut dana titipan pihak ketiga (DPK) dalam bentuk tabungan.<sup>42</sup> Adapun praktik produk tabungan dengan akad *wadi'ah* dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Rekening dapat dimiliki oleh perorangan, bersama (dua orang atau lebih), organisasi yang tidak berbadan hukum, perwalian, serta rekening jaminan.
- b. Jumlah setoran awal dan saldo minimal per bulan disesuaikan dengan kebijakan bank.
- c. Dana tabungan dapat diambil sesuai dengan permintaan nasabah (on call) tanpa batasan waktu, dan setiap transaksi tercatat dalam buku tabungan.
- d. Nasabah mendapatkan imbalan (bonus) dari pihak bank, sebagai konsekuensi dananya diperdayakan oleh bank.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> wahbah Az-Zuhaili, Fiqih Islam 5, Jakarta: Gema Isnaini, hlm. 557, 2011.

<sup>42</sup> Ahmad Dahlan, Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 137.

<sup>43</sup> Ahmad Dahlan, Op., Cit, hlm. 138.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM BMT MATRA PEKALONGAN

#### A. BMT Matra Pekalongan

##### 1. Sejarah BMT Matra Pekalongan

BMT merupakan salah satu hasil perubahan tatanan sistem lembaga keuangan syariah, sejak ditetapkannya Undang-undang Nomer 7 tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian dikukuhkan dengan Undang-Undang Nomer 10 tahun 1998. Menyangkut tatanan sistem kelembagaan keuangan di Indonesia yang mengalami perubahan secara mendasar disamping ada sistem lembaga keuangan syariah lain seperti BPR syariah, Asuransi Takaful, *Leasing (ijarah)*, Pegadaian syariah (*Rahn*) dan lain-lain. Disisi peranan akad sistem lembaga keuangan atau yang lebih khusus lagi disebut sebagai aturan yang menyangkut aspek keuangan dalam sistem mekanisme keuangan suatu negara, telah dijadikan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa.

Penduduk Indonesia yang sebagian besar beragama Islam dan mereka menggantungkan hidupnya pada sektor informal. Usaha ekonomi yang mereka lakukan tidak lebih dari sekedar untuk bertahan hidup. Keinginan untuk mengembangkan usaha terhambat karena keadaan. Permodalan yang memprihatinkan, kebutuhan modal yang mendesak mendorong mereka untuk mendapatkannya dengan cara mencari pinjaman dari pihak lain.

Maraknya lembaga keuangan atau usaha jasa keuangan bank yang bersifat formal maupun informal ternyata belum menjawab inti permasalahan pokok yang dihadapi pengusaha kecil tersebut. Naslah prosedural yang rumit pada lembaga keuangan formal dalam hal ini lembaga keuangan bank mendorong mereka untuk mencari pinjaman rentenir yang prosedurnya mudah dan cepat sehingga pada akhirnya mereka terjerat riba yang haram hukumnya bagi orang islam.

Dari fenomena tersebut muncul kepedulian keluarga besar PII kota Pekalongan ikut berperan serta membantu para pengusaha dan mendorong pedagang kecil agar memperoleh kemudahan mendapatkan dana pinjaman dengan prinsip syari'ah yaitu dengan mendirikan BMT MATRA. BMT MATRA didirikan pada tanggal 12 juli 2004, yang merupakan unit simpan pinjam dari Badan hukum Koperasi Serba Usaha (KSU) Matra pekalongan.

#### Dasar Hukum dan pendirian BMT MATRA

Berdasarkan hukum koperasi Nomer: 180/ 132/ 2004 sebagai wadahnya BMT MATRA pada awalnya pendirian bermodalkan Rp. 32.500.000 dan pada enam bulan kemudian sudah bisa mencapai Break Event Point (BEP) sehingga Laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) yang pertama tahun buku 2005 sudah bisa memperoleh laba dan assetnya naik hampir dua puluh kali lipat.

Tokoh-tokoh koperasi dari Pekalongan yang mendirikan dan ikut mengembangkan BMT MATRA kota Pekalongan antara lain :

- 1) H. Noor Basha Djunaid
- 2) H. Nasrullah Aziz
- 3) H. Taufik Karim
- 4) H. Alf Arslan Djunaid, SE
- 5) H. M. Andi Arslan Djuaid, SE
- 6) M. Nur Setiawan, SE
- 7) Ir. M. Rofiqur Rusdi

## 2. Visi, Misi, dan Motto BMT MATRA Pekalongan

Agar kegiatan BMT MATRA Pekalongan tetap berorientasi pada tujuan yang telah ditentukan, maka BMT MATRA selalu berpegang teguh pada visi, misi, dan motto yang berkesinambungan.

### a. Visi

“Terwujudnya Gerakan Pemberdayaan Pengusaha Kecil/ UKM berdasarkan prinsip Syari’at Islam”.

### b. Misi

“Menyelenggarakan Pemberdayaan Pengusaha Kecil/ UKM”.

### c. Motto

“Membangun Usaha Bersama”.<sup>1</sup>

## 3. Struktur Organisasi BMT MATRA Pekalongan

- 1) Struktur organisasi di BMT Matra Pekalongan sebagai berikut :

---

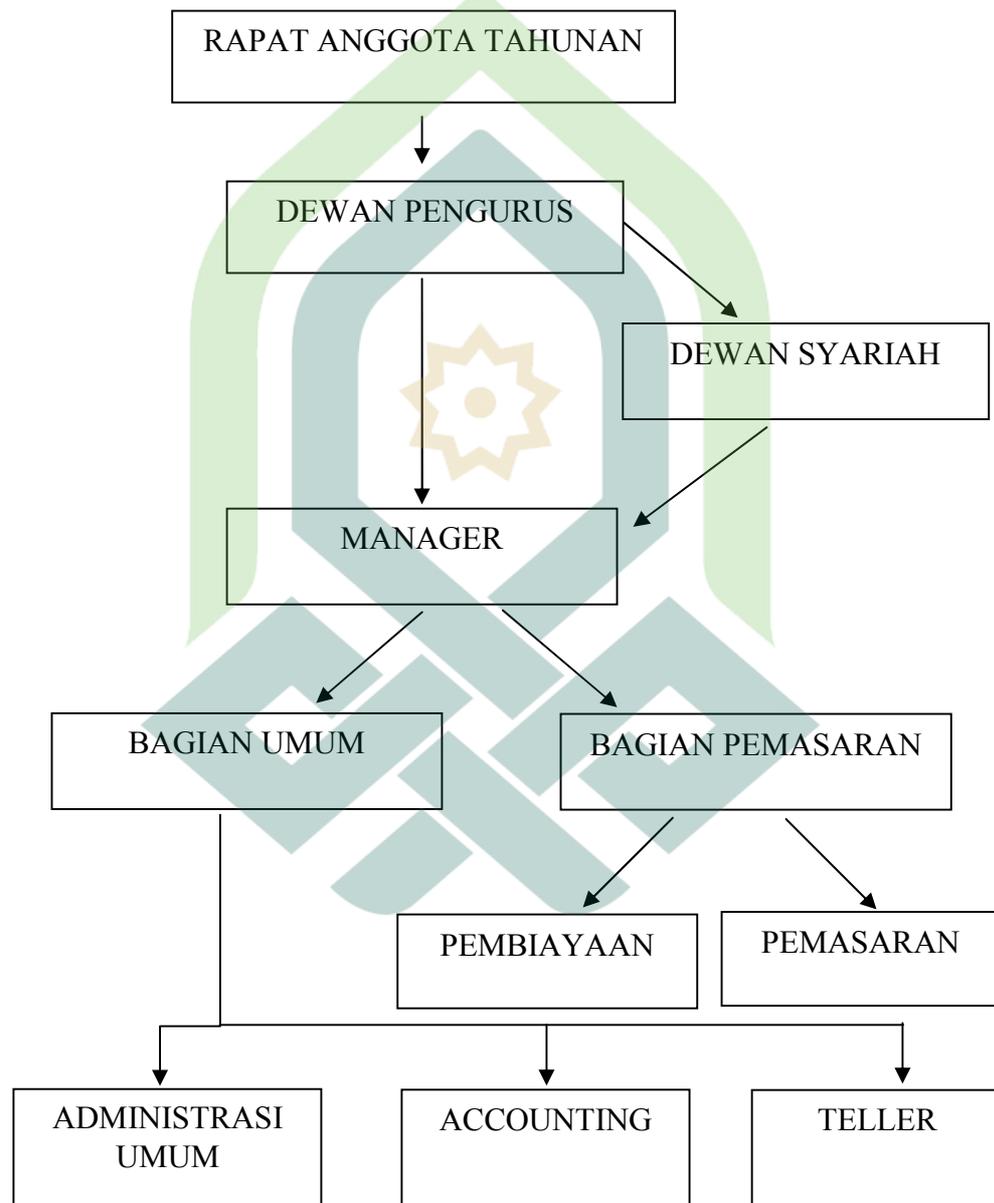
<sup>1</sup> Modul Manajemen BMT Matra Pekalongan

- a. Dewan Pengawas Syariah : Ky. M. Mujib Hidayat  
: H. Ibnu Hajar
- b. Pengurus
- Ketua : M. Nur Setiawan, S.E
- Sekretaris : Ir. M. Rofiqur Rusdi
- Bendahara : M. Alf Arslan Junaid, S.E
- c. Pengelola
- Manager : Mustain S.E
- Kabag. Pembiayaan : Dadang Miftakhudin S.E
- Sekretaris Pembiayaan : Misrokha AMd
- Marketing Pembiayaan : Ifan Basroh  
: M. Nahdi Zamzami S.E  
: Agung Bintoro S.E  
: Eli Sofiana
- Kabag. Pendanaan : Heni Sulistyowati
- Marketing Pendanaan : Khaerul Anwar  
: Galih Eko Wibowo  
: M. Zacky Verdana H. A.md
- Administrasi : Ida Karimah S.E
- Accounting : Mardela Nurul B. S.E
- Teller : Kurnia Wahyuningtyas S.E  
: Muthoharoh AMd  
: Novitasari

: Irvayanti  
 Security : Bambang  
 Office Boy : Shokhibul Umam

Gambar 1.1

Struktur Organisasi BMT MATRA Pekalongan



Sumber : Dokumentasi BMT Matra Pekalongan

## 2) Jobs Description BMT MATRA Pekalongan <sup>2</sup>

- a. Rapat Anggota Tahunan bertugas:
  - a) Forum atau pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi
  - b) Forum pertanggung jawaban dan evaluasi kinerja pengurus selama tahun buku berjalan.
  - c) Forum penghentian dan pemilihan pengurus dan badan pengawas.
  - d) Forum pengawasan rencana kerja (*Action Plan*) dan Rencana Anggaran pendapatan dan Belanja.
- b. Badan Pengurus, bertugas :
  - a) Menyusun kebijakan umum.
  - b) Menyelenggarakan RAT.
  - c) Mengawasi kegiatan di BMT sehingga sesuai dengan tujuan.
  - d) Mengawasi kegiatan dalam hal persetujuan pembiayaan dalam jumlah tertentu.
  - e) Mengawasi tugas general manager (pengelola).
- c. Dewan Syariah, bertugas :
  - a) Menelaah apakah peraturan yang berlaku di BMT MATRA sesuai dengan hukum syariah yang berlaku.

---

<sup>2</sup> Dokumentasi BMT Matra Pekalongan tanggal 17 mei 2018

- b) Menelaah apakah produk-produk dan jasa di BMT MATRA sesuai dengan hukum syariah.
- c) Menelaah perilaku jajaran manajemen dan karyawan menyangkut manipulasi, kecurangan dan melanggar kepatuhan.

d. Manager, bertugas :

- a) Memimpin dan mengarahkan kegiatan yang dilakukan setiap hari.
- b) Membuat rencana kerja secara periodik yang meliputi rencana pemasaran, rencana keuangan, rencana biaya operasi dan rencana pembiayaan.
- c) Membuat laporan secara periodik kepada dewan pengawas atau dewan pendiri berupa laporan dana, laporan keuangan dan laporan pembiayaan.

e. Bagian Accounting, bertugas :

- a) Membuat neraca harian secara rutin.
- b) Membuat jurnal buku besar.
- c) Menyusun neraca percobaan.
- d) Melakukan perhitungan bagi hasil kreditur dan debitur
- e) Menyusun laporan keuangan secara periodik

f. Teller, bertugas :

- a) Melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan yang bersifat tunai sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- b) Menandatangani serta mengecek formulir-formulir serta slip setoran dari nasabah.
  - c) Bertanggung jawab atas ketepatan dalam menghitung uang baik pada saat pembayaran maupun penerimaan uang.
  - d) Membuat laporan kas harian.
  - e) Mengelola kas kecil.
  - f) Mengecek slip setoran dan pengeluaran sesuai dengan jumlah pada buku mutasi teller.
  - g) Setiap akhir jam kerja, menghitung saldo kas yang ada dan menerima pemeriksaan dari manajer.
  - h) Mengecek jumlah fisik uang sesuai dengan saldo akhir kas.
- g. Bagian Pembiayaan, bertugas :
- a) Menyusun rencana pembiayaan.
  - b) Melakukan analisa pembiayaan.
  - c) Mengajukan persetujuan pembiayaan kepada komite
  - d) Melakukan pembinaan nasabah atau anggota.
  - e) Membuat laporan perkembangan pembiayaan.
  - f) Melakukan administrasi pembiayaan.
- h. Bagian Pemasaran, bertugas :
- a) Mengelola, merencanakan, dan mengawasi aktivitas kantor serta kualitas pembiayaan untuk mempromosikan pendapatan kantor.

- b) Memasarkan produk-produk yang ditawarkan BMT baik produk berupa funding maupun produk lending.<sup>3</sup>

#### 4. Produk-produk BMT MATRA Pekalongan

##### 1) Produk *Funding* (Simpanan)

###### a. SIMAS (Simpanan Masa Depan)

SIMAS merupakan produk simpanan yang jumlah setorannya tidak ditentukan. Simpanan ini dapat diambil sewaktu-waktu dan minimal setoran awal adalah Rp. 20.000,-

###### b. SIFITRI (Simpanan Idul Fitri)

SIFITRI merupakan produk simpanan yang jumlah setorannya ditentukan tiap mingguan maupun bulanan. Simpanan ini dikembalikan secara utuh ditambah bonus berupa sembako pada saat menjelang hari raya idul fitri. Untuk saat ini besar setoran SIFITRI perminggunya adalah sebesar Rp. 40.000,- , jumlah tersebut bisa berubah tiap tahunnya sesuai dengan kebijakan BMT MATRA Pekalongan.

###### c. SIADHA (Simpanan Idul Adha)

SIADHA merupakan simpanan yang jumlah setorannya ditentukan tiap bulanan maupun mingguan. Simpanan ini dikembalikan menjelang hari raya idul adha.

---

<sup>3</sup> Modul Manajemen BMT Matra Pekalongan

d. SIMPEL (Simpanan Pelajar)

SIMPEL adalah simpanan yang dikhususkan bagi para pelajar. Jumlah setoran simpanan ini tidak ditentukan dan bisa diambil sewaktu- sewaktu atau biasanya sesuai kesepakatan dari pihak sekolah dengan BMT MATRA yaitu pada akhir semester. Setoran awal simpanan ini minimal Rp.10.000 ,-

e. MARISA (MATRA Arisan)

MARISA merupakan simpanan dengan sistem arisan yang setorannya ditentukan tiap bulan. Setiap bulan akan diundi pemenang hadiah baik berupa uang maupun hiburan. Selain itu, pada akhir periode juga akan dilakukan pengundian hadiah.

f. TAWIS (Tabungan Wisata)

TAWIS Merupakan simpanan yang setorannya ditentukan dalam jangka waktu tertentu yang nantinya akan digunakan untuk wisata bersama dengan tujuan ditentukan diawal periode pembukaan tabungan.

g. TAHAJI (Tabungan Haji)

TAHAJI Merupakan tabungan dengan jumlah setoran tertentu yang digunakan untuk biaya keberangkatan haji.

h. Deposito (Simpanan Mudharabah Berjangka)

Deposito merupakan simpanan yang hanya bisa diambil pada saat jangka waktu yang ditentukan telah jatuh tempo.

Jangka waktu simpanan ini yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan dan 12 bulan.<sup>4</sup>

## 2) Produk *Financing* (Pembiayaan)

### a. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan untuk modal kerja bagi usaha produktif. Modal kerja tersebut secara keseluruhan disediakan oleh BMT MATRA Kota Pekalongan dengan menggunakan sistem bagi hasil.

### b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah pembiayaan untuk modal kerja bagi usaha produktif dimana modal kerja tersebut hanya sebagian disediakan oleh BMT MATRA Kota Pekalongan dan sebagian berasal dari nasabah itu sendiri.

### c. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan produktif maupun konsumtif dalam bentuk pembelian barang. Pembayaran pembiayaan ini dilakukan secara sekaligus pada saat jatuh tempo. Pada saat berjalannya masa pembiayaan yang dibayarkan hanya bagi hasil saja.

---

<sup>4</sup> Brosur BMT Matra Pekalongan

d. Pembiayaan Bai'u Bithaman Ajil

Pembiayaan ini adalah pembiayaan produktif maupun konsumtif dalam bentuk pembelian barang. Pembayaran pembiayaan ini dilakukan secara berangsur.

e. Pembiayaan Qordhul Hasan

Pembiayaan ini adalah pembiayaan lunak untuk modal usaha produktif. Pembayaran pembiayaan ini hanya sebesar pokok pinjaman saja karena tidak dikenakan sistem bagi hasil.

f. Pembiayaan Al Ijarah

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan dengan sistem beli barang atau leasing.

g. Pembiayaan Wakalah

Merupakan proses perwalian/ Perwakilan. Artinya BMT Matra bekerja untuk mewakili nasabah dalam melakukan suatu, artinya BMT Matra mewakili nasabah untuk membeli sesuatu.<sup>5</sup>

## 5. Manajemen Penyaluran Pembiayaan

Pembiayaan atau yang sering dikenal orang dengan kredit adalah salah satu tombak yang menjadi tumpuan salah satu lembaga keuangan dalam mengembangkan usahanya. Adapun manfaat produk pembiayaan adalah meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangga, anggota dan nasabah sebagai bekal beribadah kepada Allah SWT. Sehingga mampu meningkatkan ketaqwaan dan amal sholeh dalam

---

<sup>5</sup> Company Profile BMT Matra Pekalogan.

kehidupan sehari-hari. Sedangkan sasaran pembiayaan diarahkan kepada semua sektor ekonomi yang memungkinkan untuk dibiayai seperti, pedagang pasar, pedagang batik, tenun ATBM, pertanian, home industri dan bidang jasa.

Proses pembiayaan di BMT MATRA :

1) Prosedur pengajuan permohonan pembiayaan.

Prosedur permohonan

- a. Pengisian formulir
- b. Calon nasabah diharapkan datang sendiri.
- c. Menyertakan fotocopy KTP permohonan disertai surat persetujuan suami/istri.
- d. Menyerahkan fotocopy KK (kartu keluarga)
- e. Menyertakan fotocopy agunan :
  - a) Sertifikat ( foto copy dan BPKB )
  - b) BPKB ( foto copy BPKB, STNK, disertai faktur).<sup>6</sup>

2) Syarat Pembiayaan

- a. Kelengkapan data administrasi calon nasabah pembiayaan
- b. Pengikatan jaminan
- c. Tanda tangan akad pembiayaan oleh calon nasabah pembiayaan
- d. Validasi manager pembiayaan untuk pencairan dana ke teller.<sup>7</sup>

3) Flow chart pencairan pembiayaan

Jaminan Pembiayaan :

<sup>6</sup> Brosur BMT Matra Pekalongan

<sup>7</sup> Brosur BMT Matra Pekalongan

- a. Pembiayaan diatas Rp. 500.000,- harus menggunakan jaminan
- b. Harga transaksi jaminan 70% dari harga pasaran / NJOP (Nilai Jual Objek Pajak) atau kendaraan/mobil.

Kelengkapan jaminan :

- a. BPKB Kendaraan harus disertai :
  - a) Foto copy BPKB dan STNK yang dijaminan 2 lembar.
  - b) No. Polisi diharuskan dalam wilayah karisidenan pekalongan.
  - c) Faktur boleh tidak ada dalam keadaan diyakini benar-benar hilang.
  - d) Surat kuasa menjual (dibuat oleh pihak BMT MATRA).
  - e) Tahun pembuatan kendaraan yang dijaminan diutamakan diatas tahun 2009 (untuk sepeda motor) dan diatas 2000 (untuk mobil).
- b. Sertifikat Hak Milik :
  - a) Foto copy sertifikat serta foto copy KTP pemegang hak.
  - b) Lokasi jaminan berdasarkan pembatasan area pembiayaan.
  - c) Surat kuasa menjaminkan dari pemegang.<sup>8</sup>

Pengikatan Notariil :

Untuk keamanan jaminan dan pengikatan pembiayaan, pada plafon tertentu harus dengan notariil.

---

<sup>8</sup> Modul Manajemen BMT Matra Pekalongan

- a. Pembiayaan 0 sampai 2 juta hanya diikat dengan surat kuasa menjual (sertifikat / BPKB) Non notariil.
- b. Pembiayaan 2 juta sampai dengan 5 juta diikat dengan *wearmaking*.
- c. Pembiayaan antara 5 sampai dengan 10 juta
  - a) Sertifikat dengan menggunakan SKMHT atau APHT jika dianggap perlu.
  - b) BPKB menggunakan pengikatan fidusia.
- d. Pembiayaan > 10 sampai dengan 50 juta
  - a) Sertifikat dengan menggunakan SKMHT atau APHT bila perlu dilengkapi dengan kuasa menjual notariil.
  - b) BPKB menggunakan pengikatan fidusia dan disertai dengan kuasa menjual notariil.
- e. Pembiayaan > 50 juta
  - a) Sertifikat menggunakan APHT dan kuasa menjual notariil.
  - b) BPKB menggunakan fidusia dan disertai dengan surat kuasa menjual notariil.

Jangka Waktu Pembiayaan :

- a. Untuk pembiayaan dibawah Rp.1.000.000,- jangka waktu maksimal 1 (satu) tahun.
- b. Untuk pembiayaan modal diatas Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000,- jangka waktu maksimal 24 bulan.

- c. Untuk pembiayaan modal kerja ( mudharabah, musyarakah, dan murabahah) jangka waktu 3 bulanan atau kurang dari 3 bulan.
- d. Untuk pembiayaan investasi (bai bitsaman ajil, al ijarah) senilai diatas Rp.10.000.000,- jangka waktu pembiayaan maksimal 3 tahun.
- e. Untuk akad ulang pembiayaan hanya diperkenankan pannung maksimum 1 kali, apabila sampai 2 kali sudah dikategorikan pembiayaan bermasalah.<sup>9</sup>

Biaya Administrasi :

Setiap pembiayaan yang diberikan biaya administrasi, notaries, dan asuransi kredit dari plafon pembiayaan yang diatur dengan SK Direktur BMT MATRA.<sup>10</sup>

- a. Besarnya bagi hasil berdasarkan hasil analisis usaha dan margin setara dengan minimal 2% perbulan.
- b. Jangka waktu pembiayaan ditetapkan berdasarkan perhitungan kemampuan angsuran calon nasabah atau nasabah dengan batasan waktu diatur dalam SK Direktur.`
- c. Besarnya angsuran bulanan sesuai dengan jenis dan volume usaha calon nasabah.

## 6. Manajemen Keuangan

Pertumbuhan setiap lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana dari masyarakat,

<sup>9</sup> Modul Manajemen BMT Matra Pekalongan

<sup>10</sup> Riska Handayani, Karyawan BMT Matra Wawancara Pribadi. (Pekalongan 13. Mei 2018). 11.00 WIB

dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan maka dana merupakan hal yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, BMT tidak dapat beroperasi dengan baik, karena dana merupakan asset dan likuiditas bagi BMT. <sup>11</sup>

Secara umum sumber dana BMT MATRA dapat dikelompokkan berdasarkan rekening di neraca sebagai berikut :

1) SIMPANAN

Simpanan di BMT secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi :

- a. Simpanan mudharabah
- b. Simpanan mudharabah berjangka
- c. Simpanan wadiah

2) PINJAMAN

Pinjaman dapat berasal dari :

- a. Pinjaman Bank
- b. Pinjaman BUMN
- c. Pinjaman dari pihak lain

3) MODAL

Modal BMT berasal dari :

- a. Simpanan pokok
- b. Simpanan wajib
- c. Donasi
- d. Penyertaan modal

---

<sup>11</sup> Modul Manajemen BMT Matra Pekalongan

- e. Dana yang tidak mengikat dan halal <sup>12</sup>

Alokasi dana BMT merupakan upaya menggunakan dana BMT untuk keperluan operasional yang dapat mengakibatkan berkembangnya BMT. Pengalokasian dana BMT selalu berorientasi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota. Jenis-jenis penggunaan dana BMT dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- 1) Penggunaan yang bersifat produktif
  - a. Untuk pembiayaan kepada anggota, masyarakat, dan BMT lain
  - b. Untuk investasi pada Bank Syari'ah dan puskopsyah
- 2) Penggunaan yang bersifat tidak produktif
  - a. Biaya-biaya operasional BMT
  - b. Pembelian atau pengadaan inventaris
- 3) Penggunaan dana pembinaan kelompok dan lingkungan
  - a. Dana pelatihan dan pendampingan kelompok dan lingkungan
  - b. Dana sosial

Dalam pengalokasian dana, BMT akan memperoleh pendapatan atau keuntungan. Pendapatan tersebut digunakan untuk menutup biaya-biaya yang timbul akibat kegiatan operasional BMT selama satu tahun, seperti biaya gaji, biaya listrik, biaya telepon, dan lain-lain. Pada akhir tahun, setelah memperhitungkan berbagai macam biaya dan ternyata berdasarkan perhitungan itu masih terdapat keuntungan, maka keuntungan tersebut disebut dengan SHU (Simpanan Hasil Usaha). SHU merupakan

---

<sup>12</sup> Modul Manajemen BMT Matra Pekalongan

pendapatan BMT yang diperoleh dalam satu tahun buku dikurangi dengan biaya, penyusutan, dan kewajiban lainnya termasuk pajak dalam tahun buku yang bersangkutan. Sebagian dari SHU tersebut akan disimpan untuk dana cadangan yang akan digunakan apabila terjadi kerugian yang dialami BMT. Selain untuk dana cadangan, SHU tersebut akan dibagikan kepada karyawan BMT sesuai dengan jasa yang telah dilakukan oleh masing-masing karyawan. SHU juga digunakan untuk keperluan pendidikan perkoprasian dan keperluan dari BMT, Sesuai dengan keputusan Rapat Anggota.<sup>13</sup>

#### **B. Produk Simpanan Idul Fitri (SIFITRI)**

BMT Matra Pekalongan merupakan lembaga keuangan syariah yang menggunakan akad *wadiah* (titipan) pada produk tabungannya. Salah satu produk tabungannya yang menggunakan akad *wadiah* adalah produk tabungan SIFITRI. produk SIFITRI di launching pada tahun 2004, pemberian bonus SIFITRI sendiri diberikan oleh BMT untuk menarik minat nasabah menjadi anggota SIFITRI dan juga sebagai ungkapan terimakasih BMT atas penitipan dana para anggota untuk kemudian dananya dimanfaatkan BMT.

SIFITRI itu sendiri merupakan produk terpopuler yang dimiliki BMT Matra pekalongan. Hal ini terbukti salah satunya adalah banyaknya jumlah anggota SIFITRI yang mencapai 9000an nasabah. Produk SIFITRI menjadi populer dan menarik karena produk tersebut simpanan pokoknya

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan saudara Mustain S.E selaku Manajer BMT Matra Pekalongan, Jum'at, 05 Mei 2018, Pukul 01.30

dikembalikan secara utuh tanpa potongan, setorannya ringan per Minggu minimal Rp 40.000,- ditambah lagi produk tersebut akan memperoleh bonus tergantung kebijakan BMT Matra Pekalongan. Nisbah antara 30% untuk anggota dan 70% untuk BMT.

Selain itu produk SIFITRI juga merupakan produk unggulan yang paling banyak diminati masyarakat dibanding produk-produk lainnya.<sup>14</sup>

Munculnya sebuah minat pada sebuah produk yang di ciptakan bukan karena hal kebetulan, pemrosesan sebuah minatpun harus dipersiapkan dan dilakukan jika ingin membuat produk yang akan di pasarkan. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam memunculkan minat, aspek aspek uji sebuah kelayakan bisnis harus di lakukan.

Adapun aspek aspek uji kelayakan bisnis untuk memunculkan minat nasabah terhadap tabungan Sifitri antara lain:

1. Aspek pemasaran dan pasar, Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap adanya pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Dokumentasi BMT Matra Pekalongan, diambil tanggal 13 Mei 2018

<sup>15</sup> Kasmir & Jakfar, "Studi Kelayakan Bisnis" edisi 2 (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), hal 43.

2. Aspek manajemen, Menurut Kasmir dan Jakfar (2003:245), untuk keperluan studi kelayakan bisnis yang perlu dianalisis adalah bagaimana fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan diterapkan secara benar.
3. Aspek lingkungan, Pembangunan suatu usaha tentu akan memberikan dampak bagi lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Analisis aspek lingkungan diperlukan untuk menganalisis dampak tersebut. Menganalisis aspek lingkungan yang perlu diperhatikan adalah bagaimana pengaruh keberadaan bisnis terhadap lingkungan sekitar.<sup>16</sup>
4. Aspek produk, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>17</sup> Produk merupakan aspek penting untuk memunculkan minat. Dengan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Potensi munculnya minat akan semakin besar.

Keberadaan BMT Matra yang terletak di kawasan padat penduduk dan dekat dengan pasar mejadi salah satu aspek munculnya minat nasabah akan produk nya. Aspek lain yang mempengaruhi munculnya minat tabungan Sifitri di BMT Matra juga di pengaruhi oleh produk yang di buat, pelayanan yang di berikan dan kepuasan bonus atau bagi hasil yang

---

<sup>16</sup>Kasmir & Jakfar, "Studi Kelayakan Bisnis" (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2003), hal 245.

<sup>17</sup>Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran" jilid 2 edisi millenium (Jakarta: PT Prihalindo, 2002), hal 448.

di berikan oleh pihak BMT Matra kepada nasabahnya. Aspek tersebut sangat berpengaruh terhadap munculnya minat nasabah terhadap tabungan Sifitri di BMT Matra, Dengan menggunakan sistem sesuai syariat islam tentunya mempunyai nilai tersendiri untuk anggota yang pernah menggunakan tabungan dengan sistem yang berlaku di masyarakat seperti tabungan arisan.

### C. Keunggulan Produk Sifitri di BMT Matra pekalongan

Keunggulan Simpanan Idul Fitri (Sifitri) BMT Matra Pekalongan menurut penulis setelah penulis amati, melihat dan mengolah data hasil pengamatan bahwa menurut penulis proses pembukaan rekening sifitri di BMT Matra Pekalongan cukup mudah yaitu hanya dengan membawa persyaratan berupa KTP/SIM dan mengisi formulir yang disediakan oleh BMT Matra Pekalongan. Sifitri juga memiliki keunggulan lain seperti nasabah dapat memilih kriteria penyetoran antara 40.000 per minggu, 80.000 per minggu atau 200.000 per bulan sesuai dengan kemampuan. sifitri juga memberikan bonus yang kompetitif dengan lembaga keuangan mikro lain berupa sembako di sesuaikan dengan saldo akhir simpanan.<sup>18</sup>

Keuntungan mengikuti simpanan idul fitri (SIFITRI) lainnya yaitu layanan jemput setoran ke rumah atau ketempat usaha, setoran dapat dilayani disetiap kantor BMT Matra, simpanan bebas biaya administrasi serta simpanan idul fitri dikelola dengan sistem syariah.

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan saudara Mustain S.E selaku Manajer BMT Matra Pekalongan, Jum'at, 05 Mei 2018, Pukul 01.30

Nasabah atau calon nasabah yang berminat menabung di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan dikarenakan letak yang strategis dekat dengan nasabah dan adanya pelayanan jemput bola yang menguntungkan nasabah untuk tidak keluar rumah.

Nasabah yang tertarik dengan produk Simpanan idul fitri :

- 1) Memenuhi kebutuhan, BMT Matra Pekalongan memiliki produk sifitri
- 2) Sangat diinginkan, karena produk pada BMT Matra cabang Kajen Pekalongan memiliki macam keunggulan
- 3) Biaya administrasi dibebaskan
- 4) Aman, nasabah merasa yakin menabung di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan karena sistem operasionalnya sesuai syariat islam
- 5) Kinerja, kinerja pegawai profesional
- 6) Nyaman, karena prosesnya yang mudah
- 7) Bonus berupa sembako
- 8) Promosi dari nasabah ke nasabah atau nasabah yang merasa puas.

#### **D. Implementasi produk Sifitri di BMT Matra pekalongan**

Produk Sifitri (Simpanan idul fitri) merupakan simpanan simpanan yang penyetorannya dilakukan setiap minggu atau setiap bulan. Uang setoran yang dibayarkan setiap minggu sebesar Rp. 40.000 dan setiap bulan Rp. 200.000.

Produk Sifitri di BMT Matra pekalongan menggunakan akad *wadiah* dengan prosedur sebagai berikut:<sup>19</sup> nasabah menitipkan uang kepada kolektor yang ditunjuk oleh BMT Matra pekalongan kemudian diserahkan kepada pegawai administrasi tabungan untuk dimasukkan kedalam bukti setoran . Dana yang masuk ke BMT Matra kemudian dikelola melalui pembiayaan, yang kemudian pihak BMT Matra pekalongan mendapat bagi hasil. Bagi hasil tersebut kemudian diberikan oleh nasabah lewat bonus-bonus yang diperhitungkan oleh BMT Matra pekalongan.

Bonus SIFITRI dihitung setiap bulan selama 10 bulan, kemudian total nominal bonus ditambahkan hingga 10 bulan dan dibelanjakan sembako, karena pihak BMT memberikan bonus kepada nasabah berupa sembako. sembako yang dibelanjakan sesuai dengan jumlah nominal bonus yang diterima nasabah.

Semakin banyak jumlah saldo yang dimiliki nasabah maka semakin banyak pula bonus yang akan diterima. Sembako tersebut dibagikan kepada nasabah menjelang hari lebaran bersamaan dengan pengambilan tabungan SIFITRI yang dikembalikan oleh BMT secara utuh tanpa potongan.

---

<sup>19</sup> Hasil Pengamatan, BMT Matra cabang Kajen Pekalongan. Tanggal 11 juni 2018 sampai tanggal 15 juni 2018.

## BAB IV

### ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN SIFITRI DI BMT MATRA CABANG KAJEN PEKALONGAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Analisis Minat Nasabah Terhadap Tabungan SIFITRI di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan

Disini penulis menjelaskan analisis minat Minat Nasabah dalam menggunakan Tabungan Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongantahun 2015-2017. Pada penelitian tugas akhir ini, penulis menganalisa dengan menggunakan analisis data yang bersifat kualitatif, analisis ini penulis pergunakan untuk mengetahui perkembangan jumlah anggota dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan.

Struktur dan presepsi masyarakat Pekalongan yang sudah terbangun dengan mayoritas masyarakatnya yang religius sangat memungkinkan terdapatnya berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Sehingga faktor keagamaan atau presepsi yang hanya didasari oleh alasan keagamaan saja, belum tentu mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap keputusan dalam memilih dan menggunakan suatu produk perbankan syariah, selain itu aspek-aspek non-ekonomis diduga juga

dapat mempengaruhi interaksi masyarakat terhadap dunia perbankan syariah. Seperti halnya dengan keputusan memilih produk Sifitri Di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan.

Penulis dalam mengamati minat nasabah di Bmt Matra cabang Kajen Pekalongan setelah mencari, melihat, mengelola data dan mempelajari aspek-aspek mianat beliyang di dapat dari hasil observasi pengamatan penulis, bahwa perkembangan tabungan dari jaman dulu sampai sekarang mempunyai sistem yang berbeda, perbedaan ini tentunya karena proses berkembangannya waktu dan perkembangan kebutuhan masyarakat sendiri, sebelum munculnya BMT di mata masyarakat hanya mengenal sistem tabungan arisan, sistem ini sangatlah populer di kalangan masyarakat sebelum mengenal lembaga keuangan. Hal ini dimanfaatkan oleh BMT Matra sebagai acuan untuk membuat sebuah produk yang sesuai di masyarakat untuk mengalihkan tabungan dengan sistem arisan yang beresiko akan keamanan dan kenyamanan. Efisiensi BMTMatra Pekalongan dalam perkembangannya terbukti dengan bertambahnya jumlah anggota setiap tahunnya. Keberadaan BMT Matra yang terletak di kawasan padat penduduk dan dekat dengan pasar yang merupakan berkumpulnya masyarakat mejadi salah satu aspek munculnya minat nasabah akan produk nya. Hal ini karena dekatnya kantor BMT dengan rumah nasabah dan dekat dengan aktivitas masyarakat yang berada di pasar menjadikan mudahnya akses untuk mengetahui informasi ataupun

melakukan aktivitas setoran setiap saat pada jam buka kantor BMT. Aspek lain yang mempengaruhi munculnya minat produk di BMT juga dipengaruhi oleh produk-produk yang di buat, BMT mempunyai banyak produk tabungan untuk para anggotanya hal ini untuk memenuhi kebutuhan yang di inginkan anggotanya. Seperti halnya anggota yang menjadi nasabah produk sifitri di BMT Matra Pekalongan, nasabah yang rata-rata beragama islam sangat antusias dalam memilih produk sifitri dengan akad wadiah yang sesuai syariat islam. Aspek pendukung lain dalam munculnya minat nasabah adalah kepuasan bonus atau yang diberikan dan pelayanan dengan ramah oleh pihak BMT Matra Pekalongan kepada nasabahnya juga merupakan aspek kuat munculnya minat nasabah. Aspek-aspek yang dipaparkan dan dijelaskan oleh penulis di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan tersebut sangatlah berpengaruh terhadap munculnya minat nasabah terhadap tabungan SIFITRI di BMT Matra Pekalongan.<sup>29</sup>

Minat nasabah terhadap produk Sifitri, dibuktikan dengan adanya peningkatan anggota tiap tahunnya di BMT Matra Pekalongan. Peningkatan ini tidak lain karena aspek-aspek yang muncul di BMT sendiri. Aspek pemasaran dan pasar, aspek manajemen, aspek lingkungan dan aspek produk mempunyai andil besar dalam meningkatnya produk Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan.

---

<sup>29</sup> Hasil Pengamatan, BMT Matra cabang Kajen Pekalongan. Tanggal 11 juni 2018 sampai tanggal 15 juni 2018.

Menurut bapak Slamet selaku pimpinan BMT Matra cabang Kajen pekalongan menuturkan bahwa dari total jumlah nasabah yang menjadi Anggota adalah 1.030nasabah di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan .<sup>30</sup>

**Tabel 1.2**

**Jumlah Nasabah Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan tahun 2015 sampai tahun 2017**

<b>Tahun</b>	<b>JumlahAnggota</b>
2015	239
2016	347
2017	444

Sumber data: *Wawancara dengan Bapak Slamet selaku pimpinan*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan kenaikan nasabah di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan dari tahun 2015 – 2017. Jumlah anggotadi BMT Matra cabang Kajen Pekalongan tahun 2015 sebesar 239 nasabah, di tahun 2016 meningkat 347 nasabah, dan pada tahun 2017 meningkat 444 nasabah, jumlah keseluruhan yang menjadi nasabah tabungan SIFITRI pada tahun 2017 di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan berjumlah 1.030 nasabah.

<sup>30</sup>Slamet, Pimpinan BMT Matra cabang Kajen, WawancaraPribadi, (Pekalongan, 29 juni 2018), pukul09.00 WIB.

**Tabel 1.3****Jumlah nasabah produk tabungan di BMT MATRA Pekalongan**

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah		
		2015	2016	2017
1	Simas (Simpanan Masa Depan)	107	136	193
2	Sifitri (Simpanan Idul Fitri)	239	347	444
3	Siadha (Simpanan Idul Adha)	120	134	158
4	Simpel (Simpanan Pelajar)	11	27	57
5	Marisa (Matra Arisan)	187	220	241
6	Tawis (Tabungan Wisata)	11	18	32
7	Tahaji (Tabungan Haji)	96	133	168

*Sumber Data BMT Matra cabang Kajen Pekalongan*

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah anggota tabungan sifitri di BMT Matra caban Kajen Pekalongan dari tahun 2015-2017 mengalami peningkatan yang signifikan, produk ditahun 2015 jumlah anggota 239 menjadi 347 di tahun 2016 dan mengalami peningkatan di tahun 2017 menjadi 444 nasabah.

BMT Matra cabang Kajen Pekalongan selalu konsisten mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan ini bukan tanpa alasan. Melainkan faktor faktor yang mendasari peningkatan setiap tahunnya. Pelayanan yang baik dan sistem yang memudahkan anggota yang menjadi acuan meningkatnya jumlah anggota.

Menurut hasil pengamatan yang di lakukan penulis bahwa faktor-faktor yang sangat dominan mempengaruhi minat nasabah adalah Faktor budaya, sistem produk yang di buat oleh BMT Matra cabang Kajen Pekalongan menggunakan dasar syariah yang membuat nasabah semakin percaya atas dasar keamanan dan kenyamanan sesuai keyakinan mereka, Hal ini juga di perkuat bebapa temuan yang penulis amati secara berkala, bahwa sebagian nasabah mempunyai cara tersendiri dalam menentukan produk apa yang akan di ikuti sesuai kebutuhan yang inginkan. Faktor yang mempengaruhi minat nasabah selanjutnya adalah faktor psikologis, munculnya sebuah kebutuhan untuk memilih sebuah produk dalam menjalankan usahanya tentunya sangat diperhitungkan. Dalam halini BMT Matra sangat menekankan produknya untuk memenuhi kebutuhan anggotanya. Sepertihalnya masyarakat yang sudah menjadi anggota tabungan produk sifitri, mereka memilih untuk menjadi anggota produk Sifitri karena bonus yang di berikan sangat menguntungkan.<sup>31</sup>

Hasil pengamatan di atas juga diperkuat oleh wawancara kepada pimpinan BMT Matra cabang Kajen Pekalongan, menurut beliau faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota/anggota terhadap produk Sifitri adalah :<sup>32</sup>

<sup>31</sup> HasilPengamatan,BMT Matra cabang Kajen Pekalongan.Tanggal 11juni 2018 sampaitanggal 15 juni 2018.

<sup>32</sup>Slamet .Pimpinan BMT Matra Cabang Kajen PekalonganWawancarapribadi. (29 juni 2018), pukul09.00 WIB.

- 1) Dorongan dari dalam individu
- 2) Motif Sosial
- 3) Ikatan emosional dengan lembaga dan atau marketing BMT Matra cabang Kajen Pekalongan
- 4) Besarnya bonus yang diberikan cukup ‘bersaing’ antara BMT Matra dengan yang lain.

## **2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Sifitri Di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan**

Dari hasil penelitian diperoleh data bahwa dalam memilih produk Sifitri di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk sifitri. Sebelum membahas mengenai hasil penelitian apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Sifitri, Terlebih dahulu peneliti menyajikan data responden nasabah sebagai berikut : Penulis melakukan penelitian responden secara acak, baik yang sudah menjadi angota nasabah mauoun calon anggota nasabah di BMT Matra cabang Kajen Pekalongan. Dalam penelitian ini penulis melakukan pada responden pada tanggal 11 juni-15 juni 2018 sebanyak 20 responden.

## a. Faktor Budaya

Tabel 1.4

No	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Kebiasaan mendengarkan produk	11	9
2	Mempunyai kelompok terdekat dalam memilih produk	9	11
3	Karena ada dilingkungan tempat tinggal	12	8

Dari data diatas menunjukkan 11 dai 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena kebiasaan mendengarkan produk. 11 dari dari 20 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena kelompok terdekat, 12 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena dekat dengan lingkungan mereka.

## b. Faktor Sosial

Tabel 1.5

No D	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1a	Mengikuti aja kanteman/tetangga/rekankerja	13	7
2t	Adanya pengalaman dari anggota keluarga sebelumnya	6	14
3a	Adanya perandan status sosial di masyarakat	0	20

Data diatas menunjukkan 13 dari dar 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena mengikuti ajakan teman/tetangga/rekan kerja. 14 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena pengalaman dari anggota keluarga yang sudah menjadi nasabah terlebih dahul, 20 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju memilh tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena adanya peran dan status sosial di masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Tabel 1.6

No	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Memiliki uang berlebih dari gaji saya	14	6
2	Karena produk tabungan tersebut berhubungan dengan pekerjaan saya	4	16
3	Dapat mencerminkan kepribadian saya	13	7

Data diatas menunjukkan dari 14 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena memiliki uang lebih dari gaji, 16 dari 20 responden menyatakan bahwa tidak setuju memilih tabungan idul fitri karena produk tersebut berhubungan dengan pekerjaanya. 13 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karen mencerminkan kepribadian mereka.

## d. Faktor Psikologis

Tabel 1.7

No	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Merasa puas akan bonus	20	0
2	Lebih menarik perhatian dibandingkan dengan tabungan lainnya	14	6
3	Menjamin Keamanan anggota nasabah	16	4

Data diatas menunjukkan 20 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena mereka merasa puas akan bonus yang diberikan kepada anggota nasabah. 14 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena lebih menarik dari tabungan lain. 16 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena keamanan anggota nasabah yang sangat terjamin.

Dari analisis jawaban angket dalam memilih produk sifitri di BMT Matra Pekalongan yang telah di sajikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk sifitri di BMT Matra Pekalongan sebagai berikut :

a. Faktor Budaya

- 1) Nasabah sebanyak 11 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju memilih produk sifitri di BMT Matra Pekalongan karena kebiasaan produk.
- 2) Nasabah sebanyak 11 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Mtra Pekalongan karena kelompok terdekat.
- 3) Nasabah sebanyak 12 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan.

b. Faktor Sosial

- 1) Nasabah sebanyak 13 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena mengikuti ajakan teman/tetangga/rekan kerja.
- 2) Nasabah sebanyak 14 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena pengalaman dari keluarga yang sudah menjadi anggota terdahulu.
- 3) Nasabah sebanyak 20 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena adanya peran dan status sosial di masyarakat.

c. Faktor Pribadi

- 1) Nasabah sebanyak 14 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena memiliki uang lebih dari gaji.
- 2) Nasabah sebanyak 16 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena berhubungan dengan pekerjaan.
- 3) Nasabah sebanyak 13 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena mencerinkan kepribadian mereka.

d. Faktor Psikologi

- 1) Nasabah sebanyak 20 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena mereka puas akan bonus yang diberikan oleh BMT Matra Pekalongan.
- 2) Nasabah sebanyak 14 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena lebih menarik dari tabungan lain.
- 3) Nasabah sebanyak 16 orang dari 20 responden menyatakan bahwa mereka setuju memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan karena keamanan nasabah yang sangat terjamin.

Itulah beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan sifitri di BMT Matra

Pekalongan yang dapat peneliti sajikan diatas.maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan jawaban angket paling banyak maka diketahui bahwa nasabah sebanyak 20 orang dari 20 responden memilih tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongankarena letak BMT Matra Pekalongan karena letak BMT Matra strategis dekat dengan lingkungan nasabah dan pemberian bonus yang memuaskan bagi nasabah.

Penelitian ini juga diperkuat dengan wawancara dengan bapak Mustain S.E selaku pimpinan BMT Matra Pekalongan :

“produk tabungan sifitri memang sangat banyak anggota nasabahnya, hal ini karena pengaruh bonus sembako yang menguntungkan bagi nasabah. Dan letak BMT Matra Pekalongan yang strategis dekat dengan pasar dan lingkungan warga membuat pertumbuhan nasabah dari tahun ketahun meningkat”<sup>33</sup>

Hal ini peneliti juga melakukan wawancara kepada karyawan BMT Matra Pekalongan, Menurut Riska Handayani selaku karyawan BMT Matra Pekalongan menuturkan bahwa “Bonus yang diberikan untuk nasabah sangatlah menuntungkan, ini sangat terlihat banyaknya nasabah yang mengikuti tabungan sifitri di BMT Matra yang berakadkan *wadiah*. Letak BMT

<sup>33</sup>Bapak Mustain S.E, Selaku Pimpinan BMT Matra Pekalongan wawancara pribadi. (Pekalongan 05 Mei 2018), pukul 01.30.

Matra Pekalongan yang dekat keramaian masyarakat dekat dengan pasar dan berada di pinggir jalan raya sangatlah memudahkan nasabah tentunya untuk mengakses tabungan saat ingin menyeter ke kantor BMT Matra Pekalongan.”<sup>34</sup>



---

<sup>34</sup>Riska Handayani, Karyawan BMT Matra Pekalongan wawancara pribadi. (Pekalongan 13 Mei 2018), pukul 11.00.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis teliti mengenai Minat Nasabah dalam menggunakan tabungan sifitri di BMT Matra cabang Kaje Pekalongan, maka didapatkan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh sebagai berikut:

- 1) Dalam hasil penelitian yang di dapat pilihan utama nasabah sifitri yaitu memenuhi akan kebutuhan pada saat menjelang hari raya idul fitri, kemudahan dalam bertransaksi, aman karena sesuai syariat islam, dan bonus berupa sembakoyang bisa diambil kekantor atau juga bisa diantarkan langsung ke rumah nasabah, dan karyawan memberikan pelayanan jemput bola, cepat, serta bersikap ramah.
- 2) Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan dan hasil observasi yang telah penulis lakukan dengan mencari, melihat, mengelola data dan mempelajari aspek-aspek kelayakan usaha untuk menimbulkan minat, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan sifitri di BMT Matra Pekalongan adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Akan tetapi dari faktor-faktor tersebut yang paling dominanyaitu :

- a. Faktor budaya. Karena lokasi BMT Matra yang sangat strategis dekat dengan pasar dan lingkungan penduduk, dengan sistem syariah yang lebih aman dan nyaman, setiap tahunnya.
- b. Faktor Psikologis. Bonus yang sangat menguntungkan untuk nasabah yang diterapkan oleh pihak BMT Matra Pekalongan sesuai syariat islam yang diyakini dan di anut oleh anggota nasabah. Hal ini lah yang sangat mempengaruhi kenaikan minat nasabah setiap tahunnya untuk terus menjadi nasabah di BMT Matra Pekalongan.

#### **B. Saran**

Dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan yang belum penulis ulas dikarenakan kemampuan dalam membahasnya. Penulis memberikan saran sebagai masukan dalam pembuatan tugas akhir ini bagi lembaga terkait, antara lain sebagai berikut:

1. Upaya sosialisasi yang intensif terutama berkaitan dengan keunggulan produk siftri serta bonus yang diberikan agar setiap periode ada penambahan bonus dan produk lainnya dari BMT Matra Pekalongan. Upaya ini dilakukan mengingat minat nasabah sangat berpengaruh terhadap produk.
2. Mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dalam ketepatan waktu kunjungan ke nasabah, pelayanan transaksi karena pengaruhnya sangat besar terhadap minat nasabah di BMT Matra Pekalongan.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Al-Jaziri, Abdurrahman.1994. *Fiqh 'ala Madzahib al-Arba'ah, Juz III*. Beirut: Dar al-Qalam.
- Amir, Syariifudin. 2003. *Garis-Garis Besar Fiqih*. Jakarta : Kencana.
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta:PT. Rineke Cipta.
- Anwar, Saiful.1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. 1993. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Antonio, Syafi'I. 2001. *Bank Syariah Dari TeoriKepraktik*. Jakarta :GemaInsani Press.
- Arikunto, Suharimi. 2000. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincolin. 2008.*Lembaga Keuangan Mikro*.Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Azwar, Saifudin. 1993.*Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Agama RI. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung :Syaamil Qur'an.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2001.*Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hajar, Ibnu.1996.*Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitati fdalam Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodelogi Research, Jilid 1*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hadikusuma S. Raharja. 2003.*Hukum Koperasi Indonesia*.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Ilmi, Makhulul. 2002. *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta : UII Press.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis* edisi 2. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.

- \_\_\_\_\_. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta :KencanaPrenada Media Grup.
- Karnaen P. 1992. *Bank Islam*. Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf.
- Karim, Adiwarmarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Komarudin. 1994. *Kamus Perbankan*. Jakarta:Grafindo.
- Kotler, Philip. 2002. *ManajemenPemasaran*jilid 2 edisi millennium.Jakarta : PT Prihalindo.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Kotler, Philp & Keller K. Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*” terjm. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Mappiere, Andi. 1994. *Psikolog orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*. Surabaya: Usaha Offsite Printing.
- Marzuki.1989.*Metode Penelitian Riset*. Yogyakarta: BPFEUII.
- Moleong, LexyJ. 2005.*Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Rifqi.2008. *Akuntansi Keuangan Syari’ah*. Yogyakarta: P3EI Press.
- \_\_\_\_\_.2010.*Akuntansi Keuangan Syariah*. Yogyakarta: P3EI Press.
- Moleong, Lexy J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Moeliono, Anton M. 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Muhamad. 2008. *Bank Syariah*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Ramayulis. 2002. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitu Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UUI Press.
- Sayyid, Sabiq.*Fiqih Sunnah, diterjemahkan oleh Abdurrahim dan Masrukhin dalam “Fiqh al-Sunnah”*, Juz 3. Beirut: Darul-Falah al-Arabiyah.t.th.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Perilaku Strategi danPenelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sitio, Arifin.. 2001. *Koperasi Teori dan Praktik*. Jakatra: Erlangga.



- Suharjo, Drajat. 1993. *Metodelogi Penelitian dan Penulisan Laporan Ilmiah*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Suryani, Tatic.2012. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*.Jakarta: Graha Ilmu.
- Sudarsono, Heri. 2004.*Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Suhendi, Hendi. 2002.*Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, Hb. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press.
- Suwartono. 2014. *Dasar–Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Swastha & Irwan. 2001. *Perilaku Konsumen*. Alfabeta : Bandung.
- Swasta, Basu.2000. *Menajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Nasabah*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Whitherington.2001. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

## **B. Tugas Akhir**

- Nafilatul Haqiqi, *Pembiayaan Mudharabah dan implikasinya terhadap Minat anggota, Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah*, (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2008).
- Erni Ema Yuni, *Minat Anggota Terhadap Produk Tabungan Idul Fitri (TADURI) Dengan Akad Wadiah Yadhamanah Di BMT EL-NUSA 335 Kedungwuni* (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2016)
- Fransiska Anjayani. *Minat Anggota Terhadap Produk Simpanan Pendidikan dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah di BMT SM NU (Pekalongan)*. Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2015).

Qitrotul Badriyah. *Analisis Preferensi Anggota Terhadap Simpanan Hari Raya Idul Fitri dan Simpana Hari Raya Idul Adha Studi Pada BMT NURUSSA'ADAH* (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2015).

**C. Wawancara**

Bapak Mustain S.E, Selaku Pimpinan BMT Matra Pekalongan wawancara pribadi. (Pekalongan 05 Mei 2018), pukul 01.30.

Riska Handayani, Karyawan BMT Matra Pekalongan wawancara pribadi. (Pekalongan 13 Mei 2018), pukul 11.00.

**D. Internet**

<http://pengertiandefenisi.blogspot.com/.../syarat-dan-rukun-dari-al-wadiah...>  
,diambil pada tanggal 4 Mei 2017, pada puku 09.00 WIB.

DOKUMENTASI PENELITIAN



## SURAT PERMOHONAN SURVEY



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM  
Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faksimile. (0285) 423418

Nomor : 212/In.30/M.7/PP.00.9/03/2018  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Survey

Pekalongan, 13 Maret 2018

Kepada Yth.  
Pimpinan  
BMT Matra  
Di

Cabang Kajen Pekalongan

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas output Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, serta penyelesaian Tugas Akhir (TA), maka kami selaku pengelola bermaksud mengajukan permohonan agar mahasiswa/ mahasiswi kami :

Nama : Mukhlisin  
Nim : 2012114101  
Judul Tugas Akhir : "Minat Nasabah dalam Menggunakan Tabungan SIFITRI di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan"

Diberi ijin untuk mengadakan riset di lembaga yang bapak/ ibu pimpin guna menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sebagaimana tersebut diatas.

Demikian permohonan ini, atas perhatian dan kesempatannya disampaikan terima kasih.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
U.b. Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah

  
**H. Tamamudin, S.E., M.M**  
NIP. 197910302006041018

Tembusan  
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
2. Wakil Dekan Bidang APL IAIN Pekalongan  
3. Arsip

Visi Perbankan Syariah

Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetitif untuk menghasilkan sarjana profesional di bidang perbankan syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036

## SURAT PENUNJUKKAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faksimile. (0285) 423418

Nomor : 212/In.30/M.1/PP.00.9/03/2018

13 Maret 2018

Lamp : -

Hal : Penunjukkan Pembimbing Proposal & Tugas Akhir

Kepada Yth.

**Drs. A. Tubagus Surur, M.Ag.**

Di

PEKALONGAN

*Assalamu 'alaikum. Wr. Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Mukhlisin  
Nim : 2012114101  
Semester : VIII (Delapan)

dinyatakan telah memenuhi syarat untuk mendapatkan bimbingan penyusunan Proposal dan Tugas Akhir (TA), dengan judul : "Minat Nasabah dalam Menggunakan Tabungan SIFITRI di BMT Matra Cabang Kajen Pekalongan"

Sehubungan dengan itu, dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian permohonan ini untuk dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Atas kesediaan dan perhatiannya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Wakil Dekan Bidang APL

  
**Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag.**  
NIP. 197806162003121003

NB.

1. Pembimbing Proposal sekaligus Pembimbing Tugas Akhir
2. Satu (1) mahasiswa mendapatkan 1 pembimbing
3. Setelah proposal dinyatakan layak untuk diseminarkan, formulir surat persetujuan seminar proposal harap ditandatangani

Visi Perbankan Syariah

Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetitif untuk menghasilkan sarjana profesional di bidang perbankan syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036



SLIP BUKTI SETORAN

The image shows a green 'BUKTI SETORAN' (Deposit Slip) form from BMT MATRA. The form includes the following fields and sections:

- Logo:** BMT MATRA logo with the tagline 'Membangun Usaha Bersama' and 'Badan Hukum: 180/132/2004'.
- Header:** 'BUKTI SETORAN' in a green box.
- Form Fields:**
  - Tanggal: \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_
  - CABANG: \_\_\_\_\_
  - No. Rekening: \_\_\_\_\_
  - Nama: \_\_\_\_\_
  - Alamat: \_\_\_\_\_
  - Jumlah Setoran: Rp. \_\_\_\_\_
  - Terbilang: \_\_\_\_\_
  - Jenis Setoran:  Simas  DP  SIF  SD  SP
  - Keterangan: \_\_\_\_\_
- Signatures:** 'TANDA TANGAN' section with boxes for 'Petugas' and 'Penyetor'.

SLIP BUKTI PENGAMBILAN

The image shows a red 'BUKTI PENGAMBILAN' (Withdrawal Slip) form from BMT MATRA. The form includes the following fields and sections:

- Logo:** BMT MATRA logo with the tagline 'Membangun Usaha Bersama' and 'Badan Hukum: 180/132/2004'.
- Header:** 'BUKTI PENGAMBILAN' in a red box.
- Form Fields:**
  - Tanggal: \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_
  - CABANG: \_\_\_\_\_
  - No. Rekening: \_\_\_\_\_
  - Nama: \_\_\_\_\_
  - Alamat: \_\_\_\_\_
  - Jumlah Pengambilan: Rp. \_\_\_\_\_
  - Terbilang: \_\_\_\_\_
  - Jenis Pengambilan:  Simas  SIF  SJK  SD  SP  \_\_\_\_\_
  - Keterangan: \_\_\_\_\_
- Signatures:** 'TANDA TANGAN' section with boxes for 'Petugaa' and 'Penerima'.



BROSUR BMT MATRA

**VISION**  
Terwujudnya Gerakan Pemberdayaan Pengusaha Kecil/ UKM Berdasarkan Prinsip Syariah Islam

**MISSION**  
Mempelenggarakan Pemberdayaan Pengusaha Kecil / UKM

**PROFIL**  
Kehadiran Koperasi Serta Usaha Mikro Sejahtera (KSU MATRA) disemangati oleh kepedulian tokoh-tokoh koperalai asal Pekalongan yang telah menduduki jabatan-jabatan penting baik di dalam maupun di luar kota Pekalongan, dimana kepedulian tersebut mempunyai tujuan yaitu membendayakan ekonomi pengusaha kecil berdasarkan prinsip syariah Islam.  
Untuk mewujudkan kepedulian tersebut maka pada tanggal 22 Juli 2004 dibentuklah lembaga keuangan yaitu Bankul Mali Wa Tamari Maju Sejahtera (BMT MATRA) dengan berdasar hukum Koperasi Nomor 136/132/2004 selanjutnya.  
BMT MATRA pada awal pendirian bermodalan hanya Rp. 35.000.000,- Syukur Alhamdulillah pada enam bulan kemudian sudah bisa mencapai Break Even Point (BEP) sehingga pada laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) yang pertama tahun buku 2005 sudah bisa memperoleh laba dan Asetnya naik hampir dua puluh kali lipat.

Adapun tokoh-tokoh pendiri BMT MATRA adalah sebagai berikut:  
1. H. NOOR BASHA GUNAD  
2. H. NASRULLAH AZIZ  
3. H. TAUSIK KARIM  
4. H. ALFARSLAN JURAIID, SE  
5. H. M. ANDI ARSLAN JURAIID, SE  
6. M. NUR SETIAWAN, SE

Susunan Pengurus BMT MATRA adalah sebagai berikut:  
1. M. NUR SETIAWAN, SE, selaku Ketua  
2. Ir. M. BOKRIH RUSDI, selaku Sekretaris  
3. H. ALF ARSLAN JURAIID, SE, selaku Bendahara

**MS BMT MATRA**  
Arahkan Kita Bersama  
Kotabaru - BDI / W / PBT

• Jl. Gatot Subroto Komplek BSM No. 526 Pekalongan  
Telp. 082951 432870, 4419508  
• Jl. Bismillah No. 550 Telp. 082951 345111 Kapan

**PRODUK-PRODUK**

**A. PRODUK SIMPANAN**

- SIKSA (Simpanan Sisa Kas)**  
Adalah simpanan yang jumlah setoran nya tidak ditentukan dan dapat diambil sewaktu-waktu. Setoran awal simpanan sebesar Rp. 20.000,-
- SIKSA (Simpanan Sisa KPR)**  
Adalah simpanan yang jumlah setoran nya ditentukan baik mingguan atau bulanan, dimana pengambilan Siftiri hanya bisa dilakukan pada saat menjelang lebaran (Hari Raya Idul Fitri) Simpanan pokok dikembalikan penuh ditambah sembak.
- SIKSA (Simpanan Sisa KPR)**  
Adalah simpanan yang jumlah setoran nya ditentukan baik mingguan atau bulanan, dimana pengambilan Siftira hanya bisa dilakukan pada saat menjelang lebaran korban (Hari Raya Idul Adha)
- SIKSA (Simpanan Pelajar)**  
Adalah simpanan yang ditujukan untuk pelajar setoran tidak ditentukan dan dapat diambil sewaktu-waktu. Setoran awal simpanan sebesar Rp. 10.000,-

**B. PRODUK PEMBIAYAAN**

- PEMBELIAN MURAHAN**  
Adalah pembiayaan produktif maupun konsumtif dalam bentuk pembelian barang dengan pembayaran secara sekaligus (Jatuh Tempo)
- PEMBIAYAAN ALIH BAHAN**  
Adalah pembiayaan dengan sistem sewa beli atau leasing
- PEMBIAYAAN MUDHARABAH**  
Adalah pembiayaan modal kerja untuk usaha produktif dimana modal kerja tersebut secara keseluruhan akan disediakan oleh BMT MATRA dengan menggunakan sistem Bagi Hasil.
- PEMBIAYAAN MUSTARABAH**  
Adalah pembiayaan modal kerja untuk usaha produktif dimana BMT MATRA menyediakan hanya sebagian modal kerja dengan menggunakan sistem Bagi Hasil.
- PEMBIAYAAN BANTU BERTAHAN AJAL**  
Adalah pembiayaan produktif maupun konsumtif dalam bentuk pembelian barang dengan pembayaran secara angsuran.
- PEMBIAYAAN BUKALAH**  
merupakan proses perwalian/ perwakilan. Artinya BMT MATRA bekerja untuk mewakili nasabah dalam melakukan suatu, artinya BMT MATRA mewakili nasabah untuk membeli suatu

**MARKA (Mata Khatam)**  
Adalah simpanan dengan sistem arisan dimana setiap bulan akan diundi pemenang hadiah uang dan hadiah hiburan, serta pada akhir periode akan diundi hadiah-hadiah. Sepeda Motor, Lemari Es/Kulkas, TV. Disamping itu peverta juga akan mendapatkan bonus.

**Simpanan Kebutuhan Bulanan**  
Adalah simpanan dengan jangka waktu dan pengambilannya sudah ditentukan sebelumnya. Jangka waktu simpanan Mudharabah adalah:  
• 3 bulan  
• 6 bulan  
• 9 bulan  
• 12 bulan

**TAWA (Tabungan Wisata)**  
Adalah merupakan setoran yang jumlahnya ditentukan dalam jangka waktu tertentu yang nantinya akan digunakan untuk wisata bersama dengan tujuan ditentukan di awal periode pembukuan tabungan.

**TAWA (Tabungan Haji)**  
Adalah tabungan dengan jumlah setoran tertentu yang digunakan untuk biaya keberangkatan haji.

BMT MATRA juga melayani pembayaran Listrik prabayar atau pascabayar, Telkom, Tiket KA, Tiket Pesawat, Pulsa, Indovision, PDAM, dll.



## SURAT PENELITIAN

 **BMT MATRA**  
*Membangun Usaha Bersama*  
Badan Hukum No : 180 / 132 / 2004 Tanggal 12 Juli 2004  
Jl. Raya Banyurip Alit No. 602 Pekalongan Telp. (0285) 432070, 436538

---

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 2688/BMT-MATRA KAJEN/X11/2018

Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pimpinan Bmt Matra Cabang Kajen menerangkan bahwa :

Nama : Mukhlisin  
NIM : 2012114101  
Jurusan : Perbankan Syari'ah  
Instansi : IAIN Pekalongan

Yang tersebut di atas benar-benar telah melakukan penelitian guna penyusunan Tugas Akhir mulai tanggal 01 pebruari s/d 12 maret 2017 dengan judul "MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN SIFITRI DI BMT MATRA CABANG KAJEN PEKALONGAN"

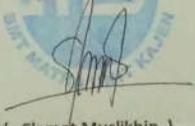
Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya

Wallahul muwafiq illa aqwamit thoriq

Wassalamu'alaikum Warohmatullohi wabarokatuh

Pekalongan , 12 Desember 2018

Kepala Cabang

  
{ Slamet Muslikhin }



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA DIRI

Nama Lengkap : Mukhlisin  
Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 28 Mei 1996  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Sewawar, Legok Gunung 003/001, Wonopringgo  
Pekalongan  
Riwayat Pendidikan :  
MII Legok Gunung 2002-2008  
SMP 02 Wonopringgo 2008-2011  
MAN 1 PEKALONGAN 2011-2014

### B. DATA ORANG TUA

Ayah Kandung : Casmuri  
Ibu Kandung : Qomariyah  
Agama : Islam  
Alamat : Sewawar, Legok Gunung 003/001, Wonopringgo  
Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 10 Januari 2019

Yang bersangkutan

Mukhlisin



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUKHLISIN  
NIM : 2012114101  
Fakultas / Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / D3 PERBANKAN SYARIAH  
E-mail address :  
No. Telephon :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

Yang berjudul:

**“MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN SIFITRI  
DI BMT MITRA CABANG KAJEN PEKALONGAN”**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019

  
  
Mukhlisin

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd

