





Setiap nasabah mempunyai karakter yang berbeda-beda, seperti yang dijelaskan oleh Ujang Sumarwan dalam bukunya perilaku konsumen, bahwa karakter seorang konsumen atau nasabah ada yang teliti ada juga yang tidak. Ketika seorang nasabah itu teliti dan sudah berencana untuk membuka rekening di bank, maka dia akan mencari tahu terlebih dahulu tentang bank dan seluruh produk yang ada di bank tersebut beserta akad yang digunakan, konsumen atau nasabah yang seperti ini digolongkan pada konsumen ekonomi yang mana mereka akan berpikir secara rasional dan dapat merengking alternatif-alternatif produk yang sudah ada dan akan memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Akan tetapi jika seorang nasabah itu tidak teliti, maka mereka tidak akan mencari tahu dulu produk dan akad apa saja yang ada di bank tersebut, yang menjadikan mereka tidak mengerti sama sekali tentang bank, produk dan akad yang digunakan di bank tersebut. Konsumen atau nasabah yang seperti ini digolongkan pada jenis konsumen yang pasif, karena dia tidak mau mencari informasi terlebih dahulu tentang produk dan akad yang ada di suatu Bank Syariah.<sup>4</sup>

Dari sepuluh nasabah yang telah diwawancarai oleh peneliti, tujuh dari mereka tidak mengetahui dan paham dengan akad *wadī'ah* dan akad *muḍārabah* yang digunakan di Bank BNI Syariah, karena mereka tidak mencari informasi terlebih dahulu tentang akad tersebut sebelum mereka datang ke Bank BNI Syariah.

---

<sup>4</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 358.

Banyak hal yang mempengaruhi nasabah bank BNI Syariah untuk memilih produk tabungan iB Hasanah. Ada yang karena kebutuhan, keinginan, lingkungan seperti banyak dari teman-temannya yang menggunakan produk tabungan iB Hasanah, ada juga yang karena diminta oleh rekan kerja atau konsumen untuk membuka tabungan iB Hasanah di Bank BNI Syariah untuk bisnisnya, agar mereka lebih mudah dalam bertransaksi. Sedangkan ada beberapa faktor yang Melatarbelakangi seorang nasabah memilih akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* yaitu konsep individual, lingkungan dan strategi pemasaran.

Dari sepuluh nasabah yang sudah peneliti wawancarai ada beberapa faktor yang Melatarbelakangi mereka memilih akad *wadī'ah* dan akad *muḍārabah* pada produk tabungan iB Hasanah adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang Melatarbelakangi keputusan nasabah menentukan akad *wadī'ah*:

Lima dari sepuluh nasabah yang sudah peneliti wawancarai, mereka memilih akad *wadī'ah* pada produk tabungan iB Hasanah miliknya. Mereka memilih akad tersebut karena informan pertama membuka rekening tabungan iB Hasanah untuk membandingkan hasil uang gaji dan tabungan pribadinya, informan keenam untuk biaya pernikahan, informan ketiga untuk mengambil gaji dari tempat kerjanya, informan ketujuh hanya untuk menabung saja dan informan kesembilan hanya untuk mengambil uang saku yang dikirim oleh orang tuanya. Dari masing-masing kebutuhan yang mereka butuhkan, para nasabah tersebut memilih

akad *wadī'ah* karena mereka hanya butuh untuk menitipkan uang mereka dan mereka juga mencari tabungan yang tidak ada potongan administrasi setiap bulannya, mereka tidak mencari keuntungan bagi hasil dari tabungan tersebut.

Nasabah yang memilih akad *wadī'ah* juga karena banyak orang di sekitar mereka menggunakan akad tersebut, seperti teman kerja, ataupun keluarga. Nasabah yang memilih akad *wadī'ah* ini, ada yang tidak mengetahui secara detail apa maksud dari akad *wadī'ah* tersebut ada juga yang paham dan tahu tentang akad tersebut, yang mereka tahu hanya tabungan yang menggunakan akad *wadī'ah* itu tidak mendapat potongan administrasi setiap bulannya.

Nasabah yang mengetahui maksud akad *wadī'ah* dan *muḍārabah*, mereka akan memilih sendiri akad yang dipakai sesuai dengan kebutuhan mereka membuka rekening tabungan iB Hasanah. Akan tetapi ketika mereka tidak mengetahui dan paham apa maksud akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* yang digunakan di tabungan iB Hasanah tersebut, maka mereka akan di arahkan oleh *customer service* ke akad yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor yang Melatarbelakangi nasabah memilih akad *wadī'ah* adalah faktor individual dan lingkungan. Faktor strategi pemasaran tidak berpengaruh.

2. Faktor yang Melatarbelakangi keputusan nasabah menentukan akad *muḍārabah*:

Faktor yang Melatarbelakangi nasabah memilih akad *muḍārabah* tidak jauh berbeda dengan faktor yang Melatarbelakangi nasabah yang memilih akad *wadī'ah*. Seperti halnya nasabah yang memilih akad *wadī'ah*, yaitu informan kedua dan lima memilih akad *muḍārabah* karena mereka mempunyai usaha dan diminta oleh rekan kerjanya membuka rekening di Bank BNI Syariah. Informan kedelapan memilih akad *muḍārabah* memilih akad *muḍārabah* karena menurut customer service dia lebih cocok memilih akad *muḍārabah* karena dia menabung dengan jumlah yang banyak. Dan informan keempat dan sepuluh memilih akad *muḍārabah* karena mereka ingin mendapatkan keuntungan bagi hasil di setiap bulannya, karena dua informan tersebut setelah membaca buku tentang operasional perbankan syariah mereka ingin membuka rekening di Bank Syariah.

Nasabah yang memilih akad *muḍārabah* juga tergiur dengan penjelasan dari *customer service* tentang keuntungan bagi hasil di setiap bulannya, karena potongan biaya administrasi di setiap bulan pada tabungan iB Hasanah di Bank BNI Syariah hanya sebesar Rp. 5000,- mereka yakin akan mendapatkan bagi hasil yang lebih besar daripada biaya administrasi setiap bulannya.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang Melatarbelakangi seorang nasabah memilih akad *muḍārabah* adalah faktor

individual karena akad tersebut yang mereka anggap paling cocok dan sesuai dengan kebutuhan untuk berbisnis. Kedua adalah faktor lingkungan, yang mana dari info yang mereka baca di internet dan banyaknya rekan bisnis yang mendapat keuntungan dari akad *muḍārabah*, maka mereka memilih akad tersebut. Dan yang ketiga adalah stimuli pemasaran yang dijelaskan oleh *customer service* yang menjadikan mereka tergiur dengan keuntungan bagi hasil dan memilih akad *muḍārabah*.

Salah satu nasabah yang memilih akad *muḍārabah* memilih akad tersebut sendiri, karena sebelum nasabah tersebut datang ke Bank BNI Syariah, nasabah tersebut mencari informasi terlebih dahulu dari internet sehingga nasabah tersebut bisa memutuskan sendiri akad *muḍārabah* yang cocok untuk tabungannya. Sedangkan nasabah yang satunya, dipikirkan oleh *customer service* setelah mempertimbangkan yang paling cocok untuk tabungannya, karena sebelum datang ke Bank BNI Syariah, nasabah tersebut tidak mencari tahu dulu tentang produk dan akad yang ada di Bank BNI Syariah, sehingga ketika *customer service* bertanya kepadanya akad apa yang akad dia gunakan, nasabah tersebut bingung dan akhirnya menyerahkan pilihan tersebut kepada *customer service*.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa masih banyak calon nasabah dan nasabah di Bank BNI Syariah kantor cabang pembantu Mojokerto yang belum mengerti atau memahami tentang akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* yang dipakai pada produk tabungan ib Hasanah Bank BNI







