

**ANALISIS PRODUK DAN LAYANAN PERBANKAN  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
DI PT BPR SYARIAH MADINAH  
LAMONGAN**

**SKRIPSI**

Oleh  
**EKY KUSUMA WARDANI**  
NIM : G04219025



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN

Saya, Eky Kusuma Wardani, G04219025, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 04 Januari 2023

Dinyatakan oleh,



Eky Kusuma Wardani

NIM. G04219025

**LEMBAR PERSETUJUAN**

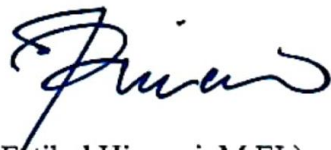
**ANALISIS PRODUK DAN LAYANAN PERBANKAN  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
DI PT BPR SYARIAH MADINAH  
LAMONGAN**

Oleh  
Eky Kusuma Wardani  
NIM : G04219025

Skripsi ini telah disetujui dan siap untuk diuji

Surabaya, 04 Januari 2023

**Dosen Pembimbing,**



( Fatikul Himami, M.EI )

NIP. 198009232009121002

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS PRODUK DAN LAYANAN PERBANKAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPR SYARIAH MADINAH LAMONGAN

Oleh  
Eky Kusuma Wardani  
NIM : G04219025

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
tanggal 11 Januari 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima


#### Susunan Dewan Penguji:

1. Fatikul Himami, M.El  
NIP. 198009232009121002  
(Penguji 1)
2. Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.  
NIP. 196703111992031003  
(Penguji 2)
3. Masadah, MHI  
NIP. 197812052006042003  
(Penguji 3)
4. Ismatul Khayati, ME  
NIP. 199010132022032001  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan:



.....



.....



.....



.....

Surabaya, 11 Januari 2023



Strajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Eky Kusuma Wardani  
NIM : 609219025  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : ekykusumawardani10@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

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

yang berjudul :

Analisis Produk dan Layanan Perbankan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT BPR Syariah Mndinnh Lamongan

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya 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 UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Oktober 2023

Penulis



(Eky Kusuma Wardani)

## ABSTRAK

Produk maupun layanan yang akan peneliti bahas kali ini terdiri dari produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, serta layanan jasa. Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis apa saja indikator yang harus diterapkan dalam produk dan layanan tersebut agar jumlah nasabah Bank Madinah Lamongan bisa mengalami peningkatan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produk dan layanan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Madinah Lamongan. Penelitian ini berjenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Guna menjawab persoalan yang ada, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara dan dokumentasi yang melibatkan beberapa rangkaian kegiatan seperti penyusunan pertanyaan, wawancara, mengumpulkan data, mengolah data, kemudian menganalisis data yang telah diperoleh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk penghimpunan dana terdiri dari tabungan dan deposito yang dijalankan menggunakan akad *mudharabah* dan *wadiah*. Adapun produk pembiayaan meliputi pembiayaan dengan sistem bagi hasil (*musyarakah*) dan pembiayaan dengan prinsip jual beli (*murabahah*). Sedangkan layanan jasa yang disediakan yaitu *madinah payment system*. Dalam hal ini, terdapat tiga indikator yang harus diperhatikan oleh Bank Madinah Lamongan agar dapat meningkatkan jumlah nasabahnya, yakni kualitas pelayanan, promosi, serta bagi hasil.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen Bank Madinah Lamongan agar terus memperhatikan tiga indikator peningkatan jumlah nasabah tersebut. Bank Madinah harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memberikan kepuasan dalam diri nasabah. Bank Madinah juga harus gencar melakukan promosi dan mengembangkan bagi hasilnya agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk dan layanan yang disediakan.

Kata kunci : penghimpunan dana, penyaluran dana, layanan jasa, peningkatan jumlah nasabah

## ABSTRACT

The products and services that the researcher will discuss this time consist of fundraising products, fund distribution products, and services. In this case, researchers will analyze what indicators must be applied to these products and services so that the number of customers of Bank Madinah Lamongan can increase.

This study aims to find out how products and services increase the number of customers at Bank Madinah Lamongan. This type of research is field research using a qualitative approach. In order to answer the existing problems, researchers used two data collection techniques which included interviews and documentation which involved several series of activities such as preparing questions, interviewing, collecting data, processing data, then analyzing the data that had been obtained.

The results of this study indicate that fundraising products consist of savings and time deposits that are carried out using *mudharabah* and *wadiah* contracts. The financing products include financing with a profit-sharing system (*musyarakah*) and financing with the principle of buying and selling (*murabahah*). While the services provided are the *madinah payment system*. In this case, there are three indicators that Bank Madinah Lamongan must pay attention to in order to increase the number of its customers, namely service quality, promotion and profit sharing.

This study provides recommendations to the management of Bank Madinah Lamongan to continue to pay attention to these three indicators of increasing the number of customers. Bank Madinah must provide quality services in order to provide customer satisfaction. Bank Madinah must also actively promote and develop profit sharing so that more and more people are aware of the products and services provided.

Keywords: fundraising, distribution of funds, service, increasing the number of customers

## نبذة مختصرة

تكون المنتجات والخدمات التي سيناقشها الباحث هذه المرة من منتجات جمع التبرعات ومنتجات توزيع الأموال والخدمات. في هذه الحالة ، سيقوم الباحثون بتحليل المؤشرات التي يجب تطبيقها على هذه المنتجات والخدمات بحيث يمكن زيادة عدد عملاء بنك المدينة لامونجان.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف تزيد المنتجات والخدمات من عدد العملاء في بنك المدينة لامونجان. هذا النوع من البحث هو بحث ميداني باستخدام نهج نوعي. للإجابة على المشكلات القائمة ، استخدم الباحثون تقنيتين لجمع البيانات تضمنتا المقابلات والتوثيق التي تضمنت عدة سلسلة من الأنشطة مثل إعداد الأسئلة ، والمقابلات ، وجمع البيانات ، ومعالجة البيانات ، ثم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن منتجات جمع الأموال تتكون من ودائع الادخار والودائع التي تتم باستخدام عقود المضاربة والوديعة. تشمل منتجات التمويل بنظام المشاركة في الربح (المسيرة) والتمويل بمبدأ البيع والشراء (المرابحة). بينما الخدمات المقدمة هي نظام الدفع بالمدينة المنورة. في هذه الحالة ، هناك ثلاثة مؤشرات يجب على بنك المدينة لامونجان الانتباه إليها من أجل زيادة عدد عملائه ، وهي جودة الخدمة والترويج ومشاركة الأرباح.

تقدم هذه الدراسة توصيات لإدارة بنك المدينة لامونجان لمواصلة الاهتمام بهذه المؤشرات الثلاثة لزيادة عدد العملاء. يجب أن يقدم بنك المدينة خدمات عالية الجودة من أجل إرضاء العملاء. يجب على بنك المدينة أيضاً أن يروج بنشاط ويطور تقاسم الأرباح بحيث يكون المزيد والمزيد من الناس على دراية بالمنتجات والخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: جمع التبرعات ، توجيه الأموال ، الخدمات ، زيادة عدد العملاء

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>DECLARATION.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>

<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Definisi Teori .....	9
2.1.1 Penghimpunan Dana.....	9
2.1.2 Penyaluran Dana.....	15
2.1.3 Layanan Jasa.....	21
2.1.4 Peningkatan Jumlah Nasabah .....	21
2.1.5 Indikator Peningkatan Jumlah Nasabah .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	43
<b>BAB III.....</b>	<b>46</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5 Teknik Pengolahan Data .....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	52

4.1.1 Sejarah PT BPR Syariah Madinah Lamongan.....	52
4.1.2 Visi dan Misi PT. BPR Syariah Madinah Lamongan.....	53
4.1.3 Struktur Organisasi dan Personalia .....	54
4.1.4. Produk dan Aplikasi Akad .....	56
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Implementasi Produk dan Layanan Jasa di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.....	58
4.2.2 Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	70
4.3 Pembahasan.....	76
4.3.1 Implementasi Produk dan Layanan di PT BPR Syariah Madinah Lamongan .....	76
4.3.2 Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	86
<b>BAB V.....</b>	<b>95</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>
<b>DAFTAR PERTANYAAN .....</b>	<b>101</b>
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 4.1 Jumlah Nasabah .....	94



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	44
Gambar 4.1 PT BPR Syariah Madinah Lamongan .....	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi .....	54
Gambar 4.3 Alur Pembukaan Tabungan .....	78
Gambar 4.4 Alur Pembukaan Deposito .....	80
Gambar 4.5 Alur Pengajuan Pembiayaan .....	85



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan .....	101
Lampiran 2 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	102
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara .....	112



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

PT BPR Syariah Madinah Lamongan adalah institusi keuangan berskala lokal yang mengarah pada aktivitas bisnis dalam bentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam beragam sektor. Kegiatan utama PT BPR Syariah Madinah Lamongan yaitu melakukan penghimpunan dana serta penyaluran dana kepada masyarakat yang berasal dari golongan ekonomi lemah, pengusaha mikro kecil dan menengah, maupun masyarakat-masyarakat potensial lainnya (Web: [bprsmadinahlamongan.co.id](http://bprsmadinahlamongan.co.id)).

PT BPR Syariah Madinah Lamongan ini ialah salah satu lembaga keuangan mikro yang berperan dalam kegiatan penghimpunan dana serta penyaluran dana kepada masyarakat dengan tetap memegang teguh prinsip-prinsip syariah. PT BPR Syariah Madinah Lamongan memiliki beberapa produk maupun layanan jasa sebagaimana bank syariah pada umumnya, yakni produk penghimpunan dana, penyaluran dana, serta layanan jasa (Web: [bprsmadinahlamongan.co.id](http://bprsmadinahlamongan.co.id)). Semua produk maupun layanan jasa tersebut akan peneliti bahas dalam penelitian kali ini.

Penghimpunan dana dapat didefinisikan menjadi suatu aktivitas yang dijalankan oleh lembaga keuangan sebagai wadah guna mengumpulkan dana dari masyarakat, dimana kemudian akan disimpan dalam bentuk tabungan, giro, maupun deposito (Nurhatati dan Rahmanyah, 2008). Dalam Bank Madinah, hanya terdapat dua produk penghimpunan, yakni tabungan dan deposito.

Tabungan dapat didefinisikan sebagai sebuah simpanan yang dananya dapat ditarik kapanpun nasabah membutuhkannya. Produk tabungan yang ada di Bank Madinah terbagi menjadi dua jenis, yakni tabungan yang menerapkan akad *mudharabah* dan tabungan yang menerapkan akad *wadiah*.

Adapun deposito yang diterapkan di Bank Madinah yaitu Deposito *Mudharabah* Ummat. Produk deposito *mudharabah* sendiri merupakan produk tabungan berjangka yang dijalankan dengan akad *mudharabah mutlaqoh*, dimana dana tabungan tersebut digunakan untuk investasi secara produktif dalam bentuk pembiayaan. Nasabah yang menempatkan dananya pada deposito ini berhak untuk memperoleh bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan (Web: [bprsmadinahlamongan.co.id](http://bprsmadinahlamongan.co.id)).

Jenis pembiayaannya meliputi pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*Musyarakah*) dan pembiayaan dengan prinsip jual beli (*Murabahah*). Sebagaimana dengan penelitian yang dilakukan oleh Malik, beliau mengatakan bahwa, kegiatan penyaluran dana didominasi oleh akad *murabahah* dan akad *musyarakah* (Malik, 2022). Kegiatan penghimpunan dana pada bank syariah ini berbeda dengan bank konvensional. Bank konvensional menerapkan adanya prinsip bunga disetiap kegiatan, adapun pada bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil yang akan diberikan kepada nasabahnya (Malik, 2022).

Selain penghimpunan dana, PT BPR Syariah Madinah Lamongan juga melakukan penyaluran dana. Penyaluran dana sendiri adalah suatu kegiatan untuk mendistribusikan dana yang telah dikumpulkan dari pihak ketiga dalam bentuk pembiayaan (Nurhatati dan Rahmaniyah, 2008). Pembiayaan yang ada di Bank



Madinah meliputi pembiayaan dengan sistem bagi hasil (*musyarakah*), serta pembiayaan dengan sistem jual beli (*murabahah*). Kegiatan penyaluran dana pada bank syariah ini sangat berbeda dengan bank konvensional. Bank konvensional menyalurkan dana dalam bentuk kredit dengan menggunakan sistem bunga. Sedangkan bank syariah menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan yang disertai margin maupun bagi hasil (Malik, 2022).

Jumlah nasabah penghimpunan dana dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, sedangkan jumlah nasabah penyaluran dana justru mengalami penurunan. Berbeda halnya dengan layanan, jumlah nasabah layanan jasa di Bank Madinah cenderung tetap. Jumlah nasabah penghimpunan dana mengalami kenaikan dari tahun 2020 ke tahun 2021, yakni dari yang semula 3.349 menjadi 3.470 nasabah. Begitu juga dengan tahun 2022 yang jumlah nasabahnya kembali mengalami kenaikan, yakni dari yang semula 3.470 menjadi 3.758 nasabah.

Adapun jumlah nasabah penyaluran dana dalam tiga tahun terakhir justru terjadi penurunan. Tahun 2020 jumlah nasabah pembiayaan mencapai 515, namun pada tahun 2021 mengalami penurunan hingga menjadi 512 nasabah. Begitu juga dengan tahun 2022, jumlah nasabah pembiayaan kembali menurun, yakni dari yang semula 512 menjadi 466 nasabah. Akan tetapi pada layanan jasa, nasabah Bank Madinah berupa lembaga dan jumlahnya cenderung tetap, yakni hanya 3 lembaga.

Nasabah penyaluran dana cenderung mengalami penurunan karena disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut Nurazani dalam penelitiannya, jumlah nasabah pembiayaan mengalami penurunan karena disebabkan oleh beberapa hal, yaitu sifat dari seorang nasabah terkait dengan kemauan dalam memenuhi

kewajibannya, jumlah modal sendiri yang dimiliki, kemampuan calon nasabah dalam menjalankan usahanya, jaminan atau agunan yang harus diberikan, serta kondisi usaha (Nurazani, 2018).

Dalam kaitannya dengan produk tabungan dan deposito *mudharabah* yang akan peneliti bahas kali ini, PT BPR Syariah Madinah Lamongan menerapkan adanya bagi hasil, yakni sistem pembagian hasil usaha yang dilakukan oleh pihak pemilik dana serta pengelola dana atas hasil usaha yang telah dijalankan oleh pengelola. Nasabah cenderung untuk memilih produk tabungan maupun deposito *mudharabah* dikarenakan terdapat bagi hasil yang akan diberikan. Sebagaimana dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihartadi, bahwa tingkat bagi hasil yang ada sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam memilih pembiayaan (Prihartadi, 2016).

Selain bagi hasil, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar jumlah nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan, khususnya nasabah penyaluran dana agar dapat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kenaikan maupun penurunan jumlah nasabah tergantung dari indikator-indikator yang ada. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Marsheres, terdapat dua indikator yang dapat meningkatkan jumlah nasabah, yakni kualitas pelayanan dan juga promosi (Marsheres, 2019). Selain itu, terdapat beberapa indikator lain yang dapat meningkatkan jumlah nasabah, diantaranya yaitu produk dan lokasi usaha. Indikator yang bisa meningkatkan jumlah nasabah harus terus diperhatikan oleh PT BPR Syariah Madinah Lamongan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut di tengah persaingan yang semakin ketat ini.

Penelitian ini hanya akan difokuskan pada aktivitas penghimpunan dana, penyaluran dana, serta layanan jasa dalam meningkatkan jumlah nasabah. PT BPR Syariah Madinah Lamongan yang merupakan lembaga keuangan mikro syariah ini diharapkan dapat menarik sebuah gagasan agar dapat mencukupi kebutuhan setiap masyarakat muslim. Agustinus dkk mengemukakan bahwa lembaga keuangan mikro konvensional telah memperluas operasional mereka selama beberapa tahun terakhir, sehingga lembaga keuangan mikro syariah kemungkinan akan tertinggal di belakang (Agustinus *et al.*, 2005). Oleh karenanya, perlu diperhatikan bagaimana strategi yang perlu diterapkan dalam proses penghimpunan dan penyaluran dana agar jumlah nasabahnya bisa mengalami peningkatan, sehingga tetap dapat bertahan dipasaran.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti berkeinginan untuk mengetahui dan menggali lebih dalam lagi mengenai implementasi produk penghimpunan dana, penyaluran dana, serta layanan jasa dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan dengan menetapkan judul **“Analisis Produk dan Layanan Perbankan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan”**.

## **1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi, diantaranya yaitu:

1. Jumlah nasabah penghimpunan dana terus mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir.

2. Jumlah nasabah penyaluran dana mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir.
3. Jumlah nasabah layanan jasa cenderung tetap dari tahun ke tahun.
4. Diperlukan adanya beberapa indikator yang harus diterapkan oleh PT BPR Syariah Madinah Lamongan agar jumlah nasabahnya bisa terus mengalami peningkatan.

Dikarenakan terdapat keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya, kemampuan yang dimiliki oleh peneliti, serta agar dapat memudahkan peneliti ketika menganalisis hasil penelitian, maka dalam proses penelitian ini dibutuhkan adanya pembatasan masalah dan difokuskan pada dua hal, yaitu:

1. Jumlah nasabah penyaluran dana terus mengalami penurunan selama beberapa tahun terakhir.
2. Diperlukan adanya beberapa indikator yang harus diterapkan oleh PT BPR Syariah Madinah Lamongan agar jumlah nasabahnya bisa terus mengalami peningkatan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, agar analisis permasalahan pokok yang akan diteliti lebih terarah, maka terdapat dua rumusan masalah yang diteliti, diantaranya yaitu:

1. Apa saja produk dan layanan yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan?
2. Bagaimana produk dan layanan tersebut dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dengan berdasar pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari adanya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui produk dan layanan yang disediakan oleh PT BPR Syariah Madinah Lamongan.
2. Untuk mengetahui bagaimana produk dan layanan tersebut dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat dari segi keilmuan maupun terapan, baik bagi peneliti maupun bagi para pembaca secara umum. Adapun manfaat tersebut diantaranya yaitu:

##### **1.5.1 Dari Segi Keilmuan (Teoritis)**

Penelitian ini bisa dijadikan sumber referensi tambahan khususnya pada bidang ekonomi syariah, serta dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai produk dan layanan jasa yang ada di bank syariah, khususnya PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

##### **1.5.2 Dari Segi Terapan (Praktis)**

Dari segi terapan, penelitian ini memberikan banyak manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya meliputi:

1. Bagi peneliti. Adapun manfaat bagi peneliti yaitu dapat memperluas wawasan dan juga pengetahuan mengenai produk dan layanan jasa yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

2. Bagi mahasiswa ekonomi syariah. Penelitian ini bisa dijadikan referensi dan informasi tambahan tentang analisis produk dan layanan perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.
3. Bagi PT BPR Syariah Madinah Lamongan. Hasil penelitian ini ditujukan agar dapat memberikan masukan yang bermanfaat untuk pimpinan utama PT BPR Syariah Madinah Lamongan mengenai indikator yang harus diperhatikan agar dapat terus mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana, penyaluran dana, serta layanan jasanya.
4. Bagi masyarakat. Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman masyarakat yang ingin mengetahui tentang jenis-jenis produk dan juga layanan jasa yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.
5. Bagi perguruan tinggi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan mengenai analisis produk dan layanan perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Definisi Teori**

##### **2.1.1 Penghimpunan Dana**

Bank syariah berfungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat, dimana penghimpunan ini berupa tabungan dan juga deposito. Penghimpunan dana dapat didefinisikan sebagai salah satu aktivitas pokok dari setiap lembaga keuangan, hal ini dikarenakan aktivitas perbankan didasarkan atas modal maupun dana pihak ketiga (Kusumanisita dan Rusli, 2021). Menurut Nurhatati dan Rahmaniayah, penghimpunan dana ialah suatu aktivitas yang dijalankan oleh lembaga keuangan sebagai wadah dalam mengumpulkan dana dari masyarakat, kemudian akan disimpan dalam bentuk tabungan, giro, maupun deposito (Nurhatati dan Rahmaniayah, 2008).

Bank syariah berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito dengan disesuaikan pada prinsip-prinsip syariah, yakni menggunakan akad *wadiah* dan akad *mudharabah*. Perbedaan yang mendasar antara penghimpunan dana di bank konvensional maupun bank syariah terletak pada sistem bunga yang diberlakukan dalam semua kegiatan, sedangkan dalam bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil (Malik, 2022).

##### **2.1.1.1 Produk Tabungan**

Tabungan pada bank syariah berbeda dengan tabungan pada bank konvensional. Tabungan pada bank syariah tidak menetapkan sistem bunga dengan

ketetapan presentase di awal akad. Akan tetapi, tabungan yang ada di bank syariah justru menggunakan prinsip bagi hasil, yakni akad *mudharabah* serta terbebas dari biaya administrasi. Selain akad *mudharabah*, produk tabungan juga dijalankan berdasarkan akad *wadiah*.

### 1. Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* dapat didefinisikan sebagai simpanan dari pemilik modal, dimana penyeteroran serta penarikannya hanya bisa dilakukan berdasarkan kesepakatan sebelumnya. Dalam tabungan *mudharabah*, nasabah penabung akan memperoleh bagi hasil apabila dana yang dikelola oleh bank syariah menghasilkan laba. Bagi hasil yang akan diberikan ini disesuaikan dengan besarnya pendapatan bank syariah tersebut dan sifatnya wajib (Yazid, 2012).

Landasan hukum dari diterapkannya tabungan *mudharabah* terdapat dalam firman Allah QS al-Muzammil Ayat 20 yang berbunyi:

.....فَافْرَعُوا مَا تَيْسَّرَ مِنْهُ ؕ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا ؕ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ

مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرٌ وَأَعْظَمُ أَجْرًا ؕ.....

Artinya: “..... maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikan zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan) nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya....” (QS. Al-Muzammil : 20)



## 2. Tabungan *Wadiah*

Adapun tabungan *wadiah* merupakan salah satu produk tabungan yang sifatnya hanya sebagai titipan murni dari nasabah kepada bank syariah. Dalam tabungan *wadiah* ini nasabah tidak memperoleh bagi hasil, melainkan akan mendapatkan bonus dari bank syariah. Akan tetapi, bonus yang akan diberikan tidak wajib sifatnya, berbeda dengan bagi hasil yang wajib untuk diberikan oleh pihak bank pada setiap nasabahnya.

Landasan hukum diterapkannya tabungan *wadiah* terdapat dalam surat An-Nisa' ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*” (QS. An-Nisa : 58)

### 2.1.1.2 Giro

Definisi giro menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 yakni simpanan dari pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, saranan perintah pembayaran lainnya

atau dengan pemindahbukuan. Produk giro pada bank syariah terdiri dari dua jenis, yakni: (Alimusa, 2022)

### 1. Giro *Wadiah*

Merupakan yaitu titipan murni dari nasabah kepada bank syariah, dimana dana tersebut dapat dimanfaatkan (*wadiah yad dhamanah*). Nasabah yang menyimpan dananya dalam giro *wadiah* bisa memperoleh bonus sesuai dengan kebijakan bank syariah (Siregar, 2016). Adapun menurut Kamus Lengkap Ekonomi Islam, giro *wadiah* merupakan titipan dari pihak ketiga kepada bank syariah, dimana penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, sarana perintah bayar lainnya, maupun dengan cara pemindahbukuan. Giro *wadiah* ini adalah produk pendanaan bank syariah yang berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro dengan mengutamakan keamanan dan kemudahan pemakainya (Siregar, 2016).

### 2. Giro *Mudharabah*

Adapun giro *mudharabah* dapat didefinisikan sebagai salah satu jenis akad kerjasama antara nasabah penyimpan dana (*shahibul maal*) dengan bank syariah sebagai pengelola dana (*mudharib*). Giro *mudharabah* ini digunakan oleh nasabah dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dalam bentuk bagi hasil yang diberikan.

Sebagaimana dengan tabungan, landasan hukum diterapkannya giro *wadiah* terdapat dalam surat An-Nisa' ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا

يُعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*” (QS. An-Nisa : 58)

#### 2.1.1.3 Deposito

Deposito didefinisikan sebagai simpanan nasabah dalam besaran tertentu sesuai jangka waktu yang diperjanjikan. Nasabah yang menyimpan dananya dalam bentuk deposito tidak dapat mencairkannya sebelum batas waktu yang menjadi kesepakatan. Nasabah yang memilih untuk menghimpun dananya dalam bentuk deposito karena selain dimaksudkan guna menyimpan dana juga dapat digunakan menjadi media untuk melakukan investasi (Juniardhy, 2020).

Selain itu, deposito juga dapat didefinisikan sebagai investasi dana yang dilakukan menggunakan akad *mudharabah* atau akad-akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariat Islam, dimana penarikan dananya hanya bisa dilakukan pada saat tertentu berdasarkan perjanjian sebelumnya (Sifki dan Dalimunthe, 2022). Deposito yang diterapkan pada bank syariah harus sesuai dengan prinsip syariat Islam, yakni disertai adanya bagi hasil.

Adapun landasan hukum diterapkannya deposito *mudharabah* terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۚ فَاِنْ اَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّى الَّذِي

اَوْثَمِنَ اٰمَنَتَهُ وَاَلْتَقِ اللّٰهَ رَبَّهُ

Artinya: “Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.” (QS. Al-Baqarah : 283)

Deposito yang diterapkan dalam PT BPR Syariah Madinah yaitu deposito *mudharabah* ummat. Deposito *mudharabah* ummat merupakan produk tabungan berjangka yang diterapkan dengan akad *mudharabah mutlaqoh*, dimana dana tabungan tersebut digunakan untuk berinvestasi secara produktif dalam bentuk pembiayaan. Masyarakat yang menempatkan dananya dalam deposito ini berhak untuk memperoleh bagi hasil berdasarkan nisbah yang telah diperjanjikan di awal.

Dalam deposito *mudharabah* ummat ini terdapat beberapa jangka waktu yang ditetapkan, seperti 1 bulan, 3 bulan, serta 12 bulan. Dengan adanya jangka waktu ini, nasabah tidak diizinkan mengambil dananya sebelum jatuh tempo. Semakin lama nasabah memilih jangka waktu depositonya, maka presentase nisbah bagi hasil yang akan didapat dari bank syariah juga akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya (Afifah *et al.*, 2013).

Pihak bank dan juga nasabah akan mendapatkan keuntungan masing-masing. Keuntungan bagi bank syariah yaitu uang nasabah yang tersimpan dalam deposito cenderung lebih lama karena jangka waktu penyimpanan relatif lebih

panjang, sehingga pihak bank syariah bisa lebih leluasa untuk mendistribusikan dana tersebut dalam aktivitas usaha yang produktif. Adapun keuntungan bagi nasabah yaitu akan memperoleh bagi hasil berdasarkan nisbah yang telah dijanjikan di awal akad (Anshori, 2007).

### 2.1.2 Penyaluran Dana

Penyaluran dana dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan untuk mendistribusikan kembali dana yang telah didapat dari pihak ketiga dalam bentuk pembiayaan-pembiayaan pada masyarakat atau calon nasabah (Kusumanisita dan Rusli, 2021). Kegiatan penyaluran dana pada bank konvensional berbeda dengan yang ada di bank syariah. Bank konvensional menyalurkan dananya dalam bentuk kredit yang menggunakan sistem bunga. Adapun bank syariah melakukan penyaluran dana menggunakan akad *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, serta *ijarah* dengan menetapkan margin atau keuntungan, bagi hasil, biaya sewa, ataupun dalam bentuk fee (Malik, 2022).

Bank syariah bertugas untuk menyalurkan dana pada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Bab 1 Pasal 1 Nomor 12, Pembiayaan dapat didefinisikan menjadi penyediaan dana yang didasarkan pada kesepakatan antara bank syariah dengan peminjam, dimana peminjam diwajibkan untuk membayarkan dana tersebut saat jatuh tempo disertai adanya imbalan atau bagi hasil (Mundhori dan Nashrulloh, 2020).

Produk pembiayaan terdiri dari pembiayaan dengan sistem bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*), pembiayaan dengan sistem jual beli (*murabahah*), serta pembiayaan dengan sistem sewa (*ijarah*).

#### 2.1.2.1 Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* dapat didefinisikan sebagai akad pembiayaan yang dilakukan antara bank syariah (*shahibul maal*) dan juga nasabah (*mudharib*), dimana bank syariah akan menyerahkan seluruh modalnya kepada nasabah untuk mengelolanya (Prihartadi, 2016). Dasar hukum diperbolehkannya akad *mudharabah* ditemukan pada Firman Allah QS. Al-Baqarah ayat 283, yakni:

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَلْيَأْتِكُمْ بِرِهَانٍ مِّنْ أَمْوَالِكُمْ بَعْضًا فَمَّا تَدُونَ الَّذِي أَوْثَقْتُمْ  
أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

Artinya: “Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.” (QS. Al-Baqarah : 283)

Pembiayaan *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu: (Masse, 2010)

##### 1. *Mudharabah Mutlaqah*

Dalam *mudharabah mutlaqah*, pemilik dana atau *shahibul maal* akan memberikan keleluasaan penuh kepada pengelola dana (*mudharib*) dalam menentukan jenis usaha yang dianggap baik dan menguntungkan asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

## 2. *Mudharabah Muqayyadah*

Berbeda halnya dengan *mudharabah mutlaqoh*, dalam *mudharabah muqayyadah* ini pemilik dana (*shahibul maal*) akan memberikan batasan-batasan tertentu kepada pengelola dana (*mudharib*) terkait dengan jenis usaha yang harus dijalankan, lokasi usaha, jangka waktu pengelolaan, dan lain sebagainya.

### 2.1.2.2 *Pembiayaan Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* yaitu pembiayaan berdasarkan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih, dimana setiap pihak akan berkontribusi serta menggabungkan modalnya guna menjalankan suatu usaha. Jika menghasilkan keuntungan akan dibagi berdasarkan modal yang disetor atau sesuai nisbah yang diperjanjikan, sedangkan apabila mengalami kerugian akan ditanggung bersama-sama berdasarkan kontribusi modal masing-masing yang diberikan (Bahri, 2022).

Dasar hukum diperbolehkannya akad *musyarakah* terdapat pada Firman Allah QS. As-Shad ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَايِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ  
 آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَحَزَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya: “Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh dan sedikitlah mereka ini.” (QS. As-Shad : 24)

Pembiayaan *musyarakah* pada bank syariah terbagi menjadi dua jenis, yakni:

#### 1. Pembiayaan Proyek

Pembiayaan *musyarakah* di bank syariah biasanya digunakan untuk pembiayaan proyek, dimana nasabah dan bank syariah secara bersama-sama akan berkontribusi modal untuk membiayai proyek tersebut. Setelah proyek yang dijalankan oleh nasabah telah selesai, maka nasabah berkewajiban untuk mengembalikan dana tersebut disertai adanya bagi hasil yang disepakati.

#### 2. Modal Ventura

Selain untuk pembiayaan proyek, pembiayaan *musyarakah* juga bisa diterapkan dengan skema modal ventura. Penanaman modal ini dilakukan untuk jangka waktu tertentu, kemudian bank akan melakukan devistasi atau menjual sebagian sahamnya, baik secara langsung maupun bertahap.

##### 2.1.2.3 Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* dapat didefinisikan sebagai produk pembiayaan yang dijalankan menggunakan sistem jual beli, yang mana bank syariah akan membiayai pembelian suatu barang yang dibutuhkan nasabahnya, baik itu untuk modal usaha maupun konsumtif. Pembiayaan *murabahah* juga dapat didefinisikan sebagai transaksi jual beli yang terjadi antara bank syariah dengan nasabahnya dalam hal pembelian suatu barang dengan harga dan tambahan keuntungan yang diperjanjikan (Mundhori dan Nashrulloh, 2020).

Landasan hukum diperbolehkannya penerapan akad *murabahah* terdapat dalam Firman Allah QS. An-Nisa' ayat 29, yakni:



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS An-Nisa’ : 29)

Pembiayaan *murabahah* pada bank syariah terbagi menjadi tiga jenis, yakni: (Rahmati *et al.*, 2019)

### 1. Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja merupakan pembiayaan jangka pendek yang diberikan pada nasabah guna membiayai usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah.

### 2. Investasi

Pembiayaan investasi merupakan pembiayaan jangka pendek maupun jangka panjang yang digunakan untuk pembelian barang-barang modal yang dibutuhkan dalam membuka atau mendirikan usaha baru, relokasi proyek, ekspansi, maupun penggantian mesin pabrik.

### 3. Konsumtif

Pembiayaan konsumtif dapat didefinisikan sebagai suatu jenis pembiayaan yang bersifat perorangan dan bukan untuk tujuan usaha.

#### 2.1.2.4 Pembiayaan *Ijarah*

Sedangkan pembiayaan *ijarah* dapat diartikan sebagai pembiayaan dengan prinsip sewa menyewa antara pihak bank syariah dengan nasabah guna memanfaatkan suatu barang dalam jangka waktu tertentu disertai biaya sewa yang telah diperjanjikan. Adapun landasan hukum diperbolehkannya penerapan akad *ijarah* terdapat dalam QS. At-Thalaq ayat 6, yakni:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ شَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارُوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ أُولَىٰ حَمَلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآؤُهُنَّ أَجُورُهُنَّ صَلَّىٰ وَأَتَمَّرُوا بِبَيْتِكُمْ بِمَعْرُوفٍ صَلَّىٰ وَإِنْ تَعَاَسَزْتُمْ فَسَتْرُضِعْ لَهُ أُخْرَىٰ

Artinya: “Tempatkanlah mereka (para isteri) dimana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anakmu) untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah diantara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan, maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.” (QS At-Thalaq : 6)

Pembiayaan *ijarah* terbagi menjadi dua macam, yakni: (Santoso dan Anik, 2015)

##### 1. *Ijarah* Manfaat (*Al-Ijarah ala al-Manfa'ah*)

*Ijarah* manfaat merupakan *ijarah* yang berhubungan dengan sewa jasa, yakni mempekerjakan seseorang yang disertai dengan upah sebagai imbalan atas jasa yang disewanya.

## 2. Ijarah yang Bersifat Pekerjaan (*Al-Ijarah ala Al'-Amal*)

*Ijarah* yang bersifat pekerjaan berhubungan dengan sewa menyewa aset atau properti, yakni memindahkan hak untuk memakai barang tersebut kepada orang lain dengan imbalan biaya sewa.

### 2.1.3 Layanan Jasa

Layanan jasa menjadi salah satu kegiatan yang kini terus dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah sebagai lembaga keuangan tidak hanya bertugas untuk melakukan penghimpunan dan penyaluran dana saja, melainkan juga melayani kebutuhan nasabah yang berhubungan dengan jasa perbankan syariah. Dengan diterapkannya layanan jasa ini, maka pihak bank syariah akan memperoleh pemasukan dalam bentuk *fee* yang diberikan oleh nasabah jasanya (Kasanah dan Ghozali, 2018).

Produk jasa dalam perbankan syariah telah diatur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Agar dapat berjalan berdasarkan prinsip syariah, maka Peraturan Bank Indonesia menegaskan bahwa kegiatan layanan jasa bank syariah harus mencakup beberapa ketentuan, seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, serta tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, maupun *dzalim*.

### 2.1.4 Peningkatan Jumlah Nasabah

Secara umum, peningkatan merupakan penambahan ataupun kenaikan. Adapun nasabah dapat didefinisikan sebagai istilah bagi orang maupun lembaga yang memiliki simpanan atau pinjaman pada suatu bank. Dari sini dapat dikatakan bahwa peningkatan jumlah nasabah merupakan penambahan jumlah pengguna jasa

bank atau pihak yang memiliki rekening simpanan atau pembiayaan pada sebuah bank.

Peningkatan jumlah nasabah ini dikarenakan adanya keinginan dan keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk. Langkah-langkah agar dapat meningkatkan jumlah nasabah merupakan suatu proses yang harus dijalankan agar bank syariah dapat menaikkan jumlah pengguna produk maupun jasa yang ditawarkannya. Semakin meningkat jumlah nasabahnya, maka bank syariah tersebut akan semakin berkembang.

#### 2.1.5 Indikator Peningkatan Jumlah Nasabah

Pada penelitian kali ini, peneliti menemukan beberapa indikator peningkatan jumlah nasabah yang diperoleh dari jurnal-jurnal sebelumnya. Indikator tersebut meliputi beberapa hal, antara lain:

##### 2.1.5.1 Kualitas Pelayanan

Terkait dengan kualitas layanan, peneliti mengambil teori dari jurnal yang ditulis oleh Rahmawati dan Nofiana Hudayatin. Agar dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabahnya, maka bank diharapkan dapat menjaga citra positif di mata masyarakat luas, salah satunya yaitu dengan membangun pelayanan yang berkualitas. Kualitas ialah keseluruhan ciri maupun sifat dari produk atau layanan yang berdampak pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dari setiap orang. Adapun definisi pelayanan menurut Kotler (Kotler, 2000), yaitu suatu aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang mana pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Adapun kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan yang didapat dengan harapan dari para pengguna atas pelayanan yang mereka dapatkan. Kualitas pelayanan ini dapat diketahui dengan membandingkan persepsi dari para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar telah mereka peroleh (Rahmawati dan Hidayatin, 2014).

Agar jumlah nasabah dapat mengalami peningkatan, maka pelayanan yang diberikan harus berkualitas, sehingga nasabah akan menerima kepuasan tersendiri. Jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan semakin loyal pada bank tersebut, serta kepuasan nasabah akan menular kepada nasabah baru. Oleh karenanya, kualitas pelayanan ini sangat penting untuk diterapkan agar dapat meningkatkan jumlah nasabahnya.

Adapun kualitas pelayanan yang harus diterapkan agar dapat meningkatkan jumlah nasabah diantaranya yaitu (Kasmir, 2011):

1. Penampilan karyawan harus menarik, serta memiliki gaya bicara maupun gerak gerik yang baik dalam melayani nasabahnya.
2. Memberikan respon yang cepat dan tanggap untuk memenuhi semua keinginan nasabah.
3. Menyediakan ruangan yang tenang dan nyaman.

Pelayanan yang berkualitas merupakan bentuk pelayanan yang dijalankan secara ramah, adil, cepat, tanggap, serta beretika baik agar dapat memenuhi kebutuhan, harapan, serta kepuasan konsumennya (Cahaya dan Jannah, 2022). Pada umumnya, pelayanan yang memiliki kualitas tinggi akan berdampak pada

kepuasan, sehingga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian yang berulang-ulang.

Kualitas pelayanan dari setiap karyawan dapat diukur dari beberapa indikator, yaitu tutur kata, kesopanan, serta etika yang baik. Semakin berkualitas pelayanannya, maka kebutuhan nasabah akan dapat terpenuhi dengan baik, serta akan menimbulkan kepuasan dalam diri nasabah. Akan tetapi, jika pelayanan yang diberikan kurang baik, maka tidak menutup kemungkinan bahwa nasabah akan beralih ke bank syariah yang lain.

#### 2.1.5.2 Promosi

Terkait dengan promosi, peneliti mengambil teori dari jurnal yang ditulis oleh Siti Wasiah. Promosi dapat didefinisikan sebagai komunikasi maupun penyampaian pesan yang dijalankan pihak bank dengan tujuan untuk menyalurkan informasi mengenai produk, harga, maupun tempat. Promosi merupakan suatu aktivitas untuk memperkenalkan seluruh produk dan juga layanan jasa yang dimiliki kepada masyarakat luas. Informasi yang ada dalam kegiatan promosi bertujuan untuk memberitahukan, membujuk, serta mengingatkan kembali kepada konsumen.

Promosi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari operasional bank syariah. Hal ini dikarenakan promosi akan menjadi sumber informasi bagi masyarakat luas agar mereka dapat mengetahui serta mempertimbangkan apakah harus menempatkan dananya di bank syariah tersebut atau tidak (Wasiah, 2017). Promosi telah menjadi salah satu cara yang terbaik dalam menarik minat nasabah, sehingga akan berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah di bank syariah tersebut.

Menurut Siregar (Siregar, 2016), promosi dapat membantu dalam meningkatkan jumlah nasabah. Tanpa adanya promosi, maka calon nasabah maupun masyarakat luas tidak akan mengetahui apa saja produk maupun layanan yang ada di bank syariah. Apabila promosi yang diterapkan bank syariah menarik dan kreatif, maka kemungkinan jumlah nasabahnya akan bertambah, begitu pula sebaliknya. Terkait dengan promosi ini, pihak bank harus mampu menyediakan brosur yang lengkap serta mampu menjelaskan segala sesuatunya, sehingga dapat memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan nasabah.

Unsur-unsur dalam kegiatan promosi menurut Philip Kotler yang terdapat dalam buku karangan Drs. Djaslim terdiri dari (Djaslim, 1997) terdiri dari:

1. Iklan (*Advertising*)

Iklan merupakan bentuk promosi penjualan yang dilakukan melalui media massa yang berhubungan dengan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Adapun jenis-jenis media periklanan meliputi media cetak, media elektronik, papan nama, poster, spanduk, serta brosur. Manfaat dari dilakukannya periklanan adalah sebagai pembentukan citra perusahaan serta penguatan merek dalam jangka panjang. Akan tetapi, promosi yang dilakukan dengan cara periklanan ini memiliki kelemahan, yakni tidak terjadi interaksi secara langsung dengan pembeli, sehingga memunculkan kemungkinan gagal dalam menarik konsumen.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan sebuah aktivitas yang dijalankan agar dapat meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk yang telah dihasilkan. Adapun tujuan dari adanya promosi penjualan yaitu untuk menciptakan stabilisasi

penjualan, meningkatkan penjualan, mengingatkan nilai produk, membedakan suatu produk dengan produk lainnya, memberi informasi kepada konsumen, serta membujuk konsumen agar membeli produk tersebut.

### 3. Hubungan Masyarakat/Publikasi

Publikasi sendiri dapat didefinisikan sebagai alat promosi yang digunakan untuk membentuk opini, dimana hal ini dilakukan dengan mensosialisasikan produk tersebut kepada masyarakat luas. Publikasi ini biasanya diterapkan oleh perusahaan untuk memberikan pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka mengetahui produk tersebut.

### 4. Penjualan Langsung (*Personal Selling*)

Penjualan langsung merupakan proses penjualan yang dilakukan melalui komunikasi dengan konsumen yang menjadi sasarannya secara langsung. *Personal selling* bertujuan untuk membangun hubungan yang sehat dengan pasar sasarannya agar dapat meningkatkan penjualan maupun pangsa pasar perusahaan tersebut. Adapun salah satu penerapan dari *personal selling* yaitu jemput bola, dimana dalam hal ini konsumen akan berinteraksi dan bertatap muka secara langsung dengan pihak bank syariah atau yang biasa disebut dengan *marketing funding* (‘Ainulyaqin *et al.*, 2021).

#### 2.1.5.3 Bagi Hasil

Terkait dengan bagi hasil, peneliti mengambil teori dari jurnal yang ditulis oleh Nnurhidayatus Sifki dan I. P. Dalimunthe. Bagi hasil biasa disebut dengan istilah *profit sharing*. Secara etimologi, bagi hasil berarti pembagian laba atau pembagian keuntungan. Secara istilah, *profit* dapat didefinisikan sebagai perbedaan



yang akan timbul apabila pendapatan total lebih besar setelah dikurangi dengan biaya-biaya total yang dibayarkan. Adapun *profit sharing* merupakan pembagian keuntungan usaha yang terjadi antara dua pihak yang ikut serta dalam perjanjian, yaitu pemilik dana dan pengelola dana (Sifki dan Dalimunthe, 2022).

Definisi *profit sharing* menurut Suwiknyo yaitu pembagian laba kepada masing-masing pegawai yang ada dalam suatu perusahaan (Suwiknyo, 2009). Adapun menurut Antonio (Antonio, 2001), *profit sharing* merupakan sistem bagi hasil dalam ekonomi Islam yang dilakukan antara pemilik modal dan pengelola modal. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa bagi hasil ialah proses pembagian laba antara pemilik modal dengan pengelola modal dari aktivitas bisnis yang telah dijalankan oleh *mudharib*.

Teori bagi hasil yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori dari Veithzal Rivai dalam bukunya yang berjudul *Islamic Financial Management*. Bagi hasil ini dihitung menggunakan dua metode, yakni:

#### 1. *Revenue Sharing*

Jika dihitung menggunakan *revenue sharing*, maka bagi hasil didasarkan pada pendapatan kotor usaha sebelum dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan.

#### 2. PLS (*Profit and Loss Sharing*)

Jika bagi hasil dihitung menggunakan *profit and loss sharing*, maka bagi hasil yang akan diberikan dihitung berdasarkan dari keuntungan bersih yang didapatkan.

Bagi hasil ini merupakan salah satu indikator yang dianggap penting dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pada bank syariah, serta diharapkan dapat

menjadi alasan dari setiap nasabah ketika membuat keputusan untuk menyimpan dananya pada produk tabungan, deposito, maupun pembiayaan yang menggunakan akad *mudharabah*.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

### **2.2.1 Ahmad Redha Ikma Juniardhy (2020)**

Pada penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Ahmad Redha (2020) dengan judul “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Simpanan Deposito *Mudharabah* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bukopin Syariah Cabang Sidoarjo” diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa, secara simultan maupun parsial, tingkat bagi hasil deposito *mudharabah* berdampak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syariah Cabang Sidoarjo.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ahmad Redha yakni sama-sama meneliti mengenai deposito *mudharabah*. Adapun perbedaannya yaitu, pada penelitian Ahmad Redha meneliti tentang loyalitas nasabah, sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan membahas peningkatan jumlah nasabah. Selain itu, perbedaannya juga berada pada metode serta lokasi penelitian. Metode penelitian Ahmad Redha yaitu metode kuantitatif, sedangkan metode peneliti adalah kualitatif. Adapun lokasi pada penelitian Ahmad Redha yaitu Bank Bukopin Syariah Cabang Sidoarjo, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

### **2.2.2 Muhammad Yazid (2012)**

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Muhammad Yazid (2012) dengan judul “Operasionalisasi Produk Tabungan *Mudharabah* dan

Aplikasinya di BRI Syariah Cabang Surabaya dalam Perspektif Hukum Islam” diperoleh hasil bahwa dalam perspektif hukum Islam, operasionalisasi produk tabungan *mudharabah* yang dijalankan oleh BRI Syariah sudah sejalan dengan prinsip dan ketentuan *mudharabah* dalam hukum Islam, baik dari segi akad, bagi hasil, maupun realisasi dari pemotongan zakat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Yazid yakni sama-sama membahas tentang produk tabungan dalam bank syariah, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya yakni pada lokasi penelitian. Lokasi pada penelitian Muhammad Yazid yaitu BRI Syariah Cabang Surabaya, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

### 2.2.3 Medy Tama Prihartadi (2016)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Medy Tama Prihartadi (2016) dengan judul “Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Pembiayaan Mudharabah pada BRI Syariah Cabang Surabaya Gubeng Periode 2013-2015” diperoleh hasil bahwa dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap pembiayaan *mudharabah*, sedangkan tingkat bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Medy Tama Prihartadi yakni sama-sama meneliti pembiayaan yang ada di bank syariah. Adapun perbedaannya terletak pada metode serta lokasi penelitian. Metode penelitian Medy Tama yaitu metode kuantitatif, sedangkan metode peneliti adalah kualitatif. Adapun lokasi pada

penelitian Medy Tama yaitu BRI Syariah Cabang Surabaya Gubeng, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.4 Mundhori dan Muhammad Nashrulloh (2020)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Mundhori dan Muhammad Nashrulloh (2020) dengan judul “Implementasi Pembiayaan *Mudharabah* dan *Murabahah* di BMT NU Ngasem Bojonegoro” diperoleh hasil bahwa implementasi pembiayaan *mudharabah* prosedurnya tidak sesuai dengan prinsip syariah dikarenakan nisbah bagi hasilnya ditentukan oleh pihak BMT sendiri, tetapi praktiknya tetap didasarkan prinsip umum 5C. Adapun implementasi pembiayaan *murabahah* telah sesuai dengan kaidah-kaidah 5C, serta terbukti bahwa pembiayaan *murabahah* dilakukan dengan beberapa ketentuan dan kesepakatan yang berlaku antara nasabah dan pihak BMT.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Mundhori dan Nashrulloh yaitu sama-sama meneliti tentang produk pembiayaan yang ada pada bank syariah, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya yaitu berada pada lokasi penelitian. Lokasi pada penelitian Mundhori dan Nashrulloh yaitu BMT NU Ngasem Bojonegoro, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.5 Fatmah dan Fitri Virdiany (2014)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Fatmah dan Fitri Virdiany (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Pengajuan Pembiayaan *Mudharabah* di KJKS BMT-MMU Cabang Sidogiri Pasuruan” diperoleh hasil bahwa berdasarkan uji f, kualitas

layanan dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap preferensi anggota. Sedangkan berdasarkan uji t, kualitas layanan dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam pengajuan pembiayaan *mudharabah*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Fatmah dan Fitri yakni sama-sama membahas produk pembiayaan. Adapun perbedaannya yaitu, pada penelitian Fatmah dan Fitri meneliti tentang preferensi anggota, sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan meneliti tentang peningkatan jumlah nasabah. Selain itu, perbedaannya juga berada pada metode serta lokasi penelitian. Metode pada penelitian Fatmah dan Fitri yaitu kuantitatif, sedangkan metode peneliti adalah kualitatif. Adapun lokasi pada penelitian Fatmah dan Fitri yaitu KJKS BMT-MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.6 Aisyah Nur Aini (2015)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Aisyah Nur Aini (2015) dengan judul “Pengaruh Tingkat Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo” diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*. Variabel tingkat margin memberikan kontribusi sebesar 97,7% terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*, sedangkan sisanya sebesar 2,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aisyah Nur Aini yakni sama-sama meneliti produk pembiayaan. Adapun perbedaannya berada pada metode serta lokasi penelitian. Metode yang digunakan Aisyah Nur Aini yaitu kuantitatif, sedangkan metode peneliti yaitu kualitatif. Adapun lokasi penelitian Aisyah Nur Aini yaitu BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.7 Tadjuddin Malik (2022)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Tadjuddin Malik (2022) dengan judul “Penghimpunan dan Penyaluran Dana PT. Bank Syariah Indonesia” diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelaksanaan penghimpunan dana didominasi oleh akad deposito *nonprofit sharing*. Adapun jika dilihat dari segi penyaluran dana didominasi oleh akad *murabahah* dan akad *musyarakah*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Tadjuddin Malik yaitu sama-sama membahas penghimpunan dan penyaluran dana, serta menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian. Lokasi pada penelitian Tadjuddin Malik yaitu PT. Bank Syariah Indonesia, sedangkan lokasi yang digunakan oleh peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.8 Apriliana Ika Kusumanisita dan Lathiefa Rusli (2021).

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Apriliana Ika Kusumanisita dan Lathiefa Rusli (2021) dengan judul “Analisis Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Latansa Gontor Ponorogo”, diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa

strategi penghimpunan dana BMT Latansa Gontor dijalankan melalui tiga produk tabungan yang meliputi Barokah, Maburur, serta Mahir. Adapun penyaluran dana di BMT Latansa Gontor dilakukan melalui produk *murabahah* dan *musawamah*. BMT Latansa Gontor dapat meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi marketing *word of mouth* daripada strategi lainnya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Apriliana Ika Kusumanisita dan Lathiefa Rusli yakni sama-sama membahas mengenai penghimpunan dan penyaluran dana dalam meningkatkan jumlah nasabah, serta menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Lokasi pada penelitian Apriliana Ika Kusumanisita dan Lathiefa Rusli yaitu BMT Latansa Gontor Ponorogo, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.9 Aris Zulianto, Nova Rohmatullaili, Vina Lutfiatul Maula (2022)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Lin Aris Zulianto, Nova Rohmatullaili, Vina Lutfiatul Maula (2022) dengan judul “Analisis Strategi Penghimpunan Dana dalam Produk Deposito Mudharabah pada KCP Bank Syariah Indonesia Sumberrejo Bojonegoro”, diperoleh hasil bahwa BSI KCP Sumberrejo telah menerapkan beberapa akad, salah satunya yaitu akad *mudharabah*. Akad ini diterapkan dalam produk deposito *mudharabah*, yakni menggunakan akad *mudharabah mutlaqoh*. Akad yang diterapkan ini memberikan kebebasan bagi BSI KCP Sumberrejo dalam menggunakan dana tersebut untuk berinvestasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aris Zulianto, Nova Rohmatullaili, Vina Lutfiatul Maula yakni sama-sama membahas mengenai produk

penghimpunan dana dalam bentuk deposito *mudharabah*, serta menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya berada pada lokasi penelitian. Lokasi pada penelitian Aris Zulianto, Novia Rohmatullaili, Vina Lutfiatul Maula yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Sumberrejo Bojonegoro, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 2.2.10 Andri Irawan, Nunung Rodliyah, dan Yulia Kusuma Wardani (2018)

Pada penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Andri Irawan, Nunung Rodliyah, dan Yulia Kusuma Wardani (2018) dengan judul “Penghimpunan Dana dengan Akad *Mudharabah* pada Bank Rakyat Indonesia Syariah”, diperoleh hasil bahwa pelaksanaan penghimpunan dana dengan akad *mudharabah* pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Lampung Timur telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Akan tetapi, *mudharib* kurang memberikan informasi mengenai mekanisme penghitungan bagi hasil dan keuntungan yang diperoleh, sehingga bagi hasil yang diperoleh terkesan seperti bunga.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Andri Irawan, Nunung Rodliyah, dan Yulia Kusuma Wardani yakni sama-sama membahas mengenai produk penghimpunan dana dengan menggunakan akad *mudharabah*, serta menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya berada pada lokasi penelitian. Lokasi pada penelitian Andri Irawan, Nunung Rodliyah, dan Yulia Kusuma Wardani yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Lampung Timur, sedangkan lokasi yang digunakan peneliti yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama (Tahun)	Judul	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Ahmad Redha Ikma Juniardhy (2020)	Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Simpanan Deposito <i>Mudharabah</i> terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bukopin Syariah Cabang Sidoarjo	Secara simultan maupun parsial, tingkat bagi hasil deposito <i>mudharabah</i> berdampak secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syariah Cabang Sidoarjo.	Persamaan:  - Meneliti deposito <i>mudharabah</i>  Perbedaan:  - Juniardhy membahas loyalitas nasabah, sedangkan peneliti membahas peningkatan jumlah nasabah
2.	Muhamma d Yazid (2012)	Operasionalis asi Produk Tabungan <i>Mudharabah</i> dan Aplikasinya	Dalam perspektif hukum Islam, operasionalisasi produk tabungan <i>mudharabah</i> sudah sejalan	Persamaan:  - Meneliti produk tabungan  - Menggunakan metode kualitatif  Perbedaan:

		di BRI Syariah Cabang Surabaya dalam Perspektif Hukum Islam	dengan prinsip dan ketentuan <i>mudharabah</i> , baik dari segi akad, bagi hasil, maupun realisasi dari pemotongan zakat.	- Lokasi penelitian
3.	Medy Tama Prihartadi (2016)	Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Pembiayaan Mudharabah pada BRI Syariah Cabang Surabaya Gubeng Periode 2013-2015	Dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap pembiayaan <i>mudharabah</i> , sedangkan tingkat bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan <i>mudharabah</i> .	Persamaan: - Meneliti pembiayaan yang ada di bank syariah  Perbedaan: - Metode penelitian - Lokasi penelitian

4.	Mundhori dan Muhammad Nashrulloh (2020)	Implementasi Pembiayaan <i>Mudharabah</i> dan <i>Murabahah</i> di BMT NU Ngasem Bojonegoro	Prosedur pembiayaan <i>mudharabah</i> belum sesuai dengan prinsip syariah karena nisbah bagi hasilnya ditentukan oleh pihak BMT sendiri, tetapi praktiknya masih menggunakan prinsip umum 5C. Sedangkan implementasi pembiayaan <i>murabahah</i> telah sesuai dengan syariah dan juga berdasarkan pada prinsip umum 5C.	Persamaan: - Membahas produk pembiayaan yang ada di bank syariah - Menggunakan metode kualitatif Perbedaan: - Lokasi penelitian
----	---	--	---	---

5.	Fatmah dan Fitri Virdiany (2014)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Pengajuan Pembiayaan <i>Mudharabah</i> di KJKS BMT-MMU Cabang Sidogiri Pasuruan	Berdasarkan uji f, kualitas layanan dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam pengajuan pembiayaan <i>mudharabah</i> . Sedangkan berdasarkan uji t, kualitas layanan dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam pengajuan	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti produk pembiayaan</li> </ul> <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fatmah dan Virdiany membahas preferensi anggota, sedangkan peneliti membahas peningkatan jumlah nasabah</li> <li>- Metode penelitian</li> <li>- Lokasi penelitian</li> </ul>
----	----------------------------------	---	---	--

			pembiayaan <i>mudharabah</i> .	
6.	Aisyah Nur Aini (2015)	Pengaruh Tingkat Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> . Variabel tingkat margin memberikan kontribusi sebesar 97,7%, sedangkan sisanya sebesar 2,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.	Persamaan:  - Meneliti tentang produk pembiayaan  Perbedaan:  - Metode penelitian  - Lokasi penelitian
7.	Tajuddin Malik (2022)	Penghimpuna n dan Penyaluran	Pelaksanaan penghimpunan dana didominasi	Persamaan:

		Dana PT. Bank Syariah Indonesia	oleh akad deposito <i>nonprofit sharing</i> . Adapun dari segi penyaluran dana didominasi oleh kad <i>murabahah</i> dan akad <i>musyarakah</i> . Total dana yang disalurkan kepada masyarakat melampaui total dana yang telah dihimpun.	- Meneliti penghimpunan dan penyaluran dana - Menggunakan metode kualitatif Perbedaan: - Lokasi penelitian
8.	Apriliansa Ika Kusumani Lathiefa Rusli (2021)	Analisis Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana untuk Meningkatkan Jumlah	Strategi penghimpunan dana BMT Latansa Gontor dilakukan melalui tiga produk tabungan yang meliputi Barokah,	Persamaan: - Meneliti penghimpunan dan penyaluran dana dalam meningkatkan jumlah nasabah

		Nasabah di BMT Latansa Gontor Ponorogo	Mabrur, serta Mahir. Adapun penyaluran dananya dilakukan melalui produk <i>murabahah</i> dan <i>musawamah</i> . BMT Latansa Gontor dapat meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi <i>marketing word of mouth</i> daripada strategi lainnya.	- Menggunakan metode kualitatif Perbedaan: - Lokasi Penelitian
9.	Aris Zulianto, Novia Rohmatullaili, Vina Lutfiatul	Analisis Strategi Penghimpunan Dana dalam Produk Deposito Mudharabah	BSI KCP Sumberrejo telah menerapkan beberapa akad, salah satunya yaitu akad <i>mudharabah</i> .	Persamaan: - Membahas produk penghimpunan dana dalam bentuk deposito <i>mudharabah</i>

	Maula (2022)	pada KCP Bank Syariah Indonesia Sumberrejo Bojonegoro	Akad ini diterapkan dalam produk deposito <i>mudharabah</i> , yakni menggunakan akad <i>mudharabah mutlaqoh</i> . Akad yang diterapkan ini memberikan kebebasan bagi BSI KCP Sumberrejo dalam menggunakan dana tersebut untuk berinvestasi.	- Menggunakan metode kualitatif  Perbedaan: - Lokasi penelitian
10.	Andri Irawan, Nunung Rodliyah, dan Yulia Kusuma	Penghimpuna n Dana dengan Akad <i>Mudharabah</i> pada Bank Rakyat	Pelaksanaan penghimpunan dana dengan akad <i>mudharabah</i> pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah	Persamaan: - Meneliti produk penghimpunan dana dengan menggunakan akad <i>mudharabah</i>

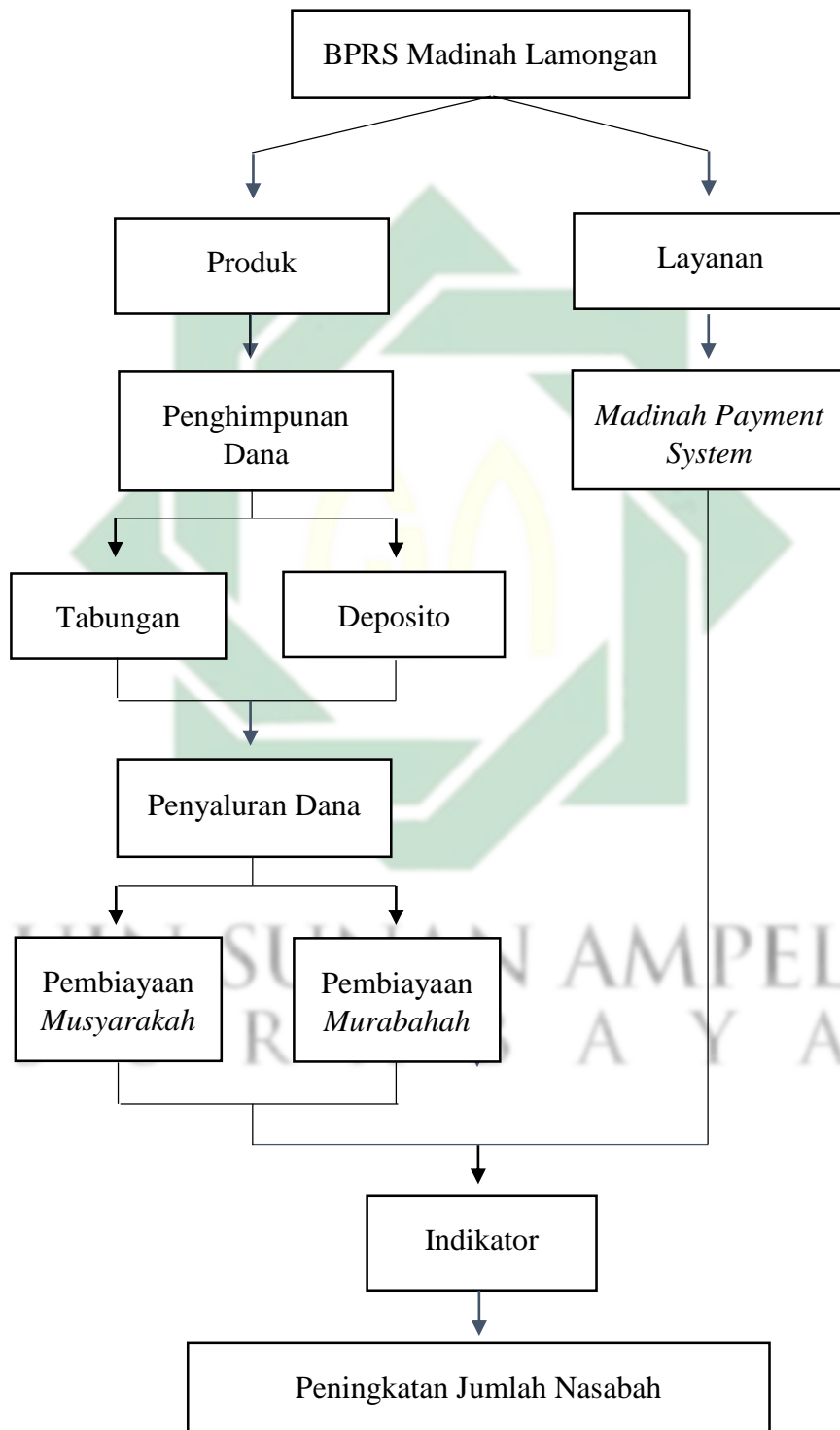


	Wardani (2018)	Indonesia Syariah	(BRIS) KCP Lampung Timur sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Akan tetapi, <i>mudharib</i> kurang memberikan informasi mengenai mekanisme penghitungan bagi hasil, sehingga bagi hasil yang diperoleh terkesan seperti bunga.	- Menggunakan metode kualitatif  Perbedaan: - Lokasi penelitian
--	-------------------	----------------------	--	---

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dapat didefinisikan sebagai sebuah perpaduan yang menunjukkan korelasi antara variabel dengan landasan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya, dimana selanjutnya akan dianalisis secara kritis dan sistematis

mengenai korelasi antar variabel penelitian. Adapun kerangka konseptual pada penelitian kali ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian kali ini akan dibahas mengenai produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, serta layanan jasa yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan. Produk penghimpunan dana terdiri dari tabungan dan deposito. Produk tabungan dijalankan menggunakan dua jenis akad, yakni *mudharabah* dan *wadiah*, sedangkan produk deposito yang diterapkan yaitu deposito *mudharabah*.

Adapun produk pembiayaan yang akan diteliti terdiri dari pembiayaan *mudharabah* dan pembiayaan *murabahah*. Selain produk penghimpunan dana dan penyaluran dana, peneliti akan membahas mengenai layanan jasa yang disediakan, yakni *madinah payment system*. Setelah itu, peneliti akan menganalisis apa saja indikator-indikator yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana, penyaluran dana, serta layanan jasa yang terdapat di PT BPR Syariah Madinah Lamongan tersebut.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan didefinisikan sebagai jenis penelitian yang dilaksanakan langsung oleh peneliti terhadap suatu objek dengan tujuan agar data yang didapat pada masalah yang diteliti bisa dipahami lebih mendalam dan lebih relevan. Dalam hal ini, peneliti akan mencari data secara langsung terkait implementasi produk maupun layanan jasa, serta indikator-indikator yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah tabungan, deposito, pembiayaan, serta layanan jasa di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan yakni pendekatan kualitatif. Kualitatif dapat didefinisikan sebagai pendekatan yang ditujukan untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi kemudian dideskripsikan dalam bentuk narasi. Data yang akan digunakan pada penelitian kualitatif ini tidak dipublikasikan, sehingga peneliti akan mencari data alami secara langsung dari objek penelitian yang akan diteliti (Abrista *et al.*, 2013).

Penelitian kualitatif ini melibatkan beberapa rangkaian kegiatan, mulai dari penyusunan pertanyaan, pengajuan pertanyaan kepada narasumber, mengumpulkan data dari para partisipan, kemudian menganalisis data yang telah diperoleh. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi produk maupun layanan jasa di PT BPR Syariah Madinah Lamongan, serta untuk mengetahui

indikator apa saja yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan, deposito, pembiayaan, serta layanan jasa di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

### **3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang akan dituju yaitu PT BPR Syariah Madinah Lamongan yang berada di Jl. Lamongrejo No. 77, Krajan, Kelurahan Jetis, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62214.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Data primer serta. Data primer merupakan data yang dihasilkan oleh peneliti ketika proses wawancara kepada narasumber yang menjadi sasaran dalam penelitiannya.
2. Data Sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah ada serta dapat diakses oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah terpublikasi sebelumnya.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Data primer pada penelitian ini diperoleh peneliti ketika:

1. Wawancara dengan Kepala Bagian Operasional, yakni Ibu Chairul Ummah.
2. Wawancara Kepala Bagian Marketing, yakni Bapak Arof Muhajir.
3. Wawancara nasabah penghimpunan dana.
4. Wawancara nasabah penyaluran dana.

Sedangkan data sekunder dikumpulkan peneliti dari sumber-sumber yang telah dipublikasikan sebelumnya, yaitu berupa buku, jurnal, skripsi, dan lain sebagainya.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian kali ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan dua teknik, yaitu wawancara serta dokumentasi.

#### **3.4.1 Wawancara**

Wawancara dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk teknik pengumpulan data yang dijalankan melalui tanya jawab secara langsung antara pewawancara dengan narasumber yang menjadi sasarannya. Wawancara yang diterapkan oleh peneliti kali ini berjenis wawancara terstruktur, dimana peneliti akan menyampaikan sejumlah pertanyaan kepada masing-masing narasumber. Adapun yang akan menjadi narasumber dalam penelitian kali ini yaitu Kepala Bagian Operasional, Kepala Bagian Marketing, nasabah penghimpunan dana, serta nasabah penyaluran dana yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### **3.4.2 Dokumentasi**

Dokumentasi adalah bentuk teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengambil kemudian mengumpulkan semua dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian, baik itu berupa arsip-arsip maupun studi kepustakaan, seperti buku, jurnal, skripsi, dan lain-lain. Dokumentasi ini dijadikan sebagai pelengkap hasil wawancara, serta untuk memperoleh data pendukung dalam penelitian yang meliputi data jumlah nasabah, lokasi penelitian, maupun hal-hal lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

### 3.5 Teknik Pengolahan Data

Agar data yang telah dikumpulkan oleh peneliti mudah untuk dianalisis, maka peneliti melakukan pengolahan data melalui tiga teknik, yaitu:

#### 3.5.1 *Editing*

Merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah menggumpulkan data-data yang diperoleh di lapangan. *Editing* digunakan untuk menghindari adanya kesalahan saat melakukan pencatatan data dan bersifat untuk membenarkan. *Editing* ini menjadi salah satu langkah penting yang harus dilakukan oleh peneliti. Hal ini dikarenakan data yang dihimpun kadangkala belum sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti, masih terdapat beberapa hal yang terlewatkan, tumpang tindih, bahkan data cenderung berlebihan dari apa yang dibutuhkan. Oleh karenanya, *editing* perlu dilakukan agar semakin memudahkan proses analisis, sehingga menghasilkan karya penelitian yang sempurna.

#### 3.5.2 *Organizing*

Merupakan tahapan pengolahan data yang digunakan untuk menyusun kembali data yang telah diperoleh dalam penelitian, dimana data tersebut dibutuhkan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.

#### 3.5.3 *Analyzing*

Merupakan salah satu proses yang dilakukan untuk menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penelitian agar dapat memperoleh kesimpulan yang akurat, terpercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data ialah sebuah teknik yang dibutuhkan dalam pengolahan hasil penelitian yang telah dikumpulkan dari proses wawancara serta dokumentasi guna memperoleh suatu kesimpulan yang jelas. Diantara teknik analisis data yang diterapkan pada penelitian kali ini meliputi:

#### 3.6.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data didefinisikan sebagai sebuah prosedur yang digunakan untuk menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan merinci poin-poin yang terpenting dengan tujuan agar dapat memudahkan pemrosesan data yang sudah didapat. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan fokus pada hal penting yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung.

Peneliti melakukan proses pemilihan data (*living in*) serta pembuangan data (*living out*) dalam proses pengolahan yang didasarkan pada hasil wawancara serta dokumentasi. Peneliti akan memilih data yang dianggap penting kemudian menghapus data yang dirasa kurang mendukung. Dari reduksi data ini akan diperoleh deskripsi yang lebih jelas, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data tambahan serta mengambil kembali jika data tersebut dibutuhkan.

#### 3.6.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melalui proses reduksi data, tahapan berikutnya yang harus dilakukan oleh peneliti yaitu penyajian data. Penyajian data merupakan sebuah proses pengelolaan data, sehingga data yang didapat akan lebih mudah untuk



dianalisis dan kemudian disimpulkan. Penyajian data dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif biasanya bentuk narasi.

### 3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Adapun tahap yang terakhir pada analisis data yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah proses untuk menguji keabsahan data yang telah diperoleh, sehingga akan didapatkan hasil akhir yang relevan dengan tujuan penelitian. Kesimpulan akhir yang didapat oleh peneliti nantinya masih membutuhkan adanya verifikasi lanjutan, yakni berupa pemeriksaan kembali.

Verifikasi dilakukan dengan tujuan agar kesimpulan yang telah diambil menjadi lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya. Kesimpulan ini diharapkan dapat menjadi sebuah penemuan baru dari temuan yang belum pernah didapatkan. Temuan-temuan ini biasanya berbentuk deskripsi ataupun gambaran dari suatu objek yang belum dapat digambarkan secara jelas sebelumnya.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah PT BPR Syariah Madinah Lamongan**

PT BPR Syariah Madinah Lamongan adalah lembaga keuangan berskala lokal dengan aktivitas bisnis yang diarahkan pada usaha mikro kecil dan menengah di berbagai sektor sesuai misi pendirian. Adapun kegiatan utama dari operasional PT. BPR Syariah Madinah Lamongan adalah penarikan serta penyaluran dana kepada masyarakat, baik itu masyarakat golongan ekonomi lemah, pengusaha kecil dan menengah, maupun masyarakat potensial lainnya.



**Gambar 4.1 PT BPR Syariah Madinah Lamongan**

PT. BPR Syariah Madinah Lamongan ini berkedudukan di Kota Lamongan yang didirikan berdasarkan akte pendirian Nomor 48 Tahun 2008 yang dikeluarkan oleh Notaris Haryo Bimo Bramantyo, S.H., M.Kn. Akte pendirian ini sebagai pengganti dari Notaris Bambang Heru Djuwito, S.H., M.H tertanggal 13 Oktober 2008 dan memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan HAM Republik

Indonesia, dengan keputusan Nomor : AHU-94287.AH,01.01 Tahun 2008 tertanggal 09 Desember 2008.

PT BPR Syariah Madinah Lamongan secara resmi beroperasi pada 09 Juni 2009 berdasarkan ijin usaha No : 11/26/KEP.GBI/DpG/2009 tertanggal 18 Mei 2009 dari Gubernur Bank Indonesia. Secara konstitusional maupun operasional, kehadiran bank dilandasi oleh Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, serta dalam kegiatan usahanya bank syariah memperoleh pembinaan serta pengawasan dari Bank Indonesia.

PT BPR Syariah Madinah Lamongan dikelola oleh direksi dibawah pengawasan DPS dan Dewan Komisaris yang anggotanya diangkat oleh RUPS. PT BPR Syariah Madinah Lamongan didirikan dengan modal awal sebesar Rp 1.000.000.000,- milik swasta warga asli lamongan. Pemegang saham PT BPR Syariah Madinah Lamongan berjumlah dua orang dengan latar belakang pengusaha dan profesional, dimana masing-masing komposisi sahamnya sebesar 90% dan 10%.

#### 4.1.2 Visi dan Misi PT. BPR Syariah Madinah Lamongan

##### 4.1.2.1 Visi

Adapun visi dari didirikannya PT. BPR Syariah Madinah Lamongan yaitu “menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terkemuka yang selalu mengutamakan kemajuan, kesejahteraan, dan kepuasan nasabah.”

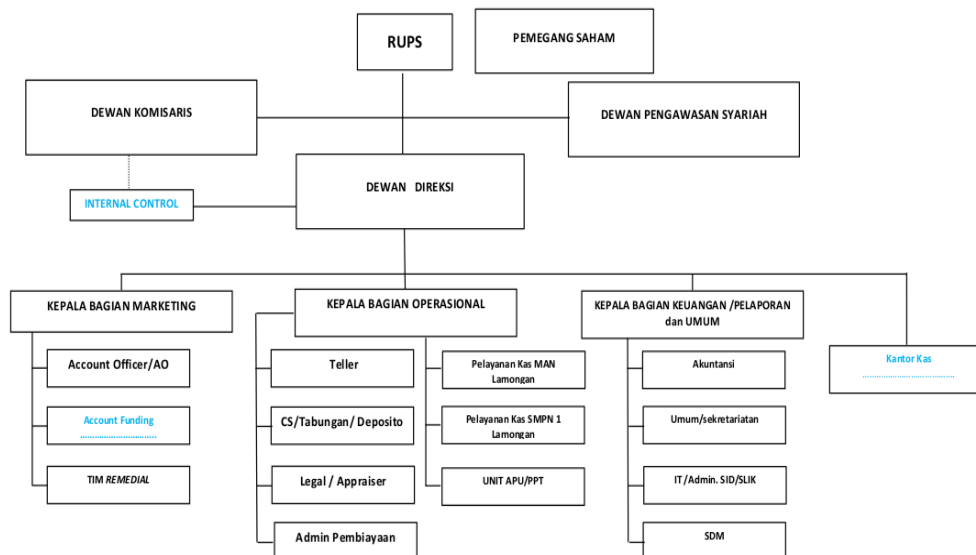
##### 4.1.2.2 Misi

Guna mencapai visi tersebut, maka diperlukan adanya misi yang ditetapkan oleh PT. BPR Syariah Madinah Lamongan, diantaranya yaitu:

1. Melakukan pelayanan perbankan system syariah terbaik dikelasnya berdasarkan iman dan taqwa (IMTAQ), serta ibadah dengan mengutamakan pelayanan pada pengusaha mikro kecil, menengah dan pegawai untuk menunjang perkembangan Ekonomi Islam, khususnya pada masyarakat Islam dan masyarakat Indonesia pada umumnya.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah dengan menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG) berlandaskan IMTAQ.
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada *share holders* dan *stake holders* lainnya.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi dan Personalia

##### 4.1.3.1 Struktur Organisasi



**Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT BPR Syariah Madinah Lamongan**

#### 4.1.3.2 Personalia

Adapun nama pengurus dan pegawai PT BPR Syariah Madinah Lamongan yaitu:

- |   |  |
|---|--|
| 1. Pemegang Saham   | : Hj. Makhdumah, S.Pd., M.Pd.<br>Dr. H. Yuhronur Effendi, M.B.A.                                     |
| 2. Komisaris Utama  | : Dr. H. Deddi Nordiawan, M.M.   |
| 3. Komisaris  | : Drs. H. Nyuwito, M.M.  |
| 4. Ketua DPS  | : K.H. Abdul Aziz Choiri   |
| 5. Direktur Utama   | : Swida Dwi Handojo, S.E.  |
| 6. Direktur Operasional yang Membawahkan Fungsi Kepatuhan | : Anwar, S.E.  |
| 7. Kepala Bagian Marketing                                | : Arof Muhajir, S.H.   |
| 8. Kepala Bagian Keuangan, Pelaporan, dan Umum            | : Lucky Luvina Herdinasari, S.Ak.  |
| 9. Kepala Bagian Operasional                              | : Chairul Ummah, S.EI.   |
| 10. PE <i>Audit Intern</i>                                | : Andie Prasetyo, S.Pn.  |
| 11. PE Kepatuhan & <i>Manrisk</i>                         | : Adella Setya Purwa S, A.Md.  |
| 12. <i>Account Officer</i>                                | : Eko Wahyu Kurniawan, S.IP.<br>Tohir, S.HI.<br>Alfi Wahyudi, S.E.<br>Moch. David Septyalam P, S.Kom |
| 13. <i>Funding Officer</i>                                | : Martha Nisaul Fitria, S.Tr.Ak.   |
| 14. Staf Admin Pembiayaan                                 | : Fahny Rizal, S.Sos.  |

15. *Teller* : Sania Nabillah, S.E.
16. *Customer Service* : Diah Anggun Nurfatma, S.M.
17. Staf *Legal & Appraiser* : Misbakhul Munir, S.H.
18. Staf Akuntansi : Ratna Suminar, S.Ak.
19. Staf Umum, Kesekretariatan, PP MAN : Feni Luthfiana, S.Kom.
20. Staf IT, SLIK, PP SMPN 1 : Moh. Alif Bahtiar, S.El.
21. Staf SDM : Novianti Yuda Puspita, S.Pi.

#### 4.1.4. Produk dan Aplikasi Akad

Adapun produk maupun layanan yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan diantaranya yaitu:

##### 4.1.4.1 Produk Penghimpunan Dana

###### 4.1.4.1.1 Produk Tabungan

Tabungan dapat didefinisikan sebagai simpanan berupa uang dari pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan kapanpun. Diantara produk tabungan yang tersedia yaitu:

##### 1. Tabungan *Mudharabah*

Tabungan pada Bank Madinah yang dijalankan menggunakan akad *mudharabah* yaitu Tabungan Sibarkah (Simpanan Berkah Ummah). Dalam tabungan ini, nasabah (*shahibul maal*) berhak untuk memperoleh bagi hasil dari Bank Madinah selaku pengelola (*mudharib*) berdasarkan nisbah yang disepakati dan tertuang dalam akad pembukaan rekening. Adapun besarnya bagi hasil yang dibagikan yaitu sebesar 90% untuk pihak bank dan 10% untuk nasabah yang akan diberikan disetiap akhir bulan.

## 2. Tabungan *Wadiah*

Adapun tabungan yang operasionalnya menggunakan akad *wadiah* terdiri dari Tabungan Qordiyu, Tabungan Al-Madinah (Tabungan Haji), Tabungan Qurban, Tabungan Tarbiyah, Tabungan Simpel iB (Tabungan Pelajar iB), Tabungan Arofah (Tabungan Umroh), Tabungan Walimah, serta Tabungan Sibermas (Simpanan Berkah Masjid).

### 4.1.4.1.2 Deposito

Deposito yang diterapkan pada Bank Madinah yaitu deposito *mudharabah* ummat. Deposito *mudharabah* ummat merupakan tabungan berjangka yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqoh*, dimana dana tersebut akan digunakan sebagai investasi produktif berupa pembiayaan kepada masyarakat, pengusaha, maupun perorangan.

Penarikan dana deposito ini hanya dapat dilakukan berdasarkan jangka waktu yang dipilih, yakni 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, serta 12 bulan. Bagi hasil yang akan diberikan pada nasabah deposito ini akan dibagikan di setiap akhir bulan berdasarkan nisbah dari keuntungan yang diperoleh Bank Madinah dalam mengelola dana deposito tersebut.

### 4.1.4.2 Produk Penyaluran Dana

#### 1. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* dapat didefinisikan sebagai pembiayaan yang dijalankan dengan sistem jual beli, dimana pihak Bank Madinah akan membantu setiap nasabahnya dalam membiayai pembelian barang yang dibutuhkan guna

modal usaha ataupun konsumtif. Pembiayaan *murabahah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu untuk perorangan dan lembaga/instansi.

## 2. Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* merupakan proses pembiayaan yang terjadi antara Bank Madinah dan juga nasabah yang keduanya menggabungkan modalnya untuk menjalankan usaha. Apabila memperoleh keuntungan akan dibagi berdasarkan kesepakatan di awal akad, sedangkan apabila terjadi kerugian akan ditanggung bersama sesuai kontribusi modal masing-masing. Pembiayaan *musyarakah* ini bisa digunakan untuk kegiatan usaha yang meliputi usaha pertanian padi, tambak ikan, ternak ayam, maupun kontraktor.

### 4.1.4.3 Layanan Jasa

Adapun layanan jasa yang disediakan oleh Bank Madinah yaitu *Madinah Payment System* (Sistem Pengelolaan Keuangan Sekolah). *Madinah payment system* merupakan layanan yang disediakan guna mempermudah pengelolaan keuangan sekolah yang bekerjasama dengan PT. BPR Syariah Madinah Lamongan.

## 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

### 4.2.1 Implementasi Produk dan Layanan Jasa di PT BPR Syariah Madinah Lamongan

#### 4.2.1.1 Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dalam bentuk giro tidak ada di Bank Madinah Lamongan, sehingga penghimpunan dananya hanya terdiri dari dua jenis produk, yaitu tabungan dan deposito.



## 1. Produk Tabungan

Tabungan dijalankan menggunakan dua jenis akad, yakni tabungan *mudharabah* dan tabungan *wadiah*. Ibu Chairul Ummah selaku Kepala Bagian Operasional Bank Madinah mengatakan bahwa “sesuai akadnya, tabungan itu kan titipan. Ada dua jenis, yaitu *mudharabah* dan *wadiah*. Kalau yang *mudharabah* berarti ada bagi hasil, kalau yang akad *wadiah* itu pure titipan” (Ummah, 2022);

Dalam tabungan *mudharabah*, pihak Bank Madinah akan menerima sejumlah uang dari nasabah dengan prosedur tertentu guna dijadikan sebagai modal dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Penabung akan berperan sebagai pemilik dana (*shahibul maal*), sedangkan Bank Madinah sebagai pengelola dana (*mudharib*). Nasabah yang menabung menggunakan akad *mudharabah* akan memperoleh bagi hasil yang telah ditetapkan dan sudah ditentukan prosentase nisbahnya sesuai kesepakatan di awal akad, yakni 90% untuk Bank Madinah dan 10% untuk nasabahnya.

Bagi hasil ini wajib diberikan kepada para nasabahnya yang menabung dengan akad *mudharabah* di setiap bulannya. Bagi hasil pada tabungan *mudharabah* dihitung berdasarkan metode *revenue sharing*, yakni pendapatan total sebelum dikurangi biaya-biaya. Bagi Hasil yang akan diberikan pada nasabah akan dipotong sebanyak 2,5% untuk zakat. Jika jumlah saldo tabungan nasabah telah mencapai nominal Rp 7.500.000, maka akan dikenakan pajak senilai 20%. Pajak tersebut akan diambil dari bagi hasil yang diberikan. Misalnya bagi hasil sebesar Rp 10.000, maka akan dikurangi sebanyak 20% untuk biaya pajak.

Sebagaimana dengan nasabah tabungan *mudharabah*, nasabah yang menabung menggunakan akad *wadiah* juga akan memperoleh keuntungan dalam bentuk bonus. Akan tetapi pihak bank tidak wajib untuk memberikannya. Jika Bank Madinah memperoleh pendapatan yang besar dari dana *wadiah*, Bank Madinah akan memberikan bonus kepada nasabah tabungan *wadiah*. Besarnya presentase bonus yang akan diberikan tidak bisa dipastikan, karena disesuaikan dengan kebijakan bank.

## 2. Produk Deposito

Selain produk tabungan, kegiatan penghimpunan dana pada bank syariah juga berupa deposito *mudharabah* atau tabungan dengan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, serta 12 bulan. Dalam deposito *mudharabah* ini, nasabah bisa melakukan perpanjangan apabila telah jatuh tempo, sebagaimana yang telah dikatakan oleh Ibu Chairul Ummah selaku Kepala Bagian Operasional, yakni “dalam deposito, pihak bank selalu melakukan konfirmasi ke nasabahnya mau diperpanjang atau mau dicairkan sebelum jatuh tempo. Jadi pasti kita hubungi nasabahnya” (Ummah, 2022);

Bank Madinah akan berperan sebagai *mudharib*, sedangkan nasabah sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana. Adapun bagi hasilnya disesuaikan dengan nisbah yang disepakati. Untuk deposito 1 bulan, bagi hasil yang diberikan pada nasabah sebesar 15%, sedangkan 95% nya untuk Bank Madinah. Kemudian untuk deposito 3 bulan, nasabah akan memperoleh bagi hasil sebesar 20%, sedangkan Bank Madinah akan memperoleh sebesar 80%. Adapun pada deposito 6 bulan, nasabah berhak memperoleh bagi hasil sebesar 25%, sedangkan Bank Madinah

sebesar 75%. Berbeda halnya dengan deposito 12 bulan, bagi hasil yang akan diberikan pada nasabah adalah sebesar 30%, sedangkan 70% nya untuk Bank Madinah.

Terkait dengan produk penghimpunan dana ini, saya telah melakukan wawancara pada 10 orang nasabah. *Ibu Tri ketika wawancara mengatakan bahwa “saya menabung disini itu yang pertama karena syariah mbak. Yang nabung nanti juga dapet bagi hasilnya juga. Syaratnya sangat mudah sekali, jadi saya juga percaya nabung disini” (Tri, 2022);*

Selain itu, *Bapak Kusmin selaku nasabah tabungan mudharabah ketika proses wawancara mengatakan bahwa: “saya nabung disini itu sudah sekitar tujuh tahunan mbak. Alasannya ya karena pingin aja, untuk menyimpan sebagian penghasilan saya. Prosesnya mudah, ga banyak syarat” (Kusmin, 2022);*

Kemudian *Adik Nita selaku nasabah tabungan wadiah mengatakan bahwa: “saya menabung disini karena diwajibkan dari pihak sekolah, kebetulan sekolah bekerjasama dengan Bank Madinah. Selain itu ya untuk melatih menabung sejak dini. Syaratnya cukup mudah, diuruskan dari sekolah juga mbak” (Nita, 2022);*

Selanjutnya *Ibu Ida selaku nasabah tabungan mudharabah mengatakan bahwa “nasabah yang menabung itu dapet bagi hasil, lebih enak karena tidak ada potongan sama sekali, tidak ada biaya admin juga. Sudah sekitar satu tahunan saya menabung ini” (Ida, 2022);*

Sebagaimana *Ibu Ida, Ibu Rani) yang juga merupakan nasabah tabungan mudharabah mengatakan bahwa: “Proses pelayanan disini cepat dan mudah sekali prosesnya. Uang tabungan bisa saya ambil kapanpun. Saat saya butuh ya saya*

*ambil. Lama sekali mbak saya nabung ini, sudah sekitar 11 tahun. Sangat merasa terbantu sekali, karena ya itu tadi, uangnya bisa diambil kapan saja” (Rani, 2022);*

Selain itu, Bapak Rohim selaku nasabah tabungan mudharabah juga mengatakan bahwa *“saya nabung disini itu sekitar 3 tahun mbak. karena setorannya ringan. Gaada biaya admin. Pokoknya biaya-biaya yang lain itu gaada. Pelayanannya juga bagus, ramah” (Rohim, 2022);*

Selanjutnya yaitu Adik Dita yang merupakan salah satu nasabah tabungan wadiah mengatakan bahwa *“saya senang nabung disini karena nanti bisa dapat hadiah kalau tabungannya banyak. Disuruh sekolah juga untuk nabung” (Dita, 2022).*

Adapun hasil wawancara dari Ibu Tatik yang merupakan salah satu tabungan mudharabah yaitu *“alasan nabung disini ya pengen aja buat celengan masa depan. Ada bagi hasilnya juga jadi lumayan mbak. Sudah sekitar 2 tahun saya nabung disini. Pelayanan ramah, syarat juga tidak ribet” (Tatik, 2022);*

Begitu juga dengan Ibu Wiwin yang menjadi salah satu nasabah tabungan mudharabah mengatakan bahwa *“gimana ya mbak, kalau nabung disini itu gaada potongannya, gaada biaya tambahan pokoknya. Mudah banget mbak, malah dapat bagi hasilnya juga” (Wiwin, 2022);*

Adapun yang terakhir hasil wawancara dari salah satu nasabah tabungan wadiah, yaitu Adik Selvi yang mengatakan bahwa *“alasan nabung disini ya pengen aja mbak, itu bisa buat melatih menabung sejak dini juga. Syarat-syaratnya juga mudah sekali, pelayanannya ramah” (Selvi, 2022);*

Berdasarkan pernyataan yang telah disampaikan oleh beberapa nasabah tersebut, peneliti dapat menarik hasil bahwa nasabah cenderung untuk memilih menyimpan dananya di Bank Madinah dikarenakan terdapat bagi hasil yang diberikan, pelayanan sangat ramah dan memuaskan, serta syarat-syarat yang mudah untuk dipenuhi. Dalam tabungan *mudharabah* ini, selain dapat menyimpan dananya, nasabah juga akan memperoleh keuntungan dalam bentuk bagi hasil yang diberikan oleh PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

#### 4.2.1.2 Penyaluran Dana

Dana yang telah dihimpun oleh Bank Madinah akan disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dengan sistem bagi hasil (*musyarakah*) dan pembiayaan dengan sistem jual beli (*murabahah*). Terkait dengan hal ini, *Ibu Chairul Ummah (Ummah, 2022) selaku Kepala Bagian Operasional dalam wawancara, yakni:*

*“Untuk pembiayaan mudharabah saat ini sudah tidak ada dek. Sebenarnya sama aja antara mudharabah sama musyarakah. Cuma untuk mudharabah, kita itu pure shahibul maal, bank sebagai shahibul maal kan ya, dan nasabah hanya sebagai mudharib. Kalau dalam musyarakah porsi dananya dibagi, dimana bank cuma porsinya sebesar 10% dari kebutuhan nasabah”;*

Pembiayaan *mudharabah* di Bank Madinah untuk saat ini sudah tidak ada. Hal ini dikarenakan dalam pembiayaan *mudharabah*, Bank Madinah murni sebagai *shahibul maal* untuk berkontribusi modal sebesar 100% dan juga memantau kegiatan nasabahnya, sedangkan nasabah hanya sebagai *mudharib*, sehingga itu terlalu beresiko bagi Bank Madinah.

Karena nasabah tidak memiliki kontribusi modal, ada beberapa dari mereka yang kurang bertanggung jawab atas dana tersebut karena dianggap bukan milik

pribadinya, sehingga rasa untuk memaksimalkan penggunaan dana tersebut cenderung berkurang. Akan tetapi, jika nasabah turut berkontribusi dana, maka mereka akan berusaha untuk memaksimalkan penggunaannya, karena jika terjadi kerugian, maka nasabah juga akan merugi atas penyertaan modal tersebut. Oleh karenanya, untuk menghindari hal tersebut, maka Bank Madinah memilih untuk menerapkan pembiayaan *musyarakah*.

Selain itu, pembiayaan *ijarah* juga masih belum diterapkan di Bank Madinah. Hal ini juga telah disampaikan oleh Ibu Chairul Ummah ketika proses wawancara, yakni “*kalau ijarah disini belum ada dek, belum jalan. Tapi kemaren masih digadang rencana untuk dijalankan, Cuma miah belum jalan. Karena kalau kita mengeluarkan produk baru itu pasti butuh kajian, butuh ngobrol sama DPS juga*” (Ummah, 2022);

Pembiayaan *ijarah* masih belum diterapkan di Bank Madinah, tetapi sudah direncanakan. Hal ini dikarenakan jika Bank Madinah mengeluarkan produk baru pasti membutuhkan kajian, serta berdiskusi dengan pihak DPS terlebih dahulu. Selain itu, implementasi satu produk tidak cukup hanya dengan menggunakan satu akad saja, sehingga untuk mengeluarkan produk baru harus memiliki rencana yang matang.

#### 1. Pembiayaan *Musyarakah*

Dalam pembiayaan *musyarakah*, porsi modalnya dibagi antara pihak bank dan juga nasabah. Pihak Bank Madinah hanya membiayai sebesar 10% dari dana yang dibutuhkan oleh nasabah, sedangkan 90% nya berasal dari nasabah sendiri. Misal nasabahnya butuh 100 juta, maka hanya 10% yang dibiayai oleh Bank

Madinah. Jadi nanti hasil yang diperoleh dari 10 juta tersebut, Bank Madinah juga hanya akan memperoleh bagi hasil sebesar 10%.

Pihak Bank Madinah disini tidak memberikan batasan terkait jenis usaha yang akan dijalankan oleh nasabahnya. Pernyataan ini telah disampaikan oleh *Ibu Chairul Ummah (Ummah, 2022) selaku Kepala Bagian Operasional. Beliau mengatakan bahwa:*

*“Bagi hasil itu sebenarnya kita tidak terikat dengan usahanya itu apa. Cuma disini kita mayoritasnya pertanian sama kontraktor. Pembiayaan ini dilakukan per periode, tidak ada angsuran per bulanan kan, cuma periode. Jadi disitu kayak semacam pertanian. Disini nasabah harus membayar angsuran saat panen tersebut”;*

Selain pertanian, pembiayaan *musyarakah* juga digunakan untuk usaha dalam bentuk kontraktor karena juga termasuk usaha periode, bukan bulanan. Hal ini telah disampaikan oleh *Ibu Chairul Ummah selaku Kepala Bagian Operasioanal. Beliau mengatakan bahwa: “Kontraktor itu juga kan enggak bulanan. Pengerjaan proyeknya itu ada yang tiga bulan, ada yang empat bulan, ada yang sampai kalau memang pengerjaannya belum selesai, belum memenuhi target itu bisa diperpanjang juga. Biasanya kita ambil enam bulan” (Ummah, 2022);*

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa kontraktor merupakan salah satu bentuk usaha dari pembiayaan *musyarakah*, dikarenakan dilakukan per periode, bukan dalam bentuk bulanan. Apabila proyek yang dijalankan oleh nasabah belum mencapai target, maka jangka waktu tersebut bisa diperpanjang oleh pihak bank syariah.

## 2. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan ini dapat digunakan untuk beberapa hal *sebagaimana telah disampaikan oleh Ibu Chairul Ummah yakni: “Pembiayaan murabahah untuk modal kerja, pembelian kendaraan (mobil atau sepeda), terus juga untuk pembiayaan renovasi rumah, ada juga yang untuk konsumtif (keperluan rumah tangga) seperti laptop, maupun penunjang aktivitas lainnya. Terus bisa juga untuk pembelian sofa dan keperluan rumah lainnya” (Ummah, 2022);*

Dalam pembiayaan *murabahah*, Bank Madinah akan menyediakan barang yang dibutuhkan dengan cara menjualnya kepada nasabah disertai tambahan keuntungan dari harga awal yang telah disepakati. Nasabah harus mengangsur kepada Bank Madinah selama jangka waktu yang ditetapkan dengan memperhatikan kemampuan nasabah ataupun pendapatan di setiap bulannya (Rivai dan Permata, 2008).

Penerapan pembiayaan *murabahah* ini tidak cukup hanya menggunakan satu akad saja, tetapi juga membutuhkan kolaborasi beberapa akad yang nantinya akan dijadikan satu untuk saling melengkapi. *Murabahah* pada dasarnya adalah akad jual beli, tetapi terkadang juga membutuhkan adanya akad *wakalah* (penguasaan) sebagai penunjang.

*Wakalah* sendiri itu adalah mewakilkan, dimana Bank Madinah akan memberikan uangnya kepada nasabah dan memberi kesempatan pada nasabah untuk bebas mencari barang yang dibutuhkan, dengan syarat bukti pembayaran harus diserahkan serta barang yang dibeli harus difoto sebagai bukti bahwa dana pembiayaan benar-benar diperuntukkan pada barang tersebut.



Nasabah cenderung memilih untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Madinah ini dikarenakan syarat-syarat yang diberikan cukup mudah, pelayanan bagus, serta angsuran lebih ringan. Bapak Supri yang merupakan salah satu nasabah pembiayaan mengatakan bahwa “ya gimana mbak, saya lagi butuh modal usaha. Kebetulan Direktur disini teman saya, jadi direkomendasikan untuk ambil pembiayaan disini. Syarat-syaratnya juga sangat mudah sekali” (Supri, 2022);

Sebagaimana Bapak Supri, Ibu Desi juga mengatakan bahwa: “Enaknya ambil pembiayaan disini itu angsurannya ringan mbak, beda sama bank-bank yang lain. Saya saja sudah ambil dua kali disini. Yang dilunasi saat jatuh tempo cuma pokoknya saja, tanpa biaya-biaya lain. Syarat-syaratnya juga mudah, tidak ribet sama sekali mbak” (Desi, 2022);

Selain itu, Bapak Ahmad (Ahmad, 2022) yang juga merupakan nasabah pembiayaan mengatakan bahwa:

“Disini itu luwes mbak. Saya sudah dua tahunan ambil pembiayaan disini. Misalnya saya lagi butuh dana musiman bisa langsung ngajuin kesini. Waktu pengajuan ada beberapa berkas saya yang kurang lengkap waktu itu tapi masih dimaklumi, jadi saya bisa nyetor besoknya lagi. Pokoknya pelayanannya sudah cukup baik”;

Selanjutnya yaitu hasil wawancara dari Ibu Fatimah. yang mengatakan bahwa “kalo ngajuin pembiayaan disini itu amanah. Syarat-syaratnya juga mudah dan tidak ribet sama sekali mbak. Saya sudah dua kali mengajukan pembiayaan dan sangat terbantu sekali buat modal usaha” (Fatimah, 2022);

Ibu Yuli (Yuli, 2022) selaku nasabah pembiayaan ketika proses wawancara berlangsung juga mengatakan bahwa:

*“Saya ambil pembiayaan disini itu untuk konsumtif mbak, beli laptop dan peralatan kantor lainnya. Syaratnya juga tidak ribet. Kebetulan saya dari lembaga, jadi tidak perlu nyerahin jaminan seperti BPKB dan sebagainya. Jadi Cuma pakai SK aja soalnya lembaga”;*

Selanjutnya yaitu hasil wawancara dari Ibu Iis yang mengatakan bahwa *“syarat buat daftar disini itu mudah mbak, tidak ribet. Waktu itu saya lagi butuh modal buat usaha. Saya juga sudah mengajukan 4 kali disini, kalau dihitung ya sekitar 3 tahunan. Yang melayani disini itu ya ramah-ramah, enak” (Iis, 2022);*

Begitu juga dengan Ibu Tini yang mengatakan bahwa: *“Saya lagi butuh modal usaha mbak, kebetulan temen saya juga nasabah disini, saya disaranin ikut ngajuin. Ketika pengajuan juga saya tidak ada kesulitan, syarat-syaratnya itu mudah, pelayanan ramah. Sudah hampir 3 tahunan saya disini mbak” (Tini, 2022);*

Kemudian Bapak Tohir (Tohir, 2022) ketika wawancara juga menyampaikan bahwa:

*“Saya ngajuin disini yang pertama itu ya karena syariah. Prosenya paling mudah sekali diantara bank-bank yang lain. Tempat saya bekerja itu bekerjasama dengan Bank Madinah, jadi saya ngajuin disini juga biar lebih enak. Pelayanan disini itu sangat baik. Komunikasinya ramah. Meskipun lagi telat bayar, mereka tetap melayani dan berkomunikasi dengan baik”;*

Adapun dengan Ibu Rima yang juga sebagai nasabah pembiayaan mengatakan bahwa *“kalau ambil pembiayaan disini itu pencairannya cepat, pelayanannya juga bagus. Saya ambilnya itu untuk beli-beli barang mbak, apa itu kalau ga salah konsumtif ya. Syarat pengajuan juga mudah sekali untuk dipenuhi” (Rima, 2022);*

Kemudian yang terakhir yaitu dari Ibu Yani (Yani, 2022) yang juga mengatakan bahwa:

*“Saya ambil pembiayaan disini itu untuk modal usaha. Kebetulan pegawai Bank Madinah ini ada yang satu kampung dengan saya, sehingga saya*

*direkomendasikan. Sudah lama sekali mbak saya ngajukan ini. Persyaratannya cukup mudah, tidak harus dikumpulkan saat itu juga. Misalnya ada berkas yang kurang itu bisa menyusul”;*

Berdasarkan hasil dari beberapa wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa nasabah cenderung untuk memilih menjadi nasabah pembiayaan di PT BPR Syariah Madinah Lamongan dikarenakan pelayanan bagus dan memuaskan, pencairannya cepat, serta syarat-syarat yang diperlukan mudah untuk dipenuhi oleh setiap calon nasabah.

Jika nasabah pembiayaan tidak mampu melunasi pembiayaannya, maka yang dibebankan kepada nasabah hanya sisa pokoknya dan juga margin *sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Chairul Ummah “ketentuan memang kita sampaikan ke semua nasabah, memang kita dari awal itu berkomitmen. Jadi yang wajib dilunasi hanya seluruh sisa pokok dan margin” (Ummah, 2022);*

#### 4.2.1.3 Layanan Jasa

Adapun layanan jasa yang ada di PT BPR Syariah Madinah Lamongan diantaranya yaitu *madinah payment system* (sistem pengelolaan keuangan sekolah). *Madinah payment system* merupakan layanan yang disediakan guna mempermudah pengelolaan keuangan di setiap sekolah yang bekerjasama dengan PT. BPR Syariah Madinah Lamongan.

Terkait dengan *madinah payment system* ini, Ibu Chairul Ummah (Ummah, 2022) selaku Kepala Bagian Operasional Bank Madinah Mengatakan bahwa:

*“Dalam madinah payment system ini, Bank Madinah bekerjasama dengan tiga lembaga, yaitu SD Muhammadiyah Lamongan, SMPN 1 Lamongan, serta MAN 1 Lamongan. Disini perwakilan dari pihak Bank Madinah akan mendatangi setiap lembaga tersebut setiap tanggal 1-15 untuk membantu mengurus biaya-biaya sekolah. Nah di masing-masing lembaga tersebut terdapat Bank Madinah mini guna melakukan pembayaran”;*

Pihak Bank Madinah akan mendatangi masing-masing lembaga mulai tanggal 1-15 setiap bulannya. Pada tanggal tersebut siswa bisa melakukan pembayaran SPP di sekolah masing-masing. Akan tetapi, jika sudah melewati tanggal 15, siswa yang ingin melakukan pembayaran harus datang ke Kantor Bank Madinah yang terletak di Jl, Lamongrejo No. 7, Jetis, Lamongan. Selain untuk membayar SPP, siswa juga bisa sekaligus untuk menabung SimPel iB, yakni tabungan yang dikhususkan bagi pelajar.

#### 4.2.2 Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

##### 4.2.2.1 Penghimpunan Dana

Terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh pihak Bank Madinah agar dapat terus meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dananya, diantaranya yaitu:

##### 1. Kualitas Pelayanan

Nasabah cenderung memilih menyimpan dana di Bank Madinah dikarenakan pelayanan yang diberikan sangat baik. Ketika wawancara berlangsung, Ibu Rani mengatakan bahwa *“Proses pelayanan disini cepat dan mudah sekali prosesnya. Uang tabungan bisa saya ambil kapanpun. Saat saya butuh ya saya ambil. Lama sekali mbak saya nabung ini, sudah sekitar 11 tahun. Sangat merasa terbantu sekali, karena ya itu tadi, uangnya bisa diambil kapan saja”* (Rani, 2022);

Sebagaimana dengan Ibu Rani, Bapak Rohim ketika wawancara juga mengatakan bahwa *“saya nabung disini itu sekitar 3 tahun mbak. karena setorannya ringan. Gaada biaya admin. Pokoknya biaya-biaya yang lain itu gaada. Pelayanannya juga bagus, ramah”* (Rohim, 2022);

Selain memberikan pelayanan yang baik dan ramah, terdapat beberapa hal yang Bank Madinah lebihkan daripada lembaga yang lain, yakni adanya fasilitas jemput bola. Terkait dengan hal ini, *Ibu Chairul Ummah (Ummah, 2022)* selaku *Kepala Bagian Operasional* mengatakan bahwa:

*“Jadi nasabah yang menabung tidak harus datang ke bank. Tapi bisa juga dijemput ke lokasi. Contohnya saja kemarin saya habis datang ke pasar untuk mengambil tabungan nasabah dua orang. Walaupun mereka nabungnya gak banyak kita tetep ambil. Sama halnya dengan nasabah pembiayaan. Mereka kalau mau ngangsur juga bisa dengan penjemputan oleh pihak marketing”;*

Oleh karenanya, agar jumlah nasabah penghimpunan dana bisa mengalami peningkatan, Bank Madinah akan terus menerapkan dan memperbaiki kualitas pelayanannya. *Hal ini telah dikatakan oleh Ibu Chairul Ummah (Ummah, 2022)* yakni *“agar jumlah nasabah bisa meningkat salah satunya ya itu tadi, kita harus menerapkan pelayanan yang sesuai standar SOP. Kalau pelayanan bagus kan juga nasabah akan senang jika bergabung dengan kita”;*

## 2. Bagi Hasil

Selain karena pelayanannya, nasabah memilih menyimpan dananya di Bank Madinah juga karena ada bagi hasil maupun bonus yang akan diberikan, *sebagaimana yang telah dikatakan oleh Ibu Tatik ketika proses wawancara, yakni “alasan nabung disini ya pengen aja buat celengan masa depan. Ada bagi hasilnya juga jadi lumayan mbak. Sudah sekitar 2 tahun saya nabung disini. Pelayanan ramah, syarat juga tidak ribet” (Tatik, 2022);*

Pernyataan Ibu Tatik ini diperkuat oleh *pernyataan Ibu Tri ketika proses wawancara, yakni “saya menabung disini itu yang pertama karena syariah mbak.*

*Yang nabung nanti juga dapet bagi hasilnya juga. Syaratnya sangat mudah sekali, jadi saya juga percaya nabung disini” (Tri, 2022);*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa nasabah memilih menabung di Bank Madinah dikarenakan ada bagi hasil yang akan diberikan. Nasabah yang menabung menggunakan akad *wadiah* juga akan memperoleh bonus sebagaimana bagi hasil yang diberikan pada tabungan *mudharabah*. Oleh karenanya, disini Bank Madinah akan terus berusaha mengembangkan bagi hasil dan bonusnya agar semakin banyak nasabah yang tertarik untuk menempatkan dananya di Bank Madinah.

### 3. Promosi

Selain pelayanan dan juga bagi hasil, Bank Madinah juga akan terus gencar melakukan promosi agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui mengenai produk tabungan yang ada di Bank Madinah. Adapun promosi yang biasanya dilakukan yakni melalui sosial media, *website*, serta promosi *door to door*. Terkait dengan promosi, *Bapak Hajir (Hajir, 2022) selaku Kepala Bagian Marketing mengatakan bahwa:*

*“Disini kan ada pihak marketing yang bagian mempromosikan. Mereka awalnya itu menyampaikan kepada keluarga maupun teman-teman terdekatnya dulu. Sekarang kita juga lebih fokus ke instagram, website. Terus kita juga memasarkan melalui door to door itu tadi. Biasanya itu grebek pasar, bisa datang ke sekolahan untuk funding. Kita juga sering mengikuti pameran untuk mempromosikan”;*

#### 4.2.2.2 Penyaluran Dana

Sebagaimana dengan produk tabungan dan juga deposito, terdapat beberapa hal yang harus dijalankan oleh pihak Bank Madinah agar dapat meningkatkan

jumlah nasabah pembiayaannya, salah satunya yaitu terkait pelayanan yang diberikan.

Terkait dengan pelayanan, ketika wawancara berlangsung, *Ibu Iis* mengatakan bahwa “syarat buat daftar disini itu mudah mbak, tidak ribet. Waktu itu saya lagi butuh modal buat usaha. Saya juga sudah mengajukan 4 kali disini, kalau dihitung ya sekitar 3 tahunan. Yang melayani disini itu ya ramah-ramah, enak” (*Iis, 2022*);

Sebagaimana dengan *Ibu Iis*, *Bapak Tohir* (*Tohir, 2022*) ketika wawancara juga mengatakan bahwa:

“Saya ngajuin disini yang pertama itu ya karena syariah. Prosenya paling mudah sekali diantara bank-bank yang lain. Tempat saya bekerja itu bekerjasama dengan Bank Madinah, jadi saya ngajuin disini juga biar lebih enak. Pelayanan disini itu sangat baik. Komunikasinya ramah. Meskipun lagi telat bayar, mereka tetap melayani dan berkomunikasi dengan baik”;

Selain mengutamakan pelayanan, hal lain yang Bank Madinah lebihkan daripada lembaga lainnya, yakni adanya fasilitas jemput bola. Terkait dengan hal ini, *Ibu Chairul Ummah* (*Ummah, 2022*) selaku Kepala Bagian Operasional mengatakan bahwa:

“Jadi nasabah yang menabung tidak harus datang ke bank. Tapi bisa juga dijemput ke lokasi. Contohnya saja kemarin saya habis datang ke pasar untuk mengambil tabungan nasabah dua orang. Walaupun mereka nabungnya gak banyak kita tetep ambil. Sama halnya dengan nasabah pembiayaan. Mereka kalau mau ngangsur juga bisa dengan penjemputan oleh pihak marketing”;

Oleh karenanya, agar jumlah nasabah pembiayaan bisa mengalami peningkatan, Bank Madinah akan terus menerapkan dan memperbaiki kualitas pelayanannya. Hal ini telah dikatakan oleh *Ibu Chairul Ummah*, yakni “agar jumlah nasabah bisa meningkat salah satunya ya itu tadi, kita harus menerapkan

*pelayanan yang sesuai standar SOP. Kalau pelayanan bagus kan juga nasabah akan senang jika bergabung dengan kita” (Ummah, 2022);*

Selain fokus pada layanan yang diberikan, Bank Madinah juga akan terus gencar melakukan promosi agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui mengenai produk pembiayaan yang ada di Bank Madinah. Adapun promosi yang biasanya dilakukan yakni melalui sosial media, *website*, serta promosi *door to door*.

Terkait dengan promosi, *Bapak Hajir selaku Kepala Bagian Marketing mengatakan bahwa: “Kalau untuk mempromosikan produk, kita punya marketing funding dan marketing landing. Untuk produk kita bisa lewat media massa seperti instagram. Selain itu kita juga punya pihak marketing yang ditugaskan untuk mempromosikan kepada masyarakat” (Hajir, 2022);*

Adapun promosi yang paling sering digunakan oleh pihak *marketing* ketika memasarkan produk yaitu dengan cara *door to door*, *sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Hajir (Hajir, 2022) yakni:*

*“Disini kan ada pihak marketing yang bagian mempromosikan. Mereka awalnya itu menyampaikan kepada keluarga maupun teman-teman terdekatnya dulu. Sekarang kita juga lebih fokus ke instagram, website. Terus kita juga memasarkan melalui door to door itu tadi. Biasanya itu grebek pasar, bisa datang ke sekolahan untuk funding. Kita juga sering mengikuti pameran untuk mempromosikan”;*

Selain karena pelayanan maupun promosi yang dilakukan, nasabah lebih memilih untuk mengambil pembiayaan di Bank Madinah dikarenakan syarat-syaratnya sangat mudah serta proses pencairan dananya cepat. Dalam hal ini, *Ibu Desi mengatakan bahwa: “Enaknya ambil pembiayaan disini itu angsurannya ringan mbak, beda sama bank-bank yang lain. Saya saja sudah ambil dua kali*



*disini. Yang dilunasi saat jatuh tempo cuma pokoknya saja, tanpa biaya-biaya lain. Syarat-syaratnya juga mudah, tidak ribet sama sekali mbak” (Desi, 2022);*

Sama halnya dengan Ibu Desi, ketika proses wawancara, *Ibu Rima juga mengatakan bahwa “kalau ambil pembiayaan disini itu pencairannya cepat, pelayanannya juga bagus. Saya ambilnya itu untuk beli-beli barang mbak, apa itu kalau ga salah konsumtif ya. Syarat pengajuan juga mudah sekali untuk dipenuhi” (Rima, 2022);*

#### 4.2.2.3 Layanan Jasa

Agar nasabah semakin tertarik dengan layanan jasa yang disediakan, pihak Bank Madinah sangat mengutamakan pelayanan yang diberikan. Ketika melakukan pelayanan, terdapat hal lain yang Bank Madinah lebihkan daripada lembaga lainnya, yakni adanya fasilitas jemput bola. Terkait dengan hal ini, *Ibu Chairul Ummah (Ummah, 2022) selaku Kepala Bagian Operasional mengatakan bahwa:*

*“Dalam madinah payment system ini, Bank Madinah bekerjasama dengan tiga lembaga, yaitu SD Muhammadiyah Lamongan, SMPN 1 Lamongan, serta MAN 1 Lamongan. Disini perwakilan dari pihak Bank Madinah akan mendatangi setiap lembaga tersebut setiap tanggal 1-15 untuk membantu mengurus biaya-biaya sekolah. Nah di masing-masing lembaga tersebut terdapat Bank Madinah mini guna melakukan pembayaran”;*

Selain mengutamakan pelayanan, Bank Madinah juga terus melakukan promosi dengan mendatangi setiap lembaga untuk mempromosikan prosuknya. Terkait dengan promosi *madinah payment system*, *Bapak Hajir (Hajir, 2022) selaku Kepala Bagian Marketing mengatakan bahwa:*

*“Disini kan ada pihak marketing yang bagian mempromosikan. Mereka awalnya itu menyampaikan kepada keluarga maupun teman-teman terdekatnya dulu. Sekarang kita juga lebih fokus ke instagram, website. Terus kita juga memasarkan melalui door to door itu tadi. Biasanya itu grebek pasar, bisa datang ke sekolah. Kita juga sering mengikuti pameran untuk mempromosikan”;*

Hampir semua lembaga-lembaga yang ada di Lamongan telah didatangi oleh pihak *marketing* untuk melakukan promosi. Dari sekian banyaknya lembaga yang didatangi, hingga saat ini baru terdapat beberapa lembaga yang bekerjasama dengan Bank Madinah dalam hal pengelolaan keuangan sekolah. Oleh karenanya, Bank Madinah harus terus melakukan promosi agar semakin banyak lembaga yang mau bekerjasama terkait layanan *madinah payment system*.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Implementasi Produk dan Layanan di PT BPR Syariah Madinah Lamongan

##### 4.3.1.1 Penghimpunan Dana

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Malik, penghimpunan dana pada bank syariah berupa tabungan, giro, maupun deposito yang menggunakan akad *mudharabah* dan *wadiah*. Akan tetapi, Bank Madinah Lamongan tidak menyediakan produk giro, melainkan hanya produk tabungan dan deposito dalam penghimpunan dananya.

##### 1. Produk Tabungan

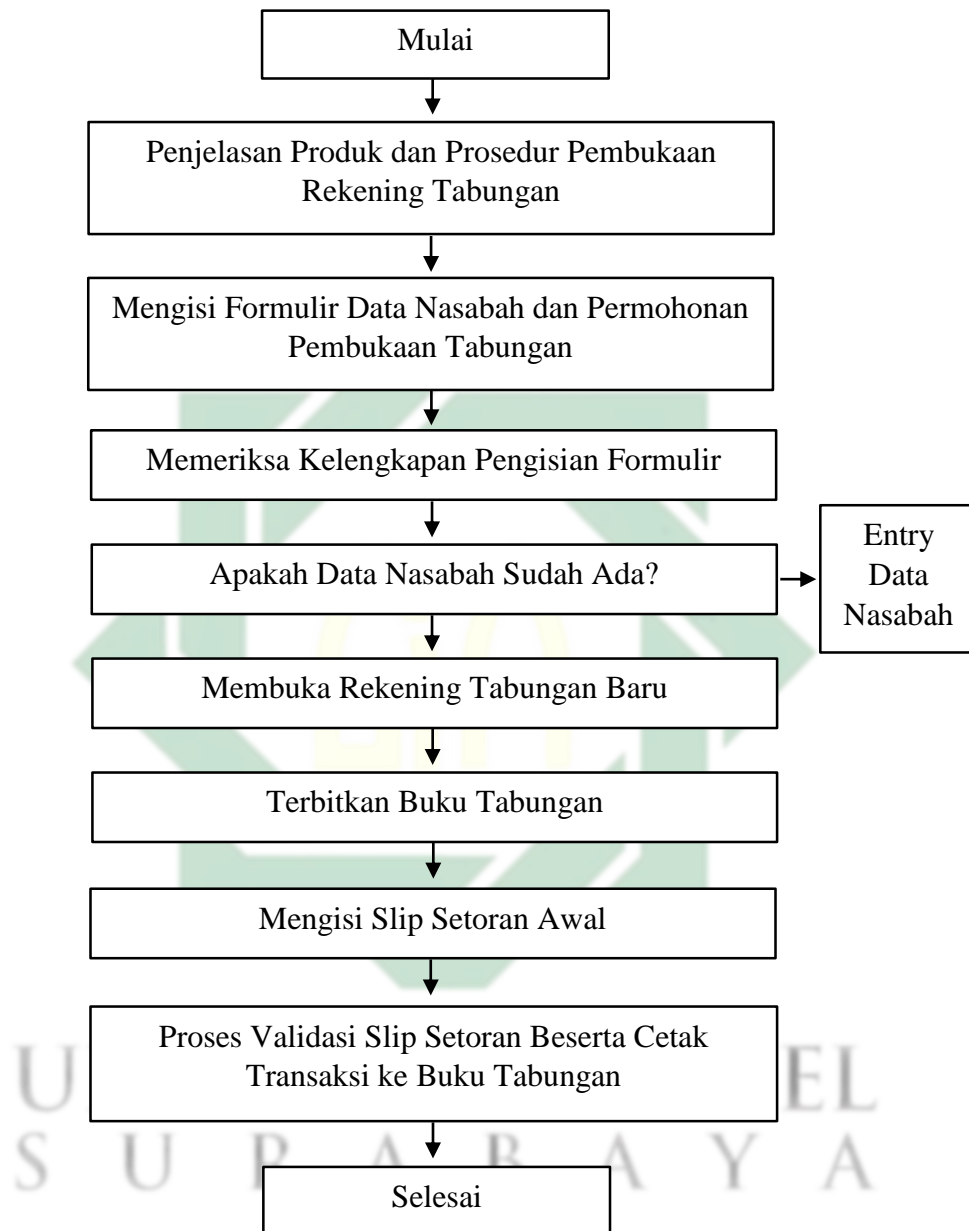
Produk tabungan yang ada di Bank Madinah terdiri dari dua jenis, yaitu tabungan *mudharabah* dan tabungan *wadiah*. Nasabah yang menabung *mudharabah* akan memperoleh bagi hasil. Hal ini telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Yazid, yakni nasabah penabung akan memperoleh bagi hasil jika dana yang dikelola menghasilkan keuntungan. Adapun nasabah yang menabung menggunakan akad *wadiah* hanya sebagai titipan murni tanpa ada bagi hasil yang akan diberikan.

Dana dari nasabah tabungan *mudharabah* akan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat, baik itu usaha kecil, menengah, hingga tingkat tinggi secara profesional dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Atas investasi dana tersebut, maka nasabah akan memperoleh bagi hasil yang diberikan oleh Bank Madinah sesuai nisbah yang telah disepakati.

Bank Madinah akan memberikan bagi hasil pada nasabahnya di setiap akhir bulan. Bagi hasil yang akan diberikan kepada nasabahnya dihitung berdasarkan metode *revenue sharing*, sehingga bagi hasilnya diperoleh dari pendapatan total sebelum dikurangi dengan biaya-biaya. Hal ini telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Veithzal Rivai, yakni bagi hasil yang akan dibagikan pada nasabahnya dihitung menggunakan dua metode, yaitu metode *revenue sharing* serta metode *profit and loss sharing*.

Adapun pada tabungan *wadiah*, nasabah akan memperoleh bonus sesuai dengan kebijakan yang ditentukan Bank Madinah, akan tetapi pihak bank tidak wajib untuk memberikannya. Jika Bank Madinah memperoleh pendapatan yang besar dari dana *wadiah*, bisa saja Bank Madinah merasa perlu dan ada kebijakan dari kantor untuk memberikan bonus sekian persen kepada nasabah tabungan *wadiah*. Besarnya presentase bonus yang akan diberikan tidak bisa dipastikan, karena disesuaikan dengan kebijakan bank.

Adapun alur pembukaan rekening tabungan dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.3 Alur Pembukaan Tabungan**

## 2. Deposito

Deposito *mudharabah* yang diterapkan oleh PT BPR Syariah Madinah Lamongan telah sesuai prinsip syariat Islam, sebagaimana yang telah tercatat dalam Fatwa DSN MUI, yakni “*deposito yang dibenarkan adalah deposito yang*

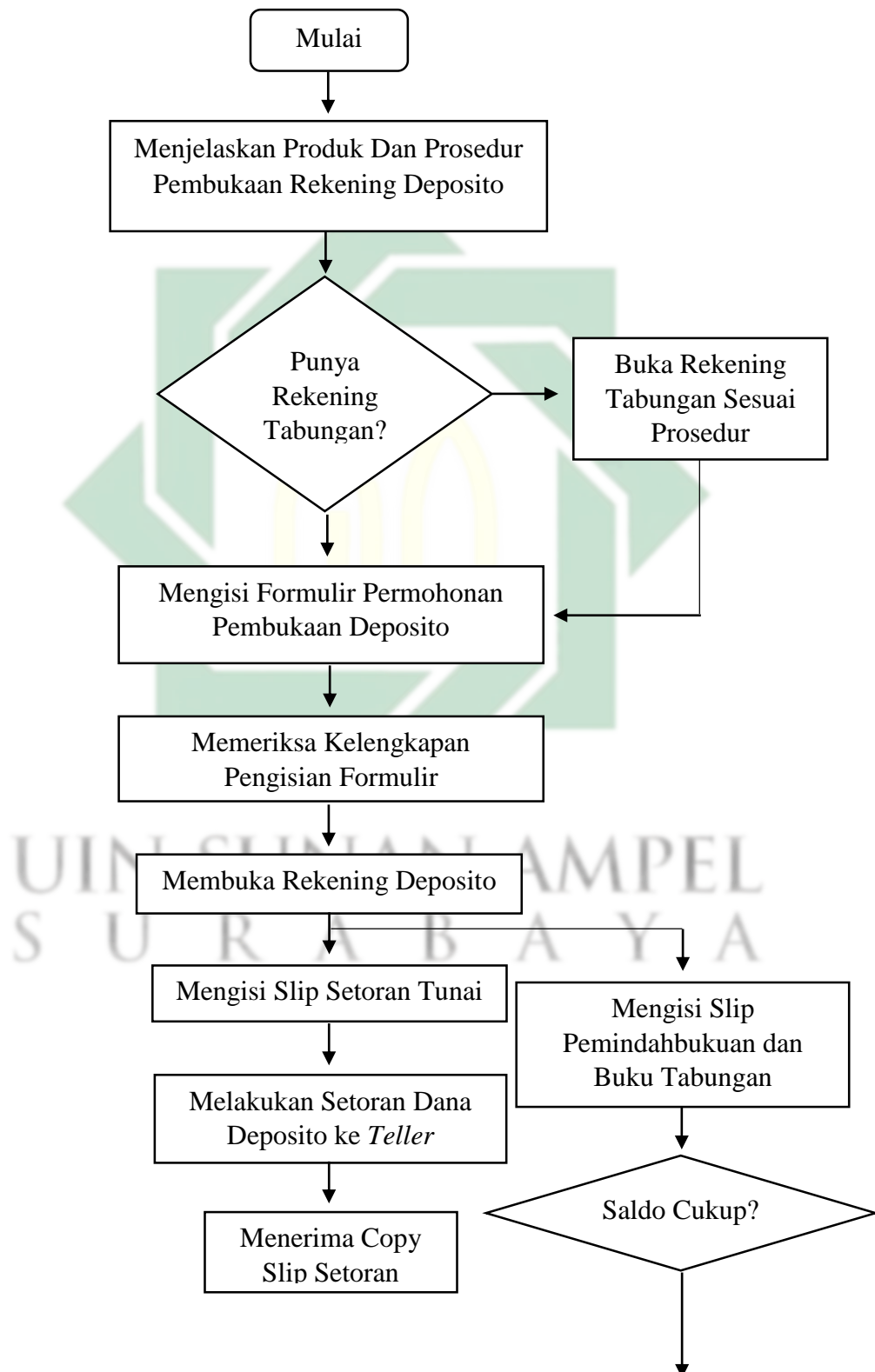
*berdasarkan pada prinsip mudharabah.*” Bank Madinah akan menerima dana deposito *mudharabah* kemudian memasukkannya ke dalam rekening investasi umum dengan menggunakan akad *mudharabah al-mutlaqoh*.

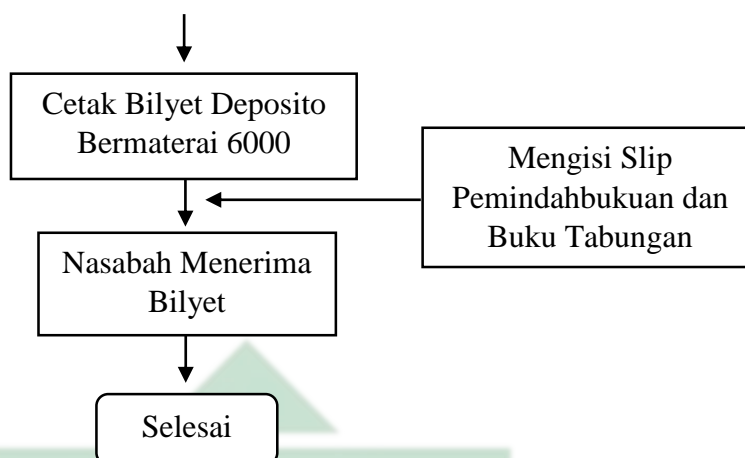
Deposito yang ada di Bank Madinah terdiri dari jangka waktu yang berbeda-beda, yakni 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, serta 12 bulan. Bank Madinah akan berperan sebagai pengelola dana, sedangkan nasabahnya berperan sebagai pemilik dana. Sebagai *mudharib*, Bank Madinah akan mempergunakan dana deposito *mudharabah* tersebut dalam hal pengelolaan investasi. Selain itu, Bank Madinah juga bisa mengembangkan usaha tersebut bersama pihak ketiga dengan tetap menjadi pengelola yang amanah.

Atas dana yang diinvestasikan tersebut, nasabah berhak untuk memperoleh bagi hasil yang akan dibagikan di setiap bulannya oleh Bank Madinah. Bagi hasil yang akan diberikan kepada nasabahnya dihitung berdasarkan metode *revenue sharing*. Hal ini telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Veithzal Rivai, yakni bagi hasil yang akan dibagikan pada nasabahnya dihitung menggunakan dua metode, yaitu metode *revenue sharing* serta metode *profit and loss sharing*.

Nasabah deposito *mudharabah* umat bisa melakukan perpanjangan jangka waktu sebelum jatuh tempo. Nasabah tersebut akan dievaluasi setiap akhir bulan oleh admin deposito, yakni *customer service* PT BPR Syariah Madinah Lamongan. Admin deposito akan terus mengevaluasi untuk mengetahui siapa saja nasabah yang akan jatuh tempo dalam bulan tersebut. Sebelum jatuh tempo, pihak bank akan melakukan konfirmasi kepada nasabahnya apakah mau diperpanjang atau justru mau mencairkan dana deposito tersebut.

Adapun alur pembukaan rekening deposito dapat dilihat pada gambar berikut:





**Gambar 4.4. Alur Pembukaan Deposito**

#### 4.3.1.2 Penyaluran Dana

Dana yang telah dihimpun oleh Bank Madinah dalam bentuk tabungan dan deposito akan disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang dijalankan oleh Bank Madinah hanya terdiri dari dua jenis, yakni pembiayaan dengan sistem bagi hasil (*musyarakah*) dan pembiayaan dengan sistem jual beli (*murabahah*).

##### 1. Pembiayaan *Musyarakah*

Bank Madinah dan juga nasabah dalam pembiayaan ini akan sama-sama berkontribusi modal untuk menjalankan suatu usaha. Dalam pembiayaan *musyarakah*, pihak Bank Madinah hanya membiayai sebesar 10% dari dana yang dibutuhkan oleh nasabah, sedangkan 90% nya berasal dari nasabah sendiri. Implementasi pembiayaan *musyarakah* pada Bank Madinah telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Bahri, yakni masing-masing pihak yang bekerjasama akan berkontribusi dan menggabungkan modalnya.

Atas dana yang dikontribusikan tersebut, Bank Madinah dan juga nasabah berhak untuk memperoleh bagi hasil yang akan diberikan di setiap bulannya. Bagi hasil yang akan diberikan dihitung berdasarkan metode *revenue sharing*. Hal ini telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Veithzal Rivai, yakni bagi hasil yang akan dibagikan pada nasabahnya dihitung menggunakan dua metode, yaitu metode *revenue sharing* serta metode *profit and loss sharing*.

Pembiayaan *musyarakah* di Bank Madinah ini identik dengan usaha pertanian serta kontraktor. Pembiayaan *musyarakah* dilakukan per periode (musiman), tidak ada angsuran per bulanan, sehingga kegiatan usaha yang cocok untuk musiman yaitu pertanian dan juga kontraktor. Sama halnya dengan pertanian, kontraktor dipilih menjadi salah satu usaha pembiayaan *musyarakah* karena dijalankan dalam bentuk periode, bukan bulanan.

Dalam pembiayaan *musyarakah*, terkadang ada nasabah yang mengalami kerugian dan ada juga nasabah yang curang, sehingga sebagian keuntungannya tidak diperuntukkan bagi bank madinah. Jika nasabah memang benar-benar mengalami kerugian, Bank Madinah memberikan ketentuan bahwa nasabah harus tetap mengembalikan minimal uang pokok penyertaan yang sebesar 10% tersebut. Selain itu, ada juga nasabah yang tidak mengalami kerugian, tetapi uang yang harus dibayarkan ke Bank Madinah justru digunakan untuk biaya konsumtif mereka. Setiap masalah yang mungkin timbul ini akan terus dievaluasi oleh bidang *marketing* dengan mengumpulkan data untuk mengetahui apakah nasabah benar-benar merugi atau tidak.



Jika ada kendala di lapangan, tim AO bisa memberikan solusi, biar nasabah tidak sampai mengalami kerugian. Sampai saat ini, jarang ada nasabah yang mengalami kerugian. Akan tetapi, untung yang dihasilkan cenderung sedikit, sehingga ruginya hanya di tenaga saja bukan finansial.

## 2. Pembiayaan *Murabahah*

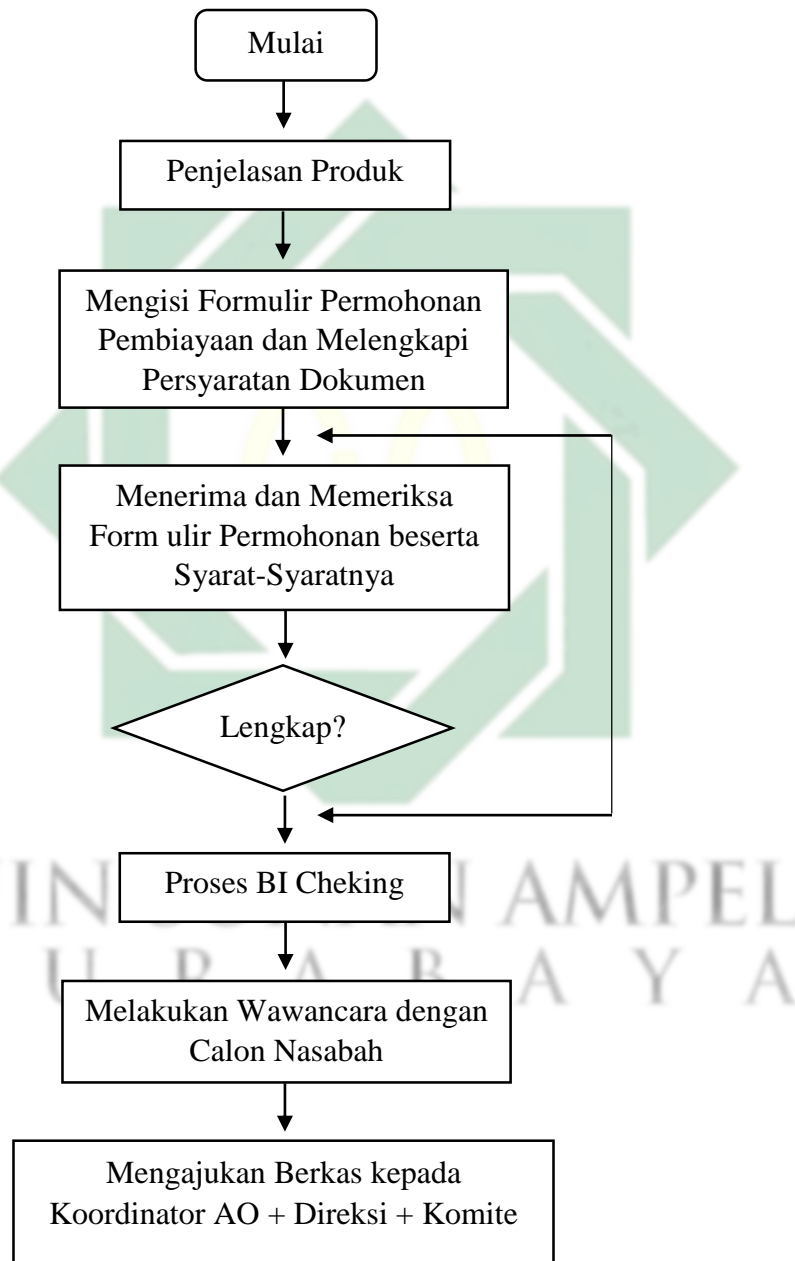
Penerapan pembiayaan *murabahah* telah sesuai dengan teori dalam buku Veithzal Rivai dan Andrian Permata, yakni akad jual beli yang dilakukan antara lembaga keuangan dengan nasabah dalam suatu jenis barang tertentu disertai harga yang disepakati. Bank Madinah akan menyediakan barang yang dibutuhkan dengan cara menjualnya kepada nasabah disertai tambahan keuntungan dari harga awal yang telah disepakati dengan memperhatikan kemampuan nasabah ataupun pendapatan di setiap bulannya.. Nasabah harus mengangsur kepada Bank Madinah selama jangka waktu yang ditetapkan.

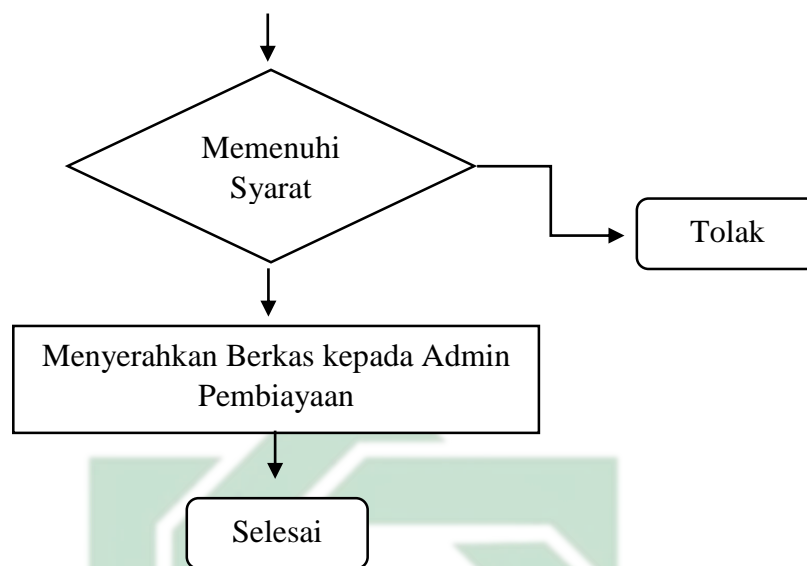
Pembiayaan *murabahah* digunakan untuk modal kerja, pembelian kendaraan, renovasi rumah, maupun pembelian barang-barang konsumtif seperti laptop, sofa, dan lain sebagainya. Untuk pembelian kendaraan dan renovasi rumah bisa dispesifikasi sendiri. Akan tetapi jika untuk konsumtif, pihak Bank Madinah tidak memberikan batasan, yang penting untuk kesejahteraan bukan untuk modal kerja.

Penerapan pembiayaan *murabahah* ini tidak cukup hanya menggunakan satu akad saja, tetapi juga membutuhkan kolaborasi beberapa akad yang nantinya akan dijadikan satu untuk saling melengkapi. *Murabahah* pada dasarnya adalah

akad jual beli, tetapi terkadang juga membutuhkan adanya akad *wakalah* (penguasaan) sebagai penunjang.

Adapun alur pengajuan pembiayaan dapat dilihat pada gambar berikut:





**Gambar 4.5 Alur Pengajuan Pembiayaan**

#### 4.3.1.3 Layanan Jasa

Terkait dengan layanan jasa, pihak bank madinah hanya menyediakan layanan jasa *madinah payment system*. *Madinah payment system* disediakan guna mempermudah pengelolaan keuangan sekolah yang bekerjasama dengan PT BPR Syariah Madinah Lamongan. Adapun sekolah-sekolah yang bekerjasama dengan Bank Madinah dalam hal pengelolaan keuangan sekolah meliputi SD Muhammadiyah Lamongan, SMP Negeri 1 Lamongan, serta MAN 1 Lamongan.

Dalam layanan *madinah payment system* ini, perwakilan dari pihak Bank Madinah akan mendatangi setiap lembaga tersebut di setiap awal bulan, yakni mulai tanggal 1 hingga tanggal 15 di setiap bulannya. Pada tanggal tersebut, siswa siswi yang ingin melakukan pembayaran keuangan sekolah tidak harus datang ke Bank Madinah untuk melakukan penyetoran. Akan tetapi, jika sudah di atas tanggal 15, siswa siswi yang ingin melakukan pembayaran diharuskan untuk datang langsung ke kantor Bank Madinah Lamongan.

## 4.3.2 Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

### 4.3.2.1 Penghimpunan Dana

Jumlah nasabah penghimpunan dana, baik itu tabungan maupun deposito selama tiga tahun terakhir yakni sebanyak 3.349 nasabah pada tahun 2020, 3.470 nasabah pada tahun 2021, serta 3.758 nasabah pada tahun 2022. Jumlah nasabah penghimpunan dana dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,04%, yakni dari yang semula 3.349 menjadi 3.470 nasabah. Begitu juga dengan tahun 2022, jumlah nasabah penghimpunan dana meningkat sebesar 0,08%, yakni dari yang semula 3.470 menjadi 3.758 nasabah.

Diantara produk dan layanan yang disediakan oleh Bank Madinah Lamongan, produk tabungan memiliki jumlah nasabah yang paling banyak. Jumlah nasabah penghimpunan ini cenderung mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan masyarakat cenderung untuk memilih menyimpan dananya di Bank Madinah Lamongan dikarenakan direkomendasikan oleh teman/saudara, pelayanan yang diberikan bagus, terdapat bagi hasil yang diberikan, serta syarat yang harus dipenuhi cukup mudah.

Agar dapat menarik nasabah, pihak Bank Madinah akan melakukan beberapa hal, diantaranya yaitu:

#### 4.3.2.1.1 Memberikan pelayanan yang berkualitas

Agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh pihak Bank Madinah, yaitu:

1. Melakukan *sharing* dengan cara ngobrol-ngobrol ringan dan lebih rileks ketika memberikan pelayanan untuk mengutamakan kenyamanan nasabah. Terutama

pihak *teller* harus bisa mencairkan suasana, misalnya dengan mengajak ngobrol santai dengan nasabah, diselingi dialog-dialog yang sederhana. Dengan dialog-dialog tersebut bisa merekatkan diri dengan nasabah, dan nasabah juga akan merasa loyal karena kenyamanan yang didapatkan.

2. Memakai baju yang rapi ketika melayani nasabah.
3. Berbicara dengan sopan, serta harus menerapkan 3S (senyum, salam, sapa).

Selain itu, terdapat beberapa hal yang Bank Madinah lebihkan daripada lembaga yang lain. Pelayanan yang diberikan pada nasabah produk penghimpunan dana yaitu fasilitas jemput bola. Nasabah tidak harus datang ke lokasi guna melakukan penyetoran, melainkan bisa juga dengan penjemputan oleh perwakilan pihak Bank Madinah asalkan lokasi masih terjangkau.

Agar jumlah nasabahnya bisa mengalami peningkatan, maka Bank Madinah harus terus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini telah sesuai dengan teori dari Philip Kotler, yakni agar jumlah nasabah dapat mengalami peningkatan, maka pelayanan yang diberikan harus berkualitas, sehingga nasabah merasa nyaman dan loyal. Pelayanan yang berkualitas ini mengutamakan kenyamanan nasabah dengan memberikan pelayanan yang ramah, bersahabat, cepat, tanggap, profesional, serta memiliki etika yang baik.

#### 4.3.2.1.2 Melakukan Promosi

Agar dapat menarik nasabah *funding* (penghimpunan dana), pihak *marketing* akan terus melakukan promosi agar semakin banyak masyarakat yang tahu mengenai produk penghimpunan dana di Bank Madinah. Promosi yang dilakukan oleh Bank Madinah Lamongan yaitu:

1. Pihak *marketing* akan mencari mana masyarakat yang kira-kira memiliki uang.
2. Menjelaskan kepada keluarga, teman, maupun masyarakat terdekatnya mengenai produk penghimpunan dana yang dimiliki oleh Bank Madinah.
3. Menyediakan brosur serta *website* agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk yang disediakan.

Promosi yang dilakukan oleh Bank Madinah juga telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Philip Kotler, yakni telah memenuhi keempat unsur yang terdiri dari iklan atau media massa, promosi penjualan, hubungan masyarakat atau publikasi, serta dengan melakukan penjualan secara langsung melalui komunikasi dengan konsumen.

#### 4.3.2.1.3 Menerapkan adanya bonus dan bagi hasil

Selain pelayanan dan juga promosi yang dilakukan, nasabah memilih untuk menempatkan dananya di Bank Madinah dikarenakan terdapat bagi hasil maupun bonus yang akan diberikan. Bagi hasil yang diberikan ini sifatnya wajib dan terdapat pada produk tabungan *mudharabah*. Adapun bonus yang diberikan pada tabungan *wadiah* tidak bersifat wajib, melainkan disesuaikan dengan kebijakan masing-masing bank.

Bagi hasil ini menjadi salah satu alasan kenapa nasabah memilih menabung di Bank Madinah. Hal ini juga telah sesuai dengan teori Philip Kotler, yakni bagi hasil menjadi salah satu faktor yang meningkatkan jumlah nasabah di lembaga perbankan. Oleh karenanya, agar dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan, pihak Bank Madinah harus terus mengembangkan sistem bagi hasil maupun

bonusnya agar semakin banyak nasabah yang berminat dan memutuskan untuk menabung di PT BPR Syariah Madinah Lamongan.

Selain karena pelayanan, promosi, maupun bagi hasilnya, nasabah memilih menabung di Bank Madinah juga dikarenakan syarat yang harus dipenuhi cukup mudah. Oleh karenanya, pihak Bank Madinah akan terus memperhatikan syarat yang ditetapkan dan tidak mempersulit proses pelayanan, sehingga nasabah akan semakin loyal karena kemudahan yang diterimanya.

#### 4.3.2.2 Produk Pembiayaan

Jumlah nasabah pembiayaan, baik itu pembiayaan *musyarakah* maupun pembiayaan *murabahah* selama tiga tahun terakhir yakni sebanyak 515 nasabah pada tahun 2020, 512 nasabah pada tahun 2021, serta 466 nasabah pada tahun 2022. Jumlah nasabah pembiayaan dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,006%, yakni dari yang semula 515 menjadi 512 nasabah. Begitu juga dengan tahun 2022, jumlah nasabah pembiayaan menurun sebesar 0,099%, yakni dari yang semula 512 menjadi 466 nasabah.

Meskipun jumlah nasabah pembiayaan terus mengalami penurunan selama beberapa tahun terakhir, *outstanding* Bank Madinah cenderung mengalami kenaikan. *Outstanding* yang dimaksud disini yaitu sisa pinjaman yang masih belum terbayar oleh nasabah pembiayaan. Nasabah cenderung memilih mengambil pembiayaan di Bank Madinah Lamongan dikarenakan butuh modal usaha, syarat yang harus dipenuhi cukup mudah, angsuran lebih ringan, serta pelayanan yang diberikan sangat bagus.

Agar jumlah nasabahnya bisa mengalami peningkatan, terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh Bank Madinah, yaitu:

#### 4.3.2.2.1 Memberikan pelayanan yang berkualitas

Agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh pihak Bank Madinah, yaitu:

1. Melakukan *sharing* dengan cara ngobrol-ngobrol ringan dan lebih rileks ketika memberikan pelayanan untuk mengutamakan kenyamanan nasabah. Terutama pihak *teller* harus bisa mencairkan suasana, misalnya dengan mengajak ngobrol santai dengan nasabah, diselingi dialog-dialog yang sederhana. Dengan dialog-dialog tersebut bisa merekatkan diri dengan nasabah, dan nasabah juga akan merasa loyal karena kenyamanan yang didapatkan.
2. Memakai baju yang rapi ketika melayani nasabah.
3. Berbicara dengan sopan, serta harus menerapkan 3S (senyum, salam, sapa).

Selain itu, terdapat beberapa hal yang Bank Madinah lebihkan daripada lembaga yang lain. Pelayanan yang diberikan pada nasabah produk penyaluran dana yaitu fasilitas jemput bola. Nasabah tidak harus datang ke lokasi guna melakukan penyetoran, melainkan bisa juga dengan penjemputan oleh perwakilan pihak Bank Madinah asalkan lokasi masih terjangkau.

Agar jumlah nasabahnya bisa mengalami peningkatan, maka Bank Madinah harus terus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini telah sesuai dengan teori dari Philip Kotler, yakni agar jumlah nasabah dapat mengalami peningkatan, maka pelayanan yang diberikan harus berkualitas, sehingga nasabah merasa nyaman dan loyal. Pelayanan yang berkualitas ini mengutamakan



kenyamanan nasabah dengan memberikan pelayanan yang ramah, bersahabat, cepat, tanggap, profesional, serta memiliki etika yang baik.

#### 4.3.2.2.2 Melakukan Promosi

Selain memberikan pelayanan yang berkualitas, agar dapat menarik nasabah penyaluran dana, pihak *marketing* akan terus melakukan promosi agar semakin banyak masyarakat yang tahu mengenai produk penghimpunan dana di Bank Madinah. Promosi yang dilakukan oleh Bank Madinah Lamongan yaitu:

1. Pihak *marketing* mendatangi pasar-pasar setempat. Promosi dalam bentuk seperti ini biasa disebut dengan *door to door*. Pihak *marketing* akan mendatangi masyarakat yang memiliki usaha, kemudian akan menjelaskan kepada mereka terkait produk yang dimilikinya.
2. pihak *marketing* tidak hanya mencari masyarakat golongan menengah ke bawah, tetapi juga masyarakat golongan atas. Hal ini dikarenakan orang yang sudah mampu pun belum tentu memiliki uang, sehingga mungkin mereka akan tetap membutuhkan pembiayaan.
3. Menjelaskan kepada keluarga, teman, maupun masyarakat terdekatnya mengenai produk penyaluran dana yang dimiliki oleh Bank Madinah.
4. Menyediakan brosur serta *website* agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk yang disediakan.

Promosi yang dilakukan oleh Bank Madinah juga telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Philip Kotler, yakni telah memenuhi keempat unsur yang terdiri dari iklan atau media massa, promosi penjualan, hubungan masyarakat atau

publikasi, serta dengan melakukan penjualan secara langsung melalui komunikasi dengan konsumen.

Selain karena pelayanan maupun promosinya, nasabah memilih menjadi nasabah pembiayaan di Bank Madinah juga dikarenakan syarat-syarat yang harus dipenuhi cukup mudah. Oleh karenanya, Bank Madinah akan terus memperhatikan syarat yang ditetapkan dan tidak mempersulit proses pelayanan, sehingga nasabah akan semakin loyal karena kemudahan yang diterimanya.

#### 4.3.2.3 Layanan Jasa

Jumlah nasabah layanan jasa *madinah payment system* ini cenderung tetap dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan nasabah *madinah payment system* berupa lembaga, dimana hal ini berbeda dengan produk lain yang nasabahnya berupa perorangan. Dalam layanan jasa ini tidak terdapat data layanan nasabah umum dan hanya terdapat data tiga lembaga yang bekerjasama dengan Bank Madinah terkait dengan sistem pengelolaan keuangan sekolah (*madinah payment system*), sehingga jumlah nasabahnya cenderung tetap.

Agar nasabah semakin tertarik dengan layanan jasa yang disediakan, pihak Bank Madinah akan melakukan beberapa hal, yakni:

##### 4.3.2.3.1 Memberikan Pelayanan yang Berkualitas

Agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh pihak Bank Madinah, yaitu:

1. Melakukan *sharing* dengan cara ngobrol-ngobrol ringan dan lebih rileks ketika memberikan pelayanan untuk mengutamakan kenyamanan nasabah. Terutama pihak *teller* harus bisa mencairkan suasana, misalnya dengan mengajak ngobrol

santai dengan nasabah, diselingi dialog-dialog yang sederhana. Dengan dialog-dialog tersebut bisa merekatkan diri dengan nasabah, dan nasabah juga akan merasa loyal karena kenyamanan yang didapatkan.

2. Memakai baju yang rapi ketika melayani nasabah.
3. Berbicara dengan sopan, serta harus menerapkan 3S (senyum, salam, sapa).

Selain itu, terdapat beberapa hal yang Bank Madinah lebihkan daripada lembaga yang lain. Pelayanan yang diberikan pada nasabah layanan jasa *madinah payment system* yaitu fasilitas jemput bola. Nasabah tidak harus datang ke lokasi guna melakukan penyetoran, melainkan bisa juga dengan penjemputan oleh perwakilan pihak Bank Madinah asalkan lokasi masih terjangkau. Perwakilan dari pihak Bank Madinah akan mendatangi setiap sekolah yang bekerjasama dengannya di setiap awal bulan, yakni mulai dari tanggal 1 hingga tanggal 15.

Agar jumlah nasabahnya bisa mengalami peningkatan, maka Bank Madinah akan terus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini telah sesuai dengan teori dari Philip Kotler, yakni mengutamakan kenyamanan nasabah dengan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, serta memiliki etika yang baik.

#### 4.3.2.3.2 Melakukan Promosi

Selain mengutamakan pelayanan, Bank Madinah juga terus melakukan promosi agar dapat meningkatkan jumlah nasabah layanan jasanya. Adapun bentuk promosi yang dilakukan yang dilakukan oleh pihak marketing Bank Madinah Lamongan yaitu:

1. Pihak Bank Madinah akan mendatangi sekolah-sekolah untuk menawarkan layanan jasa yang dimiliki Bank Madinah tersebut. Hampir semua lembaga-

lembaga yang ada di lamongan telah didatangi oleh pihak *marketing* untuk melakukan promosi. Dari sekian banyaknya lembaga yang didatangi, hingga saat ini baru terdapat beberapa lembaga yang bekerjasama dengan Bank Madinah.

2. Agar jumlah nasabah layanan jasanya bisa mengalami peningkatan, maka pihak *marketing* akan terus melakukan promosi ke setiap lembaga-lembaga yang ada.
3. Menjelaskan kepada keluarga, teman, maupun masyarakat terdekatnya mengenai layanan jasa yang disediakan oleh Bank Madinah.
4. Menyediakan brosur serta *website* agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui layanan jasa yang disediakan.

Promosi yang dilakukan oleh Bank Madinah juga telah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Philip Kotler, yakni telah memenuhi keempat unsur yang terdiri dari iklan atau media massa, promosi penjualan, hubungan masyarakat atau publikasi, serta dengan melakukan penjualan secara langsung melalui komunikasi dengan konsumen.

**Tabel 4.1 Jumlah Nasabah PT BPR Syariah Madinah Lamongan  
Periode 2020-2022**

No.	Produk/Layanan	Tahun		
		2020	2021	2022
1.	Penghimpunan Dana	3.349	3.470	3.758
2.	Penyaluran Dana	515	512	466
3.	Layanan Jasa	3	3	3

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan penulis sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai “Analisis Produk dan Layanan Perbankan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT BPR Syariah Madinah Lamongan” adalah sebagai berikut:

1. Produk penghimpunan dana di PT BPR Syariah Madinah Lamongan terdiri dari produk tabungan dan deposito. Produk tabungan dijalankan menggunakan akad *mudharabah* dan akad *wadiah*, sedangkan produk deposito operasionalnya menggunakan akad *mudharabah*. Nasabah yang menabung menggunakan akad *mudharabah* berhak untuk memperoleh bagi hasil dari Bank Madinah sesuai porsi nisbah yang telah disepakati di awal akad. Adapun nasabah yang menabung menggunakan akad *wadiah* akan memperoleh bonus dari Bank Madinah, namun sifatnya tidak wajib. Kemudian dalam produk penyaluran dana, Bank Madinah menyediakan dua jenis pembiayaan, yakni pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *murabahah*. Dalam pembiayaan *musyarakah*, Bank Madinah dan juga nasabah akan berkontribusi dana untuk menjalankan kegiatan usaha yang meliputi pertanian dan kontraktor. Sedangkan pembiayaan *murabahah* dapat digunakan untuk modal kerja, investasi, serta konsumtif. Adapun layanan jasa yang disediakan oleh Bank Madinah adalah *Madinah Payment System*. Dalam layanan jasa ini, pihak Bank Madinah akan bekerjasama dengan sekolah-sekolah terkait dalam hal pengelolaan keuangan sekolah.

2. Jumlah nasabah penghimpunan dana, penyaluran dana, serta layanan jasa di Bank Madinah ada yang mengalami peningkatan, penurunan, bahkan ada yang cenderung tetap. Jumlah nasabah yang terus mengalami peningkatan yaitu produk penghimpunan dana, sedangkan yang jumlahnya terus mengalami penurunan yaitu produk penyaluran dana. Adapun jumlah nasabah layanan jasa *madinah payment system* cenderung tetap. Oleh karenanya, terdapat beberapa indikator yang perlu diperhatikan dan harus terus diterapkan oleh Bank Madinah agar dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabahnya, yakni kualitas layanan, promosi, serta bagi hasil.

## 5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, peneliti berharap kepada penelitian selanjutnya agar bisa lebih menyempurnakan hasil penelitian ini dengan tetap merujuk pada hasil penelitian yang sudah ada. Adapun saran yang peneliti berikan diantaranya yaitu:

1. Bagi PT BPR Syariah Madinah Lamongan. Bank Madinah diharapkan dapat terus memperhatikan tiga indikator peningkatan jumlah nasabah yang meliputi kualitas layanan, promosi, serta bagi hasil. Bank Madinah harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memberikan kepuasan dalam diri nasabah. Bank Madinah juga harus melakukan promosi secara terus menerus agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui terkait produk maupun layanan yang disediakan. Selain itu, nasabah cenderung memilih salah satu produk Bank Madinah dikarenakan terdapat bagi hasil dan juga bonus yang diberikan. Oleh karenanya, Bank Madinah harus berusaha mengembangkan bagi

hasil dan bonusnya agar semakin banyak nasabah yang tertarik pada produk-produk yang disediakan.

2. Bagi peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih memfokuskan penelitian hanya pada salah satu produk maupun layanan saja, sehingga hasil yang didapat bisa semakin jelas dan rinci. Misalnya yaitu meneliti mengenai faktor-faktor yang meningkatkan jumlah nasabah tabungan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan memiliki referensi yang lebih luas dan lebih kuat terkait dengan variabel yang dibahas dalam penelitian.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrista, Devi., and Hendri Tanjung. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Gramata Publishing Jakarta, 2013.
- Afifah, Siti, Sobari., and H. Hakiem. "Analisis Produk Deposito Mudharabah dan Penerapannya pada PT BPRS Amanah Ummah." *Jurnal al-Muzara'ah* 1, no. 2 (2013).
- Ahmad. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- 'Ainulyaqin, Edy., and Enjelita. "Analisis Peranan Strategi Marketing Funding dalam Peningkatan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga: Studi pada PT BPRS Harta Insan Karimah Cikarang." *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 3, no. 1 (2021)
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia* Cetakan 1. Gajah Mada University Press Yogyakarta, 2007.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. "*Bank Syariah Teori dari Teori ke Praktik*." Jakarta: Gema Insani (2001).
- Bahri, Syaiful. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah terhadap Profitabilitas." *Jurnal Akuntansi Syariah* 6, no. 1 (2022).
- Cahaya, Arshy., and Nurul Jannah. 2022. "Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai." *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah* 04, no. 01 (2022).
- Desi. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Dita. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Djaslim, Saladin. "*Inti Sari Manajemen Pemasaran*." Bandung: IPTEK (1997).
- Fatimah. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Fatmah., and Fitri Virdiany. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah di KJKS BMT-MMU Cabang Sidogiri Pasuruan." *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 04, no. 01 (2014).
- Hajir. *Wawancara Kepala Bagian Marketing* (2022).
- Ida. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Iis. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Juniardhy, Ahmad Redha Ikma. *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Simpanan Deposito Mudharabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bukopin Syariah Cabang Sidoarjo*. Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya (2020).
- Kasanah, Nur., and Mohammad Ghozali. "Analisis Hukum terhadap Praktik Produk Jasa Perbankan Syariah (*Fee Based Service*)." *Jurnal Diklat Keagamaan* 12, no. 2 (2018).
- Kasmir. "*Kewirausahaan*." Jakarta: PT RajaGrafindo (2011).
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Cetakan Kesebelas. PT. RajaGrafindo Persada, 2012.
- Kusmin. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Kusumanisita, Apriliana Ika., and Lathiefa Rusli. "Analisis Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT



- Latansa Gontor Ponorogo.” *Jurnal Islamic Economics, Finance, and Banking* (2021).
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan: A. B. Susanto Edisi Pertama. Salemba Empat Jakarta, 2000.
- Malik, Tadjuddin. “Penghimpunan dan Penyaluran Dana PT. Bank Syariah Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 5, no. 2 (2022).
- Masse, Rahman Ambo. “Konsep Mudharabah Antara Kajian Fiqh dan Penerapan Perbankan.” *Jurnal Hukum Diktum* 8, no. 1 (2010).
- Mundhori., and Muhammad Nashrulloh. “Implementasi Pembiayaan *Mudharabah* dan *Murabahah* di BMT NU Ngasem Bojonegoro.” *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (2020).
- Nita. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Nurazani, Adinda. *Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Jumlah Anggota Tabungan pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Lumbuang Nagari Jorong Koto Selayan Garegeh Bukittinggi*. Tugas Akhir-IAIN Bukittinggi, Bukittinggi (2018).
- Nurhatati, F., and S, Rahmadiyah. “*Koperasi Syariah*.” Surakarta: PT. Era Intermedia (2008).
- Prihartadi, Medy Tama. “Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Pembiayaan Mudharabah pada BRI Syariah Cabang Surabaya Gubeng Periode 2013-2015.” *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 06, no. 01 (2016).
- Rahmati, I. Ahmadsyah., and Safarul Aufa. “Analisis Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Investasi, dan Pembiayaan Konsumtif terhadap Total Aset Bank Aceh Periode 2016-2019.” *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 02, no. 03 (2019).
- Rahmawati, and Nofiana Hidayatin. “Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.” *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 04, no. 1 (2014).
- Rani. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Rima. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Rivai, Veithzal., and Andrian Permata. “*Islamic Financial Management*.” Jakarta: RajaGrafindo (2008).
- Rohim. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Santoso, Harun., and Anik. “Analisis Pembiayaan Ijarah pada Perbankan Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 01, no. 02 (2015).
- Selvi. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Sifki, Nurhidayat., and Ibrahim Pinondang Dalimunthe. “Pengaruh Bagi Hasil, Biaya Promosi, Efisiensi Operasional dan Ukuran Perusahaan terhadap Jumlah Deposito Mudharabah.” *Jurnal Akuntansi Syariah* 6, no. 1 (2022).
- Siregar, Budi Gautama. “Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.” *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* 02, no. 2 (2016).
- Supri. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).

- Suwiknyo, Muhammad Dwi. "Akuntansi Bank Syariah." Yogyakarta: Trust Media (2009).
- Tatik. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Tini. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Tohir. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Tri. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Ummah, Chairul. *Wawancara Kepala Bagian Operasional* (2022).
- Wasiah, Siti. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo." *Journal of Economics* II, no. 1 (2017).
- Wiwin. *Wawancara Nasabah Penghimpunan Dana* (2022).
- Yani. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).
- Yazid, Muhammad. "Operasionalisasi Produk Tabungan *Mudharabah* dan Aplikasinya di BRI Syariah Cabang Surabaya dalam Perspektif Hukum Islam." *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 02, no. 01 (2012).
- Yuli. *Wawancara Nasabah Penyaluran Dana* (2022).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A