

## **ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DANA PIHAK KETIGA BANK SYARI'AH DI KOTA TASIKMALAYA**

Asep Suryanto  
Universitas Siliwangi, Indonesia  
e-mail: a\_suryanto72@yahoo.co.id

### **Abstract:**

The purpose of this study was to identify the community interest to become customers in Islamic banks in the city of Tasikmalaya. The method used is descriptive method with qualitative approach. The technique of data analysis is conducted qualitatively by an interactive model, with the following steps: describing, classifying or categorizing, data analysis, and conclusion or drawing. The results showed that the interest of the community to become customers of depositors' funds of Islamic banks is characterized by high attractiveness of the elements of reason interest is product services Shariah compliance, halal rewards, strategic location, the promotion of which is integrated with the values of Islam, the service process and standards emphasizes hospitality, the image of islamic banks reflected with investments heavily secured, morality and professionalism of employees, the physical evidence that supports ease of service, the importance of transparency in the nisbah / margin and financial reports, Islamic banks functioning civil society in collecting and distribution of zakat, infaq, and charity.

**Keywords:** Interest, Customers, Islamic Bank

## **Pendahuluan**

Kehadiran sistem perbankan baru sebagai alternatif untuk keluar dari sistem berbasis bunga, yakni sistem perbankan dengan menggunakan prinsip-prinsip syari'ah diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi. Indonesia khususnya ditandai dengan hadirnya Bank Muamalat Indonesia yang diprakarsai oleh MUI pada tahun 1990, secara resmi akta pendiriannya ditandatangani tanggal 1 Nopember 1991 dan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992. BMI dalam struktur kepengurusannya, memiliki Biro Direksi Riset dan Dewan Pengawas Syari'ah yang beranggotakan para ulama, untuk mengawasi bank agar tetap berjalan sesuai dengan yang dikehendaki hukum Islam. Selain melaksanakan riset dan pengembangan produk, biro ini juga berfungsi untuk menterjemahkan konsep syari'ah Islam ke dalam produk-produk yang dikeluarkan BMI.<sup>1</sup> Dalam perkembangannya langkah BMI ini kemudian diikuti dengan bermunculannya bank-bank Islam lainnya, baik bank Islam yang secara manajemen independen maupun bank Islam sebagai unit dari bank konvensional.

Kemunculan bank-bank syari'ah ini nampaknya dilatarbelakangi oleh potensi pasar yang menjanjikan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia adalah beragama Islam. Selain itu dimotivasi oleh adanya pola pikir masyarakat muslim yang mengharamkan dan menyubhatkan sistem penerapan bunga bank sebagai bentuk riba dalam ajaran Islam, adanya kecenderungan masyarakat untuk lebih mendalami dan mengamalkan ajaran agama tidak hanya pada sisi ritual saja tetapi juga dalam kehidupan ekonomi, dan keinginan masyarakat akan terwujudnya

---

<sup>1</sup> Habib Nazir dan Muhammad Hassanuddin, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, (Bandung : Kaki Langit, 2004), 69. Lihat juga Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1992), 84.

sistem ekonomi yang lebih adil yang tercermin dalam sistem ekonomi Islam.

Sistem dan kelembagaan keuangan syari'ah dalam rangka pengembangannya, sangat dibutuhkan partisipasi aktif dan dukungan luas dari masyarakat muslim untuk menjadi tonggak perekonomian syari'ah yang berkeadilan dan bebas bunga sebagai perbaikan perekonomian nasional dewasa ini yang kian kritis, carut marut dan amburadul. Sebagai titik tolak dari ini semua tentunya harus berangkat dari pemahaman, kesadaran, dan komitmen pada doktrin riba dalam Islam yang disemangati oleh ruh keadilan ekonomi dan spirit anti kezaliman menjadi landasan awal ekonomi syari'ah yang kemudian dilengkapi dengan prinsip muamalah dalam Islam yang telah banyak dikupas dalam kitab-kitab fikih.<sup>2</sup>

Sebagian masyarakat termasuk di Tasikmalaya menganggap bahwa praktek perbankan syari'ah tidak ada bedanya dengan praktek perbankan konvensional, yang membedakan hanyalah bank berlabel syari'ah, para karyawan/watinya yang berpenampilan Islami, dan sekedar dijualnya nama para tokoh ulama yang duduk di Dewan Pengawas Syari'ah (DPS). Bank syari'ah tidak lebih dari sekedar papan nama atau dengan kata lain rekayasa syari'ah untuk kepentingan bisnis.

Anggapan masyarakat yang seperti itu diakibatkan diantaranya oleh lemahnya SDM perbankan syari'ah, kemudian dominasi pembiayaan non bagi hasil dari pembiayaan bagi hasil.

Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Ibrahim bahwa dominasi pembiayaan non bagi hasil dari bagi hasil dapat membentuk persepsi publik bahwa perbankan syari'ah hampir tidak ada bedanya dengan perbankan konvensional. Persepsi ini akan membentuk resiko reputasi

---

<sup>2</sup> Setiawan Budi Utomo, "Menuju Era Ekonomi Berkeadilan dan Bebas Bunga" dalam Yusuf al-Qardhawi, *Bunga Bank Haram*, (Jakarta : Akbar, 2002), 25

bagi perbankan syariah, yang kemudian dikhawatirkan akan menimbulkan sinisme di kalangan masyarakat bahwa bisnis perbankan syariah hanya merupakan pergantian nama saja, sedangkan 'mind-set' pelakunya tetaplah konvensional.<sup>3</sup>

Keadaan tersebut diperparah dengan sikap ketertarikan masyarakat terhadap bank syariah nampaknya hanya sekedar pengamatan belaka, sedangkan pada tataran implementasinya di lapangan tidak menunjukkan ketertarikan yang sungguh-sungguh terhadap kegiatan ekonomi Islam.

Menurut Setiawan Budi Utomo bahwa patut disayangkan jika masyarakat umum, mahasiswa, akademisi, dan para ulama hanya asyik dan sibuk sebagai pengamat, pembahas dan membentuk berbagai lembaga pengamatan ekonomi dan perbankan syariah dengan cukup hanya sekedar mengkritik produk-produk dan kinerja lembaga ekonomi syariah. Namun pada tataran implementatifnya justru masih terlibat dengan bunga ribawi, bahkan termasuk lembaga terkait dengannya masih belum menggunakan rekening syariah. Hal ini merupakan suatu ironi yang kontra produktif. Seharusnya langkah keterlibatan dalam pengembangan yang lebih kongkrit bagi semua unsur masyarakat secara luas adalah dengan setiap muslim menjadi pelaku bisnis syariah, sebab merupakan *fardlu 'ain* 'kewajiban personal' setiap muslim untuk mensyiahkan semua aspek kehidupannya termasuk ekonominya. Menjadi pelaku ekonomi syariah konotasinya tidak hanya menjadi pengusaha syariah saja, tetapi menjadi pengguna dan mitra bisnis syariah itu juga termasuk menjadi pelaku bisnis syariah, seperti dengan menjadi nasabah bank syariah.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> R Maulana Ibrahim, "Sambutan seminar Proceedings LPPI" dalam Ascarya (ed.), *Mencari Solusi Pembiayaan Bagi Hasil Perbankan Syariah*, (Jakarta : BI, 2005), xiii

<sup>4</sup>Setiawan Budi Utomo, "Menuju Era Ekonomi Berkeadilan dan Bebas Bunga" dalam Yusuf al-Qardhawi, *Bunga Bank Haram*, (Jakarta : Akbar, 2002), 15

Sikap ketertarikan masyarakat ini mengindikasikan bahwa minat masyarakat untuk menjadi nasabah perbankan syari'ah, baik nasabah penyimpan dana maupun nasabah pembiayaan masih rendah.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada bank syari'ah di Kota Tasikmalaya

### **Kerangka Teoritis**

#### **Pengertian Bank Syari'ah**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip usaha syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPR-Syari'ah) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>5</sup>

Sedangkan mengenai istilah prinsip syari'ah dijelaskan dalam pasal 1 butir 13 undang-undang no 10 tahun 1998, yakni sebagai berikut : Prinsip syari'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syari'ah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudlârabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyârah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan

---

<sup>5</sup> Sofyan S Harahap, Wiroso, dan Muhammad Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syari'ah*, (Jakarta : LPFE-Usakti, 2005), 3. Lihat juga Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, (Jakarta : Grasindo, 2005), 2

(*murâbahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijârah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.<sup>6</sup>

Oleh karena itu, bank syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah.

#### Peran dan Fungsi Bank Syari'ah

Bank syari'ah mempunyai dua peran utama, yaitu sebagai badan usaha (*tamwil*) dan badan sosial (*mâl*). Sebagai badan usaha, bank syari'ah mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai manajer investasi, investor, dan jasa pelayanan. Bank syari'ah sebagai manajer investasi artinya bahwa bank syari'ah melakukan penghimpunan dana dari para investor atau nasabahnya dengan prinsip *wadî'ah yad dlamannah* (titipan), *mudlârabah* (bagi hasil) atau *ijârah* (sewa). Bank syari'ah sebagai investor, yaitu bank syari'ah melakukan penyaluran dana melalui kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa. Sedangkan Bank syari'ah sebagai penyedia jasa perbankan atau jasa pelayanan keuangan yakni bank syari'ah menyediakan jasa keuangan, jasa non keuangan, dan jasa keagenan. Pelayanan jasa keuangan antara lain dilakukan dengan prinsip *wakâlah* (pemberian mandat), *kafâlah* (bank garansi), *hiwâlah* (pengalihan utang), *rahn* (jaminan utang atau gadai), *qardl* (pinjaman kebajikan untuk dana talangan), *sharf* (jual beli valuta asing), dan lain-lain. Pelayanan jasa non keuangan dalam bentuk *wadî'ah yad amanah* (*safe deposit box*) dan pelayanan jasa keagenan dengan prinsip *mudlârabah muqayyadah*. Sementara itu, bank syari'ah sebagai badan sosial memiliki fungsi sebagai

---

<sup>6</sup> Sofyan S Harahap, Wiros, dan Muhammad Yusuf, ..., 4. Lihat juga Wiros, *Penghimpunan Dana ...*, 3

pengelola dana sosial untuk menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS), serta penyaluran *qardl hasan* (pinjaman kebajikan).<sup>7</sup>

Dengan demikian, secara umum terdapat 4 (empat) fungsi dari bank syari'ah, yaitu manager investasi, investor, jasa keuangan, dan sosial.<sup>8</sup>

### Minat

Secara istilah minat berarti suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>9</sup>

Berdasarkan definisi minat tersebut terdapat beberapa hal mengenai minat, yaitu : 1) Dalam minat terdapat pemusatan perhatian subyek terhadap obyek minat; 2) Ada usaha dari subyek untuk mendekati atau mengetahui atau memiliki atau menguasai ataupun berhubungan dengan obyek yang dilakukan dengan perasaan senang; 3) Ada daya penarik dari obyek.

Pada dasarnya jika seseorang mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan obyek atau lingkungan yang menjadi obyek minatnya.<sup>10</sup>

Dengan demikian minat merupakan sebuah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, dan situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Menurut Elizabeth B. Hurlock, minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila

---

<sup>7</sup> Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syari'ah : Gambaran Umum*, (Jakarta : PPSK BI, 2005), 13-14

<sup>8</sup>Sofyan S Harahap, Wiroso, dan Muhammad Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syari'ah*, (Jakarta : LPFE-USakti, 2005), 5. Lihat juga Wiroso, *Penghimpunan Dana ...*, 4

<sup>9</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Prenada Media, 2005), 263

<sup>10</sup>Ibid., 272

mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, maka minat pun berkurang.<sup>11</sup>

Kesenangan merupakan minat yang sementara. Ia berbeda dari minat bukan dalam kualitas melainkan dalam ketetapan (*persistence*). Selama kesenangan itu ada, mungkin intensitas dan motivasi yang menyertainya sama tinggi dengan minat. Namun ia segera mulai berkurang karena kegiatan yang ditimbulkannya hanya memberi kepuasan yang sementara. Minat lebih tetap (*persistent*) karena minat memuaskan kebutuhan yang penting dalam kehidupan seseorang.<sup>12</sup>

#### Indikator Minat

Ada beberapa karakteristik nasabah yang dapat dijadikan indikator bahwa nasabah tersebut memiliki minat yang tinggi terhadap bank syariah, yaitu :

- 1) Senantiasa melakukan pembelian ulang secara teratur. Dalam hal ini, nasabah senantiasa melakukan penyimpanan dana secara berulang minimal dua kali atau lebih dan teratur terhadap bank syariah yang diminatinya. Atau senantiasa mengajukan pembiayaan kepada bank syariah tertentu dan menjaga reputasi nasabahnya dengan membayar cicilan pembiayaan sesuai perjanjian yang disepakati dengan bank syariah tersebut.
- 2) Membeli di luar lini produk atau jasa perbankan syariah.
- 3) Merekomendasikan produk-produk bank syariah kepada orang lain. Artinya nasabah tersebut mengajak orang lain (calon nasabah baru) agar membeli produk-produk bank syariah. Dalam hal ini, secara

---

<sup>11</sup> Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak*, (terj.) Meitasari Tjandrasa, judul asli *Child Development*, (Jakarta : Erlangga), 114

<sup>12</sup>Ibid.



tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran produk-produk perbankan syari'ah dan membawa calon nasabah untuk bank syari'ah.

- 4) Tetap bertahan menjadi nasabah bank syari'ah dan tidak mudah terpengaruh oleh tarikan produk sejenis dari pesaingnya. Ia tetap bersama dengan bank syari'ah tersebut seburuk apapun orang menjelek-jelekannya.<sup>13</sup>

#### Faktor-Faktor yang dapat Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah

Zeithaml dan Bitner sebagaimana dikutip oleh Ratih Hurriyati menyatakan bahwa komponen-komponen yang dipergunakan oleh sebuah perusahaan jasa untuk mempengaruhi tanggapan konsumen terdiri dari 7 P, yaitu *product* (produk), *price* (imbalan), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (pegawai), *physical evidence* (sarana fisik), dan *process* (proses).<sup>14</sup>

Disamping faktor 7P, faktor transparansi dan kegiatan sosial juga menjadi sangat penting. Karena tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan akan menjadi bagian dari faktor yang akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syari'ah.

Transparansi yang benar dalam bisnis merupakan bagian dari prinsip nilai kejujuran yang harus dianut oleh setiap pelaku bisnis. Nilai kejujuran ini akan menuntut kepada semua pelaku bisnis untuk berlaku *fair*, berlaku normal dan meningkatkan keterampilan bermain bisnis, bukan bermain curang, kasar yang dapat mematikan pelaku bisnis yang lain.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Diadaptasi dari karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin. Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta, 2005), 130

<sup>14</sup>Ibid., 49

<sup>15</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2004), 145

Bentuk transparansi bank syari'ah kepada nasabah adalah bank wajib menyediakan informasi bagi nasabah mengenai kemungkinan timbulnya resiko kerugian sehubungan transaksi nasabah yang dilakukan melalui bank.<sup>16</sup>

Dunia bisnis hidup di tengah-tengah masyarakat. Kehidupannya tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu, ada suatu tanggung jawab sosial yang harus dipikul oleh pelaku bisnis.<sup>17</sup>

Berdasarkan SK Direksi BI tentang Bank Umum berdasarkan prinsip syari'ah pasal 29 bahwa bank dapat bertindak sebagai lembaga *bait almâl* yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, wakaf, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada yang berhak dalam bentuk santunan dan atau pinjaman kebajikan (*qardl hasan*).<sup>18</sup>

Adanya fungsi sosial kemasyarakatan yang dilakukan bank syari'ah akan meningkatkan citra baik dan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap bank syari'ah.<sup>19</sup>

Pelayanan yang bernilai sosial akan berimbang pada bank dengan mendapatkan keuntungan secara sosial, diantaranya bank dapat dikenal oleh masyarakat luas dan masyarakat merasa terbantu secara sosial dengan hadirnya bank di lingkungan mereka. Pada akhirnya menimbulkan rasa simpati masyarakat terhadap bank syari'ah pada khususnya.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup>Priyogo Suseno dan Heri Sudarsono, *Undang-Undang (UU), Peraturan Bank Indonesia (PBI), dan Surat Keputusan Direksi BI (SK-DIR) tentang Perbankan Syari'ah*, (Yogyakarta : UII Press, 2004), 16.

<sup>17</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa...*, 234

<sup>18</sup> Priyogo Suseno dan Heri Sudarsono, *Undang-Undang...*, 305

<sup>19</sup>Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syari'ah : Gambaran Umum*, (Jakarta : PPSK BI, 2005), 38

<sup>20</sup>Surachman Hidayat, "Manajemen Keuangan Syari'ah", dalam Asep Suryanto, *catatan kuliah Program Pascasarjana Studi Ekonomi Islam*, (Bandung : UIN SGD, 2005).

## Metode Penelitian

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang sudah menjadi nasabah bank syari'ah dengan jumlah 370 orang. Adapun untuk menentukan sumber datanya, peneliti mengambilnya secara *purposive sampling* atau *criterion-based selection*, yakni para nasabah bank syari'ah di Tasikmalaya, baik nasabah penyimpanan dana maupun nasabah pembiayaan.<sup>21</sup> Sedangkan data sekunder diambil berdasarkan dokumen-dokumen bank syari'ah yang dapat dikonsumsi oleh umum.

### Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan angket.

### Teknik Analisis Data

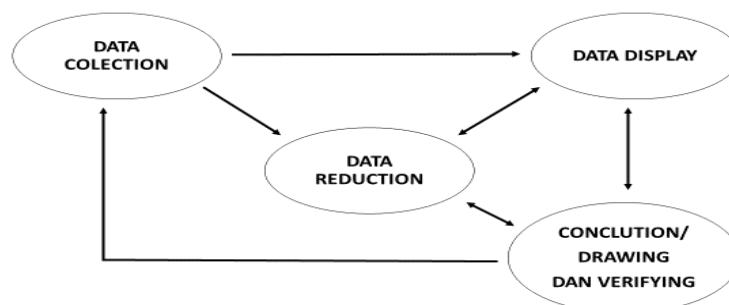
Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan model interaktif sebagaimana diilustrasikan melalui gambar berikut:

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2005), 50, 52. Lihat juga A. Chaedar Alwasilah, *Pokoknya Kualitatif Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Dunia Pustaka Jaya, 2003), 146. Lihat juga Sugiyono, *Memahami ...*, 62

Gambar 1

Analisis Data Model Interaktif<sup>22</sup>



Setelah pengumpulan data tentang motif mahasiswa menjadi nasabah bank syariah kemudian dianalisa sehingga dapat ditemukan motif apasaja yang menjadikan mahasiswa ekonomi syariah Universitas Siliwangi menjadi nasabah bank syariah.

Adapun tahapan analisis data model interaktif adalah sebagai berikut :

- 1) Pada tahap *describing*, peneliti melakukan penjelajahan pengumpulan data secara umum mengenai minat responden yang menjadi sampel penelitian dalam hal ini masyarakat yang sudah menjadi nasabah bank syariah.
- 2) Tahap *classifying* atau *categorizing*, pada tahap ini peneliti melakukan klasifikasi data dengan memperhatikan alasan-alasan yang menjadi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah dengan berdasarkan pada landasan teori yang dibangun sebagai acuan dalam pengumpulan data.
- 3) Tahap analisis data, yakni tahap *connecting* peneliti melakukan konstruksi dengan cara menghubungkan kategori-kategori berupa alasan-alasan yang mendasari minat masyarakat dalam hal ini

---

<sup>22</sup> Burhan Bungin, Analisis Data Penelitian : *Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2005), 69

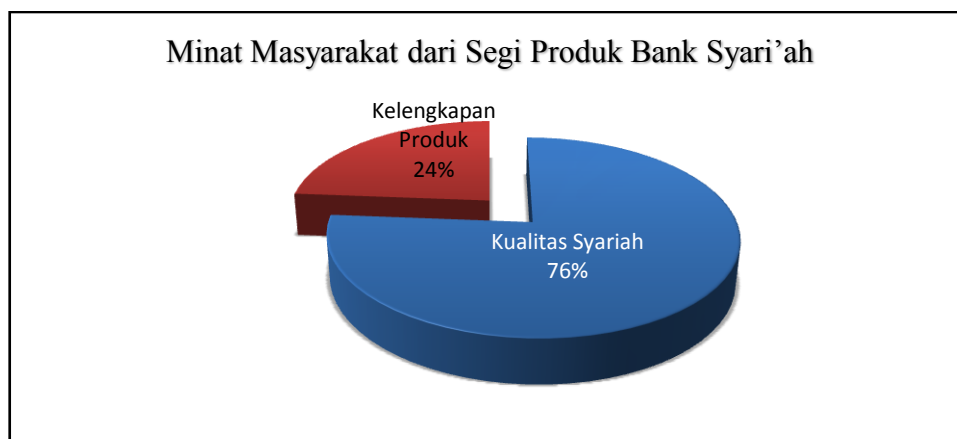
nasabah bank syari'ah dan menganalisisnya dengan teori-teori atau konsep-konsep yang berhubungan dengan alasan-alasan minat menjadi nasabah bank syari'ah tersebut. Sehingga dapat diketahui konteks apa saja yang penting bagi mereka sehingga mengambil keputusan menjadi nasabah bank syari'ah.<sup>23</sup>

- 4) Tahap *conclusion atau drawing*, yakni tahap mendeskripsikan data, sehingga menjadi jelas alasan-alasan minat masyarakat menjadi nasabah bank syari'ah. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan secara kualitatif dengan bantuan diagram pie atau gambar.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Minat Masyarakat untuk menjadi Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syari'ah

Gambar 2  
Minat Masyarakat dari Segi Produk Bank Syari'ah



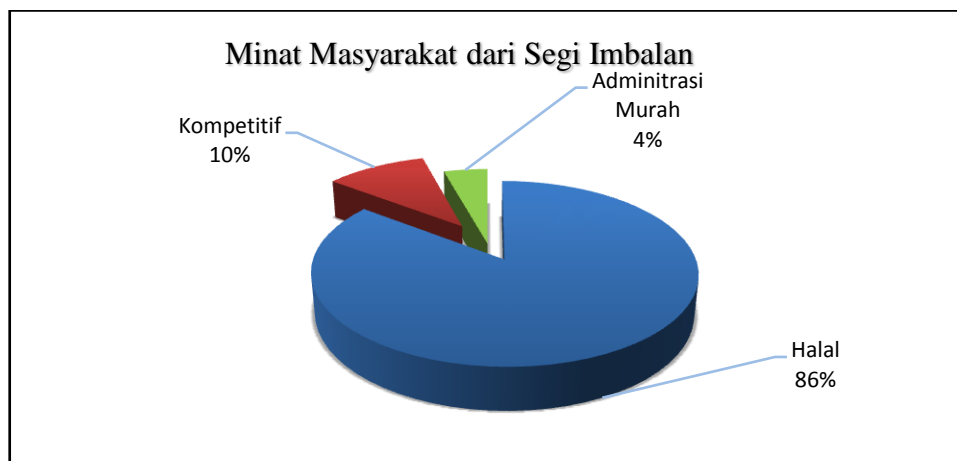
Berdasarkan gambar tersebut sebagian besar (76%) responden menjadi nasabah bank syari'ah karena kualitas produknya berdasarkan syari'ah Islam dan sebagian kecil (24%) responden menjadi nasabah bank syari'ah karena mempertimbangkan kelengkapan produk bank syari'ah.

---

<sup>23</sup> Diadaptasi dari Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan :*Research and Developmnet*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 63

Sebagian besar (76%) menjadikan kualitas syari'ah sebagai alasan untuk menjadi nasabah. Bagi seorang muslim kebutuhan akan produk bank, meskipun ada pertimbangan dari segi kelengkapan produk, tetapi segi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ajaran Islam harus dijadikan sebagai skala prioritas dalam memilih produk bank. Karena seorang muslim harus mengislamkan seluruh aspek kehidupan termasuk aktivitas ekonominya. Sebagaimana disebutkan dalam al Qur'an surat al baqarah ayat 208 yang artinya :*"Wahai orang-orang yang beriman, masuklah kalian ke dalam Islam secara keseluruhannya..."*. Oleh karena itu, seorang muslim seharusnya menjadi pelaku ekonomi syari'ah, dalam arti tidak saja harus menjadi pengusaha bisnis syari'ah, tetapi menjadi pengguna dan mitra bisnis syari'ah itu juga termasuk menjadi pelaku bisnis syari'ah, seperti menjadi nasabah bank syari'ah.<sup>24</sup>

Gambar 3  
Minat Masyarakat dari Segi Imbalan



Berdasarkan gambar tersebut, sebagian besar (86%) menjadikan imbalan halal sebagai alasan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syari'ah, sedangkan sebagian kecil menjadikan imbalan yang

<sup>24</sup> Setiawan Budi Utomo, "Menuju Era Ekonomi Berkeadilan dan Bebas Bunga" dalam Yusuf al- Qardhawi (pen.), *Bunga Bank Haram*, (terj.) Setiawan Budi Utomo, judul asli *Fawâ'id al-Bunûk Hiya al-Ribâ al-Harâm*, (Jakarta : Akbar, 2002), 15

kompetitif (10%) dan administrasi murah (4%) sebagai alasan untuk menjadi nasabah bank syari'ah.

Bagi seorang muslim diharuskan memiliki harta yang halal, baik dari segi zatnya maupun dari segi cara memperolehnya karena itu merupakan perintah Allah SWT yang harus dilaksanakan. Dalam hubungannya dengan imbalan yang diberikan bank syari'ah kepada nasabah penyimpan dana, maka yang halal itulah yang akan menjadi hartanya.

Pemahaman umat Islam terhadap syari'ah Islam akan sangat mempengaruhi terhadap sikap hidupnya dalam kesehariannya. Menurut Amir an Najar bahwa beragama merupakan faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya pola hidup keberagamaan seseorang.<sup>25</sup>

Adapun sebagian kecil (10%) responden, imbalan yang kompetitif dijadikan sebagai alasan minat untuk menjadi nasabah bank syari'ah. Imbalan bagi hasil yang kompetitif dapat juga menjadi daya tarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syari'ah. Imbalan sangat menentukan laku tidaknya sebuah produk dan jasa perbankan.<sup>26</sup> Bagi kelompok nasabah *Floating Mass*, yakni nasabah yang mempersepsi bunga bank sebagai bukan riba sehingga halal dan memilih bank syari'ah karena produk perbankan syari'ah memberikan pengembalian yang tinggi (*funding products*) atau biaya rendah (*financing products*) atau alasan lain yang spesifik.<sup>27</sup>

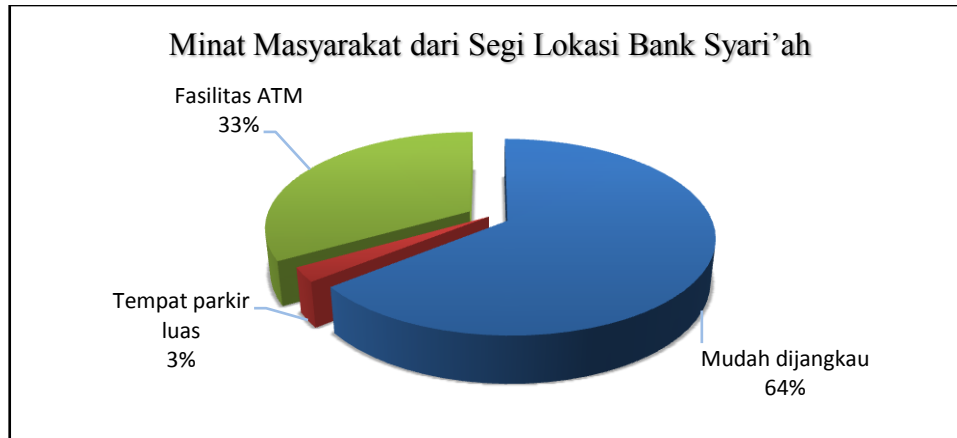
---

<sup>25</sup> Amir an Najar, *Ilmu Jiwa dalam Tasawuf*, (terj.) Hasan Abrori, judul asli *Ilmu al-Nafsi al-Shufiyah*, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2001), 276

<sup>26</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2004), 189.

<sup>27</sup>Adi Zakaria Afiff, "Pemasaran Produk Perbankan Syari'ah", makalah seminar Shari'a Economics Days, (Jakarta : Yudhistira Patra Office Tower, 2005), 3

Gambar 4  
Minat Masyarakat dari Segi Lokasi Bank Syari'ah



Berdasarkan gambar tersebut sebagian besar (64%) responden menyatakan lokasi bank syari'ah yang mudah dijangkau menjadi alasan minat untuk menjadi nasabah bank syari'ah yang bersangkutan, sedangkan sebagian kecil responden menyatakan tempat parkir (3%) dan fasilitas ATM (33%) menjadi alasan untuk menjadi nasabah bank syari'ah yang bersangkutan.

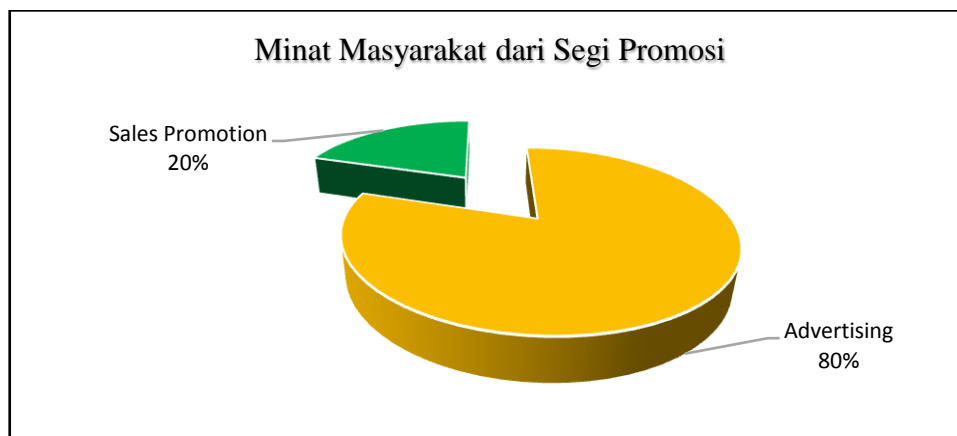
Bagi bank syari'ah sebagai lembaga bisnis harus memperhatikan penempatan atau tata letak lokasi kantornya karena akan mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap produk pelayanan bank syari'ah. Menurut Kasmir, lokasi yang tidak strategis akan membuat nasabah malas untuk mendatangi bank.<sup>28</sup> Adapun fasilitas ATM (*Automatic Teller Machine*) yang disediakan bank syari'ah bukan hanya fasilitas ATM milik sendiri tetapi juga fasilitas ATM bersama dengan bank yang lain. Fasilitas ini untuk mempermudah nasabah dalam transaksi-transaksi melalui fasilitas ATM. Untuk lebih meningkatkan fungsi pelayanan bank bagi kepuasan konsumen, maka memanfaatkan penggunaan ATM menjadi sangat penting sehingga nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti pengambilan uang tunai, pembayaran rekening listrik, telepon, dan lain-

<sup>28</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2004),188



lain.<sup>29</sup> Keberadaan teknologi yang memadai tidak bisa dilepaskan dalam mendukung kecepatan proses transaksi dan kenyamanan konsumen.<sup>30</sup>

Gambar 5  
Minat Masyarakat dari Segi Promosi



Berdasarkan data dalam gambar tersebut sebagian besar (80%) responden alasan minat menjadi nasabah bank syari'ah karena *advertising* dan sebagian kecil (20%) karena *sales promotion*.

Promosi dalam perbankan syari'ah tidak terlepas dari nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, di samping menginformasi kelebihan produk dan kegiatan bank syari'ah yang lainnya, juga informasi yang diberikan harus mencerminkan kejujuran. Tuntutan etika bisnis dalam promosi bagi para pelaku bisnis adalah berlaku fair, normal, dan meningkatkan bermain bisnis, bukan bermain curang.<sup>31</sup> Masyarakat mengharapkan dan percaya bahwa bank syari'ah melakukan promosi dengan jujur.

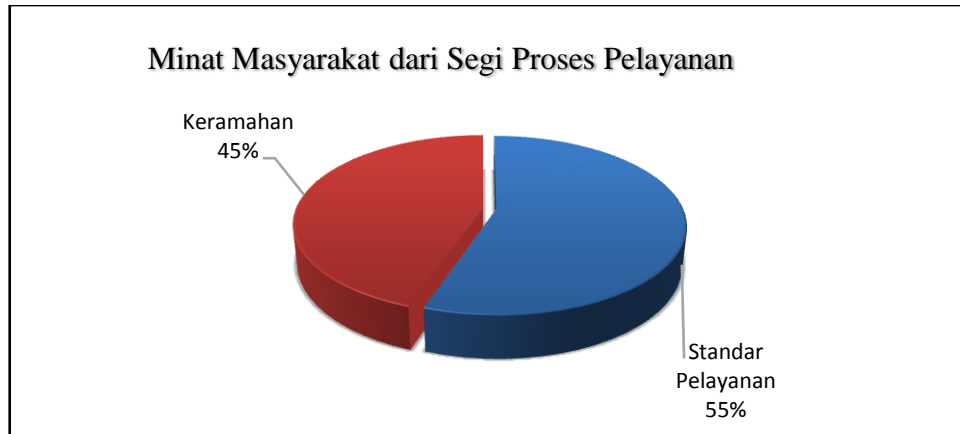
---

<sup>29</sup> Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), 69

<sup>30</sup> Jacky S Mussry dan Mas Waris, "*Strategi Pemasaran Produk-Produk LKS*", makalah seminar Shari'a Economics Days, (Jakarta : Yudhistira Patra Office Tower, 2005), 6.

<sup>31</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2003), 143

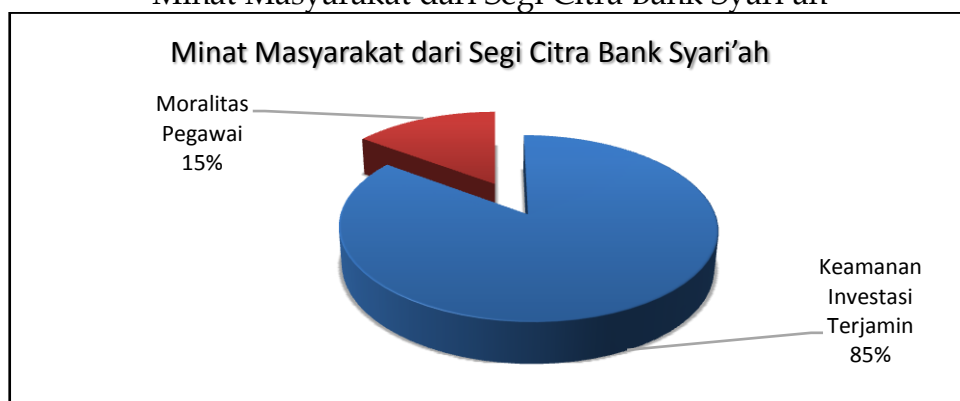
Gambar 6  
Minat Masyarakat dari Segi Proses Pelayanan



Berdasarkan gambar tersebut sebagian besar (55%) responden menjadi nasabah bank syari'ah karena proses pelayanan yang standar dan sebagian lagi (45%) responden beralasan dengan proses pelayanan yang mengedepankan keramahan.

Tiga prinsip yang harus dipegang oleh kalangan perbankan syari'ah dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah adalah *Yassirâ wa lâ tu'assirâ* (mudahkan dan jangan dipersulit), *Basysyirâ wa lâ tunaffirâ* (besarkan pengharapan dan jangan membuatnya jera), *Tathawwa'â wa lâ takhtalifâ* (bantulah dan jangan berselisih).<sup>32</sup>

Gambar 7  
Minat Masyarakat dari Segi Citra Bank Syari'ah

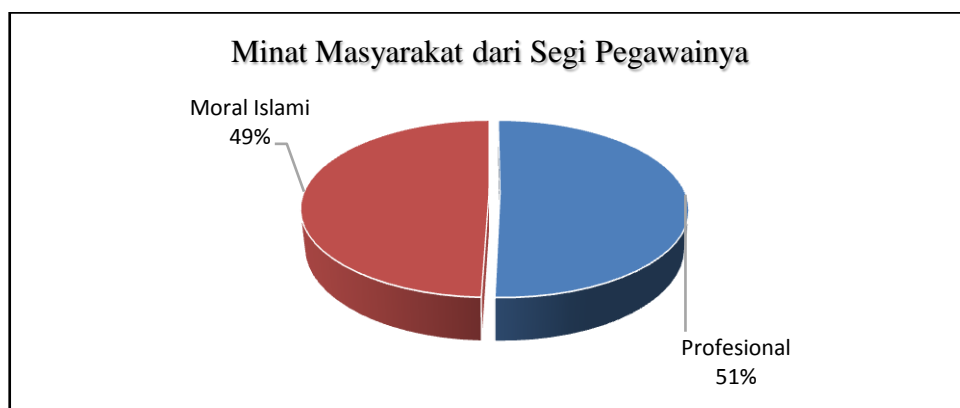


<sup>32</sup> Surahman Hidayat, *Catatan Kuliah Manajemen Keuangan Syari'ah*, (Bandung : UIN SGD Bandung, 2005).

Berdasarkan data gambar tersebut sebagian besar (85%) responden menyatakan alasan minat menjadi nasabah dari segi citra bank syari'ah, keamanan investasinya terjamin. Sedangkan sebagian kecil (15%) karena moralitas pegawainya.

Citra baik bank menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank. Oleh karena itu, bank dalam hal ini para pegawainya harus pandai-pandai menjaga amanah, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.<sup>33</sup> Kepercayaan masyarakat mengenai keamanan berinvestasi di bank syari'ah dibangun di atas hal berikut : 1) kepercayaan moral dari para pegawai bank syari'ah yang berdasarkan akhlak Islam; 2) kepercayaan dalam bidang keuangan, yakni keamanan dalam pengelolaan dana pihak ketiga oleh bank syari'ah, baik aman dari segi syar'i maupun mendapat jaminan dari PLS; 3) kepercayaan komersial, yakni kemampuan bank syari'ah dalam menepati janji-janji yang sudah disepakati bersama dengan nasabah dalam sebuah transaksi pendanaan maupun pembiayaan.<sup>34</sup>

Gambar 8  
Minat Masyarakat dari Segi Pegawainya



Berdasarkan data dalam gambar tersebut 51% responden menjadi nasabah bank syari'ah karena melihat profesionalisme pegawainya.

<sup>33</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2004), 189

<sup>34</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2003), 160

Sedangkan 49% menjadi nasabah bank syariah karena moral Islami para pegawainya.

Bagi perbankan Islam memiliki pegawai yang memenuhi 2 kriteria sebagaimana tersebut dalam tabel di atas adalah bersifat mutlak, karena akan mendukung pada kegiatan operasional bank syariah. Personil atau pegawai bank merupakan asset tersembunyi yang pemanfaatannya harus dimaksimalkan oleh bank. Karyawan bank yang menguasai produk/jasa yang ditawarkan dan yang responsif terhadap keinginan nasabah akan mendorong nasabah melakukan transaksi dan bahkan loyal terhadap bank atau membuat nasabah tidak berpaling kepada bank lain.<sup>35</sup> Melalui pelayanan dari pegawai bank yang baik, cepat, tepat, ramah, dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan nasabah terhadap bank yang pada akhirnya akan meningkatkan nama baik bank.<sup>36</sup>

Perilaku pegawai bank sebagai orang-orang yang terlibat langsung dengan nasabah sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan *image* bank yang bersangkutan.<sup>37</sup>

Semua sikap dan perilaku pegawai bank, bahkan cara berpakaian mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan dalam penyampaian jasa.<sup>38</sup>

Oleh karena itu, *moral quality* bagi seorang pegawai bank menjadi sangat penting karena merupakan kemampuan sumber daya manusia dalam meletakkan dirinya dalam menjalankan tugas kesehariannya sesuai dengan aturan-aturan permainan yang telah digariskan oleh Allah.<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Liberty, 2002), 316

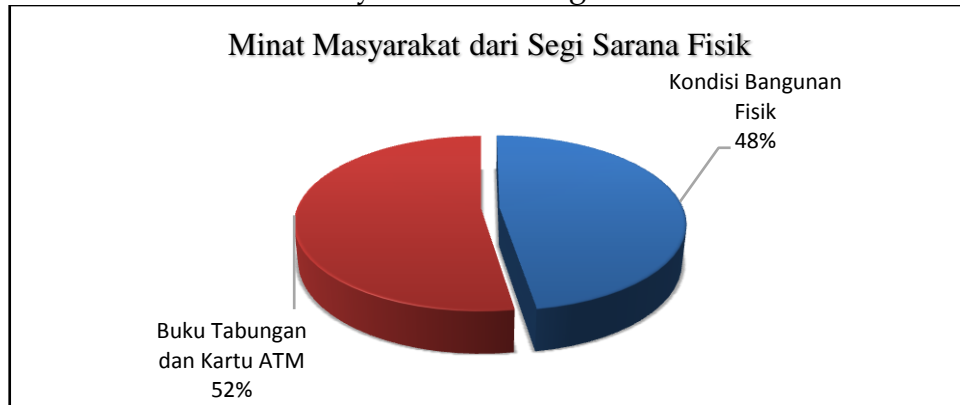
<sup>36</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta, 2005), 63

<sup>37</sup>Ibid.

<sup>38</sup>Ibid., 62

<sup>39</sup> Muhamad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta : UII Press, 2000), 10

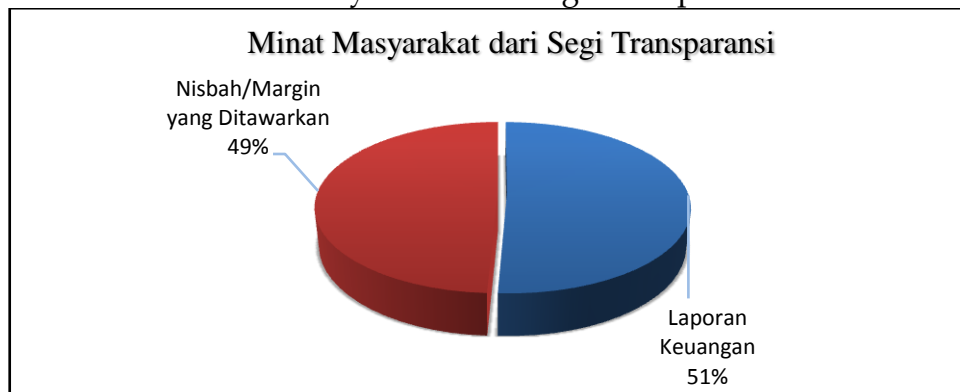
Gambar 9  
Minat Masyarakat dari Segi Sarana Fisik



Berdasarkan data pada gambar tersebut 48% responden menjadi nasabah bank syariah dari segi sarana fisik karena kondisi bangunan fisik bank. Sedangkan 52% responden menjadi nasabah bank syariah karena buku tabungan yang dilengkapi kartu ATM.

Sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan bank atau tidak.<sup>40</sup>

Gambar 10  
Minat Masyarakat dari Segi Transparansi



Berdasarkan data pada gambar (51%) responden menjadikan transparansi dalam laporan keuangan bank syariah sebagai alasan untuk menjadi nasabah. Sedangkan (49%) menjadikan transparansi dalam nisbah

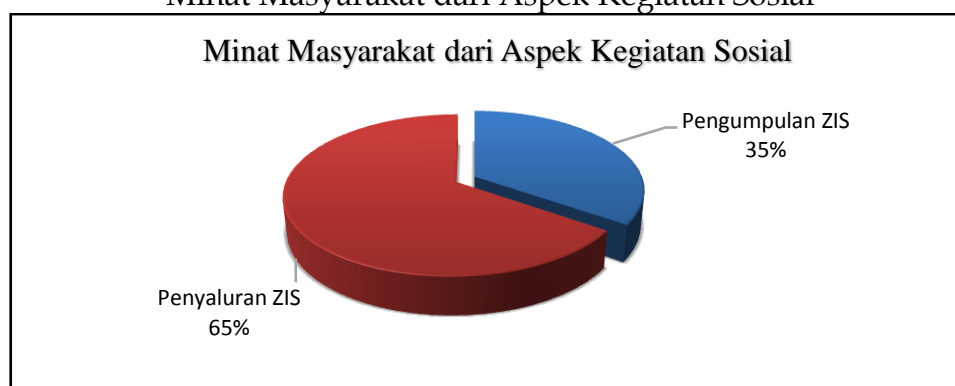
<sup>40</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran ...*, 64

bagi hasil bank syari'ah sebagai alasan untuk menjadi nasabah bank syari'ah.

Transparansi dalam pendanaan bagi bank syari'ah merupakan syarat mutlak yang harus dilakukan terutama menyangkut : (1) nisbah bagi hasil yang akan didapatkan oleh nasabah pendanaan yang tercermin dalam kesepakatan dalam akad pada saat membuka rekening tabungan, deposito, dan giro. (2) laporan keuangan yang dibuat oleh bank syari'ah yang tidak hanya diperuntukan bagi Bank Indonesia tetapi juga untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum atau nasabah.

Adanya transparansi laporan keuangan bank syari'ah yang dikonsumsi oleh umum, nasabah penyimpan dana memiliki peringatan dini secara otomatis tentang keadaan riil bank syari'ahnya, yang bisa diketahui sewaktu-waktu dari naik turunnya jumlah bagi hasil yang diterimanya.<sup>41</sup>

Gambar 11  
Minat Masyarakat dari Aspek Kegiatan Sosial



Berdasarkan data gambar tersebut sebagian besar (65,%) responden menyatakan alasan minat menjadi nasabah bank syari'ah dari segi kegiatan sosial karena bank syari'ah melakukan penyaluran zakat, infaq

---

<sup>41</sup>Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syari'ah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), 54

dan sedekah. Sedangkan sebagian kecil (34%) responden karena bank syari'ah melakukan pengumpulan zakat, infak, dan sedekah.

Adanya fungsi sosial kemasyarakatan yang dilakukan bank syari'ah akan meningkatkan citra baik dan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap bank syari'ah.<sup>42</sup>

Pelayanan yang bernilai sosial akan berimbang pada bank dengan mendapatkan keuntungan secara sosial, diantaranya bank dapat dikenal oleh masyarakat luas dan masyarakat merasa terbantu secara sosial ekonomi dengan hadirnya bank syari'ah di lingkungan mereka. Pada akhirnya menimbulkan rasa simpati masyarakat terhadap bank syari'ah pada khususnya.<sup>43</sup>

## **Kesimpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menjadi nasabah dana pihak ketiga bank syari'ah ditandai dengan tingginya daya tarik terhadap elemen-elemen alasan minat yaitu produk jasa sesuai syari'ah, imbalan halal, lokasi strategis, promosi yang terintegrasi dengan nilai-nilai Islam, proses pelayanan standard dan mengedepankan keramahan, citra bank syari'ah direflesikan dengan investasi yang terjamin aman, moralitas dan profesionalisme pegawai, sarana fisik yang mendukung kemudahan pelayanan, pentingnya transparansi dalam nisbah/margin dan laporan leuangan, bank syari'ah berfungsi sosial kemasyarakatan dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana zakat, infaq, dan sedekah. Dalam prakteknya alasan-alasan minat tersebut harus saling menunjang untuk menarik minat masyarakat

---

<sup>42</sup> Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syari'ah : Gambaran Umum*, (Jakarta : Bank Indonesia, 2005), 38

<sup>43</sup> Surahman Hidayat, *Catatan Kuliah Manajemen Keuangan Syari'ah*, (Bandung : UIN SGD Bandung, 2005).

menjadi nasabah bank syari'ah. Sehingga diharapkan dapat memetakan harapan, kebutuhan, keyakinan dan opini yang akan mengarahkan bagaimana seorang calon nasabah akan bersikap dan menentukan keputusannya untuk menjadi nasabah dana pihak ketiga di bank syari'ah.

### **Daftar Pustaka**

- Abdurrahman, Oemi, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 1993.
- Alwasilah, A. Chaedar, *Pokoknya Kualitatif : Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Dunia Pustaka Jaya, 2003.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank syari'ah Suatu pengenalan Umum*, Jakarta : Tazkia Institut, 1999.
- \_\_\_\_\_, *Bank Syari'ah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*, Jakarta ; Tazkia Institut, 1999.
- Arifin, Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Jakarta : Pustaka Alvabet, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 1998.
- Ascarya dan Yumanita, Diana, *Bank Syari'ah : Gambaran Umum*, Jakarta : Bank Indonesia, 2005.
- Bagus, Lorens, *Kamus Filsafat*, Jakarta : Gramedia, 1996
- Baharuddin, *Paradigma Psikologi Islami*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004.
- BI Tasikmalaya, *Nuansa Berita*, Tasikmalaya : BI Tasikmlaya, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Perkembangan Ekonomi Regional*, Tasikmalaya : BI Tasikmalaya, 2005.
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2005.
- Dendawijaya, Lukman, *Manajemen Perbankan*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2005.



- Dimasyqi, ad, Al Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir, *Tafsir al Qur'an al Adhim*. (terj.) Bahrin Abu Bakar dkk, Bandung : Sinar Baru Algensindo, 2002.
- Djamil, Fathurrahman, *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1997.
- Direktur Program Pascasarjana, *Pedoman Penulisan Tesis Program Pascasarjana*, Bandung : IAIN SGD, 2003.
- Gunara, Thorik dan Sudiby, Utus Hardiono, *Marketing Muhammad : Strategi Bisnis nabi Muhammad dalam Memenangkan Persaingan Pasar*, Bandung : Takbir Publishing House, 2006
- Haqqi, Abdurrahman Raden Aji, *The Philosophy of Islamic Law of Transaction*, Kuala Lumpur : Univision Press, 1999.
- Harahap, Sofyan S; Wiroso dan Yusuf, Muhammad, *Akuntansi Perbankan Syari'ah*, Jakarta : LPFE - Usakti, 2005.
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara, 2004.
- Hufy, al, Ahmad Muhammad, *Akhlaq Nabi Muhammad saw (Keluhuran dan Kemuliaannya)*, (terj.) Masdar Helmy dan Abd. Khalik Anwar, judul asli *Min Akhlaqin Nabiy*, Jakarta : Bulan Bintang, 1978.
- Hurlock, Elizabeth B, *Perkembangan Anak*, (terj.) Meitasari Tjandra dan Muslichah Zarkasih, judul asli : *Child Development*, Jakarta : Erlangga, 1995.
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : Alfabeta, 2005.
- Kahlani, al, Muhammad bin Ismail dan Shan'ani, *Subulussalam*, Bandung : Maktabah Dahlan, tt.
- Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta : IIIT Indonesia, 2002.
- \_\_\_\_\_, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2004.

- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2004.
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing*, Bandung : Mizan, 2006.
- Liestyo, Stephen, *Nasabah dan Bank Optimalisasi Fasilitas Perbankan*, Jakarta : Elex Media Komputindo, 2005.
- Majlis Penasihat Syariah Suruhanjaya Sekuriti, *Resolutions of The Securities Commission Syariah Advisory Council Majlis Penasihat Suruhanjaya Sekuriti*, Kuala Lumpur : Bukit Kiara, 2003.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Erlangga, 1991.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2001.
- MS, Wahyu dan Masduki, Muhammad, *Petunjuk Praktis Membuat Skripsi*, Surabaya : Usaha Nasional, 1987.
- Muhajir, Noeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Rake Sarasin, 1998.
- Muhamad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta : UII Press, 2000.
- Muslih, al, Abdullah dan Shawi, ash, Shalah, *Fiqh ekonomi Keuangan Islam*. (terj.) Abu umar Basyir, judul asli *Ma La Yasa'ut Tajiru Jahluhu*, Jakarta : Darul Haq, 2004.
- Nazir, Habib dan Hassanuddin, Muhammad, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Bandung : Kaki Langit, 2004.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Antonio, Muhammad Syafi'i, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1992.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (terj.) Damos Sihombing, judul asli : *Consumer Behavior*, Jakarta : Erlangga, 1999
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John J.O.I., *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : ANDI, 2005.

- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (terj.) Zainal Arifin dan Dahlia Husin, judul asli : *Daurul Qiyam Wal Akhlaq fil Iqtishadil Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta : Prenada Media, 2005.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Wahab, Muhibb Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta : Prenada Media, 2005.
- Sinungan, Muchdarsyah, *Strategi Manajemen Bank*, Jakarta : Rineka Cipta, 1994.
- Sudjana, *Metoda Statistik*, Bandung : Tarsito, 1992.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta, 1999.
- \_\_\_\_\_, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2005.
- Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta : AMP YKPN, 2003.
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : Liberty, 2002.
- Supramono dan Haryanto, Jony Oktavian, *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi, 1999.
- Surakhmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah : Dasar, Metoda, Teknik*, Bandung : Tarsito, 1990.
- Shadily, Hassan, *Ensiklopedi Indonesia*, Jakarta : Ichtiar Baru Van Hoeve, 1983.
- Syah, Muhibbin, *Psikologi Belajar*, Jakarta : PT Logos Wacana Ilmu, 2001.
- Syahatah, Husein dan Dhahir, adh, Siddiq Muh. Al Amin, *Transaksi dan Etika Bisnis dalam Islam*. (terj.) Saptono Budi Satryo dan Fauziah R, Judul asli : *Business Ethics in Islam and al Gharar fil'Uqud wa Atsaruhu fi at Tathbiqah al Mu'ashirah*, Jakarta : Visi Insani Publishing, 2005.
- Syahatah, Husein, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam*, (terj.) Husnul Fatarib, judul asli : *Usul al Fikri al Muhasabi al Islami*, Jakarta : Akbar Media Eka Sarana, 2001.

- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa,  
*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1995
- Usman, Muhlish, *Kaidah-Kaidah Ushuliyah dan Fiqhiyah : Pedoman Dasar  
dalam Istimbath Hukum Islam*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 1997.
- Vogel, Frank E. I and Hayes, Samuel L., *Islamic Law and Finance. Religion,  
Risk, and Return*, London : Kluwer Law International, 1998.
- Wibowo, Edy dan Widodo, Untung Hendy, *Mengapa Memilih Bank  
Syari'ah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2005.
- Winardi, *Ilmu dan Seni Menjual (Salesmanship)*, Bandung : Nova, 1989.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*,  
Jakarta : Grasindo, 2005.