

**MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK ALIANSI MIKRO
PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT**

SKRIPSI MINOR

Oleh :

KHAIRIL MULIA HARAHAP

NIM.0504163170



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2020 M/ 1441 H

**MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK ALIANSI MIKRO
PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III) Dalam Ilmu Perbankan Syariah Pada Program D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Oleh:

KHAIRIL MULIA HARAHAP

NIM. 0504163170



PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2020 M/ 1441 H

LEMBAR PERSETUJUAN

**MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK ALIANSI MIKRO
PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT**

Oleh:

KHAIRIL MULIA HARAHAHAP

NIM. 0504163170

Menyetujui

Kamila, SE, Ak., M.Si



NIP. 197910232008012014

Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, LC,

An.



NIP. 19650628200302100

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor berjudul : “**MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK ALIANSI MIKRO PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT**”, akan diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 27 Agustus 2020.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 27 Agustus 2020

Sidang Munaqasyah Skripsi Minor Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam UIN SU Medan

Ketua,

Sekretaris

Zuhrinal M Nawawi MA
NIP : 197608182007101001

Kamila, SE, Ak, Msi
NIP : 197910232008012014

Anggota

Penguji I

Penguji II

Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I.
NIP : 198904262019031007

Kamila, SE, Ak, Msi
NIP : 197910232008012014

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara**

DR. Andri Soemitra, MA
NIP. 19760507 200604 1 002

IKHTISAR

Penelitian ini berjudul: “**Minat Nasabah Terhadap Produk Aliansi Mikro (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat)**” pembimbing skripsi Kamila, SE, Ak., M.Si

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh sebuah fenomena bahwa Produk aliansi mikro adalah produk yang tidak diminati oleh nasabah dalam melakukan program kerja sama produk aliansi mikro yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat nasabah terhadap program kerja sama produk aliansi mikro pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Stabat serta untuk mengetahui Faktor-Faktor apasaja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk aliansi mikro pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif yang dalam pengolahan datanya dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah terhadap kerja sama produk aliansi mikro lebih banyak yang tidak berminat melakukan yaitu sebesar 75% (15 Responden) sedangkan pada program kerja sama aliansi mikro yang berminat adalah sebesar 25% (5 Responden). Adapun persentase minat nasabah terhadap produk aliansi mikro dapat terlihat pada tahun 2017 sampai 2019 yaitu Pada tahun 2017 pada program kerja sama produk aliansi mikro nasabah lebih banyak tidak berminat sebesar 23% (7 nasabah), sedangkan yang berminat sebesar 77% (23 nasabah). Pada tahun 2018, minat nasabah terhadap produk aliansi mikro mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 60% (24 nasabah), yang tidak berminat dan yang berminat sebesar 40% (16 nasabah). Sedangkan pada tahun 2019, minat nasabah pada produk aliansi mikroyang tidak berminat sebesar 53% (16 nasabah), dan yang berminat sebesar 47% (14 nasabah) dan terjadi penurunan.

Kata Kunci: Minat nasabah, produk aliansi mikro

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh,

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan juga hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi minor ini dengan judul “Minat Nassabah Terhadap Produk Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat”. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penyelesaian skripsi ini tak lepas dari dukungan moral dan motivasi serta bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Maka, pada kesempatan ini penulis mengucapkan bangga dan terima kasih kepada Ayahanda **Pardamean Harahap** dan Ibunda **Masjelita Siregar** atas segala motivasi, doa dan arahan yang tak ternilai harganya. Oleh karena itu, penulis ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan moril dan material dari berbagai pihak sehingga kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Aliyuddin Abdul Rasyid, LC, MA selaku Ketua Program D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

4. Ibu Kamila, SE, Ak., M.Si, selaku pembimbing yang dengan sabar dan pengorbanan waktunya mengarah penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi minor ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu pengetahuan dari awal perkuliahan hingga selesai, serta seluruh staff pegawai yang ada di lingkungan UIN Sumatera Utara.
6. Bapak Irfan Fetra selaku Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
7. Abangda Taufik selaku Branch Operation Service Manager di PT. bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
8. Abangda Wahid Muttaqin selaku Micro analyst di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat yang telah membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi minor ini.
9. Kakanda Alfi Syahri Yuni selaku Admin Micro di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat yang telah membantu penulis.
10. Seluruh Staff Pegawai PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat yang sangat baik hati menerima dan memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan bantuan selama melaksanakan kegiatan magang.
11. Terimakasih kepada kaka ku tersayang Robiyatul Adwiyah Siregar SST.,MKM, Abangku Rudi Sulaiman Harahap ST, Adinda Rinal FadliHarahap yang udah mau menemani hingga terselesaikannya skripsi minor ini, yang selalu ngesupport penulis, yang rela diajak mondar-mandir demi menyelesaikan skripsi minor ini.
12. Terimakasih kepada Rani Indri Astuti selaku teman magang penulis di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

13. Terima kasih kepada teman seperjuangan D-III Perbankan Syariah khususnya kelas B.

14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi minor ini.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan, motivasi, dukungan, dan pengarahan yang telah diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis sangat mengakui bahwa skripsi minor yang penulis susun ini sangatlah jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun, sehingga berguna bagi kemajuan penulis dan bagi kita semua pada umumnya.

Demikianlah skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Medan, Juli 2020

Penulis

Khairil Mulia Harahap

NIM. 0504163170

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
IKHTISAR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Metode Penelitian.....	6
E. Teknik Pengumpulan Data.....	7
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	8
G. Kegunaan Penelitian.....	8
H. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	11
A. Minat Nasabah	11
1. Pengertian Minat	11
B. Pengertian Nasabah.....	13
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	14

1. Faktor Internal	14
2. Faktor Eksternal	17
D. Strategi Dalam Pembentukan minat.....	19
E. Nasabah Melakukan Program Aliansi.....	20
F. Produk Aliansi.....	21
G. Kesuksesan Melakukan Kerja Sama Aliansi.....	22
H. Cara Kesukses Kerja Sama Aliansi.....	23
1. Komitmen.....	23
2. Reputas	25
3. Kepercayaan	26
4. Kinerja Pemasaran Perusahaan	28
I. Keuntungan Dalam Strategi Aliansi.....	29
J. Hambatan Dalam Produk Aliansi Strategik	30
BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN	32
A. Sejarah Bank Syariah Mandiri	32
B. Makna Logo Bank Syariah Mandiri.....	33
C. Visi dan Misi Syariah Mandiri.....	34
1. Visi	34
2. Misi.....	35
D. Struktur Organisasi dan Tugas	35
1. <i>Branch Manager</i>	38
2. <i>Branch Operation Service Manage</i>	39
3. <i>Consumer Banking Relationship Manager</i>	40

4. <i>Micro Banking Manager</i>	40
5. Micro Analyst	41
6. <i>Customer Service</i>	42
7. <i>General Suport Staff</i>	43
8. Teller	44
9. SFE (<i>Syariah Funding Executive</i>).....	44
10. Security	44
11. Driver	45
12. Massager/Office Boy	46
13. Admin Mikro (<i>Micro Administration</i>)	46
14. Ritail Salles Executive	47
E. Produk-Produk PT. Bank Syariah Mandiri	48
1. Dana Pihak Ketiga.....	48
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Minat Nasabah Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	49
B. Persentase Data Nasabah Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Dalam Jangka Waktu Tiga Tahun Terahir Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	52
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Minat Responden terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna Mikro di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat 49

Tabel 4.2 Persentase Perbedaan Minat Responden terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna Mikro di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat Tahun 2016-2018 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Bank Syariah Mandiri	33
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai lembaga perantara jasa keuangan (*Financial Intermediary*), yang tugas pokoknya adalah menghimpun dana dari sebuah perusahaan negara dan swasta maupun masyarakat, diharapkan dari dana yang dimaksud dapat memenuhi kebutuhan dana perusahaan dan masyarakat yang memerlukannya. Sistem Bank adalah bebas bunga atau disebut pula dengan Bank Islam atau Bank Syariah, memang tidak khusus untuk diperuntukkan untuk para sekelompok orang namun tetap akan sesuai landasan Islam yang “Rahmatan lil’alamin”, proses ini didirikan gunanya untuk melayani masyarakat baik dalam bentuk perusahaan milik negara maupun swasta yang banyak tanpa membedakan keyakinan yang dianut.¹

Bank Syariah Indonesia memiliki persamaan dengan lembaga keuangan negara lain, selain itu memiliki persamaan prinsip umum juga memiliki perbedaan karena lingkungan yang sangat berbeda, perbedaan tersebut tercermin pada variasi penggunaan akad yang berbeda dalam produk jasa yang ditawarkan oleh pihak Bank Syariah. Di antaranya dilihat segi faktor sistem ekonomi yang dianut oleh suatu negara, seperti contoh pada negara yang menganut mayoritas Muslim akan menggunakan dan menawarkan produk jasa dengan Syariat Islam.²

Lembaga Keuangan Bank di Indonesia membuat Bank terbagi menjadi dua jenis yaitu Bank Konvensional, Bank Syariah. Bank yang bersifat Konvensional

¹Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta:YKPN, 2005), h. 15.

²Wardiah, Mia Lasmi..*Pengantar Perbankan Syari’ah*, (Bandung:, Pustaka Setia ,2019) hal 95

adalah Bank yang operasionalnya menggunakan system bunga, sedangkan Bank yang bersifat Syariah Islam adalah Bank yang proses kegiatan operasionalnya tidak mengendalikan operasional pada bunga akan tetapi kegiatan operasional dan produknya dapat di pengaruhi oleh dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Al-hadist. Dalam kerjasama Bisnis Aliansi tidak hanya dibangun atas dasar keuntungan, kesederhanaan, keterbukaan, mudah dijangkau, tidak disubsidi, dapat menutup seluruh pengadaan biaya, dan pertimbangan aspek duniawi saja namun juga dibangun dasar ridho Allah. Keridhoan Allah diperoleh melalui implementasi prinsip-prinsip yang ada pada setiap Bank Syariah dalam melaksanakan kerja sama Program Aliansi bisnis.³

Di Indonesia, regulasi mengenai Bank Syariah dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah merupakan lembaga yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah mencakup kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah. Lembaga - lembaga keuangan yang berbasis Syariah dalam perekonomian negara yang menanggung peran untuk berkontribusi aktif dalam pembangunan perekonomian negara. Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴

³Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 301

⁴Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 58.

Kerjasama Program Aliansi pada Bank Syariah juga dilakukan pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Syariah (BPRS). Memiliki kerjasama Aliansi atau partnership dalam bisnis Aliansi Syariah tidak berbeda dengan bisnis pada umumnya yang dibangun atas kerjasama berbagai pihak dalam mengembangkan usahanya. Namun dalam kerjasama bisnis Aliansi tidak hanya dibangun atas dasar keuntungan dan pertimbangan aspek duniawi saja namun juga dibangun atas dasar ridho Allah. Keridhoan Allah diperoleh melalui implementasi prinsip-prinsip syariah dalam melaksanakan kerjasama bisnis. Dalam hal kerjasama tersebut juga terdapat pada Bank Syariah KCP yang terdapat di daerah stabat.⁵

Bank Syariah Mandiri khusus KCP Stabat juga menyediakan pelayanan Aliansi terhadap nasabahnya dalam bentuk produk *Funding* (Pendanaan) dan produk *Financing* (Pembiayaan). Dalam penyusunan ketentuan menyediakan kerjasama dengan Pelayanan Aliansi terhadap nasabah dalam bentuk produk *Funding* (Pendanaan) produk *Financing* (Pembiayaan) dilakukan dengan memperhatikan asas-asas program pengembangan bisnis usaha mikro yaitu adanya kesederhanaan (simplicity), adanya keterbukaan (transparency), program sangat mudah dijangkau (accessibility), program tidak ada disubsidi (nonsubsidized), dapat menutup seluruh adanya biaya (costrecovery), sangat menguntungkan (profitable), aktifitas usaha yang berkelanjutan (sustainable) tanpa meninggalkan prinsip kehati-hatian dalam memenuhi asas penyaluran pembiayaan yang sehat.⁶

⁵Wawancara dengan Wahid Muttaqin, tanggal 18 April 2020, di kantor Bank Syariah Mandiri KCP Stabat

⁶Wawancara dengan Wahid Muttaqin, tanggal 18 April 2020, di kantor Bank Syariah Mandiri KCP Stabat

Menurut salah seorang karyawan di bagian Admin Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, yang saya wawancarai mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Stabat memiliki Kerja Sama (Partnership) dalam Program Aliansi Mikro yang Kurang Baik, Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa data nasabah yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Stabat masih Sedikit dapat dilihat dari ketidak tetapan nasabah setiap tahunnya. Sedangkan dari potensi banyaknya perusahaan milik Negara maupun Swasta, Sekolah, Koperasi, maupun UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) yang ada di daerah Stabat seperti usaha Pertanian, usaha Peternakan, usaha Perikanan, Kehutanan, Listrik, Gas, Air bersih, Perdagangan, Hotel, Restoran, Jasa Swasta, Industri. Seharusnya sudah banyak yang mau melakukan kerja sama antara pihak Bank Syariah dengan nasabah karena sudah adanya MoU (*Memorandum Of Understanding*).

Dari wawancara di atas karyawan bagian Admin Mikro juga mengatakan bahwa walaupun sudah melakukan beberapa kegiatan untuk menarik nasabah dengan memberikan berbagai informasi baik dalam sarana telemarketing atau melakukan komunikasi, promosi, melakukan penilaian dan pembinaan terhadap nasabah UKM, untuk melakukan kerja sama Program Aliansi Mikro terhadap nasabah rupanya tidak meningkatkan minat nasabah untuk melakukan kerja sama yang baik, beliau juga mengatakan bahwa dalam beberapa bulan ini banyak yang sudah tidak melakukan kerja sama lagi sementara banyak usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) yang tersedia di daerah stabat tersebut.

Dari pemaparan diatas penulis berkeingin untuk mengetahui Bagaimana Minat Nasabah Terhadap Produk Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri

KCP Stabat. Penulis juga berkeinginan untuk Mengetahui Faktor Apasajakah Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana minat nasabah terhadap Program Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Untuk itu, melalui penulisan laporan Tugas Akhir ini penulis mengambil judul **“MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK ALIANSI MIKRO PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini yaitu :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Minat Nasabah Terhadap Produk Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
2. Untuk Mengetahui Faktor Apasajakah Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui Bagaimana Minat Nasabah Terhadap Produk Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
2. Untuk Mengetahui Faktor Apasajakah Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?

D. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data bersifat kualitatif yang instrumennya adalah orang atau peneliti itu sendiri, yang bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditentukan atau yang adadi lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi teori.⁷

2. Populasi dan Sampel

Populasi, adalah seluruh wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini direncanakan pada seluruh nasabah yang menggunakan produk aliansi pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

3. Sampel,

Adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini direncanakan adalah nasabah yang menggunakan produk aliansi mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Sampel digunakan untuk mewakili populasi yang respondennya dengan menggunakan random sampling.

⁷Mahi M Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 72

4. Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian bertempat di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat yang beralamat di Jl. KH.Zainul Arifin No. 17-A, Stabat, Kab. Langkat, Sumatera Utara.

5. Jenis Data

Data primer dan sekunder. Data Primer yang didapat dari sumber utama baik individu maupun kelompok seperti hasil dari wawancara atau data yang dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian. Data sekunder, data yang didapat langsung dari objek penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dilakukan dengan menggunakan Observasi, Artinya merupakan kegiatan dilakukan dengan mengamati dan mencermati serta pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan komplek penelitian.
2. Dilakukan dengan menggunakan Wawancara langsung, Artinya merupakan cara untuk melakukan dan mengumpulkan data dengan mengadakan langsung tatap muka dengan orang lain bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi narasumber data atau obyek penelitian.
3. Dilakukan dengan cara menggunakan Dokumentasi oleh peneliti, yaitu suatu cara pengumpulan data-data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, maka data tersebut diolah secara kualitatif dan dilakukan secara analisis dengan menggunakan metode deskriptif yaitu menguraikan dan menggambarkan data sesuai dengan kategori dan masalah penelitian.⁸

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi pihak bank, khususnya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Stabat diharapkan dapat membantu karyawan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dalam memasarkan produk yang ada pada bank tersebut melalui penelitian ini.
2. Bagi pihak perguruan tinggi, diharapkan dapat menambah informasi dan pembendaharaan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman serta referensi bagi rekan mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pokok-pokok uraian yang akan dibahas dalam skripsi secara terperinci yang disusun menjadi bagian-bagian yang saling berkaitan.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung:Alfabeta,2014), h. 8

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini penulis menguraikan tentang kajian teori yang melandasi dan mendukung penelitian. Landasan teori bab ini akan menyajikan landasan teori yang menguraikan hal-hal yang bersangkutan dengan materi yang akan di bahas dalam penelitian, dengan sumber dan referensi dari berbagai literature.

Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini penulis menguraikan gambaran umum Perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri mulai dari sejarah, makna logo, visi dan misi struktur organisasi, pembagian tugas Bank Syariah Mandiri, serta produk Bank Syariah Mandiri.

Bab IV Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini penulis menguraikan hasil penelitian mengenai Minat Nasabah Terhadap Produk Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Penulis juga menguraikan hasil penelitian mengenai Faktor

Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Aliansi Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

Bab V Penutup

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan permasalahan yang menjadi topik pembicaraan. Dan diakhiri dengan saran sebagai bahan masukan yang diakhiri dengan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat Pada Nasabah Kerjasama Program Aliansi Mikro

Minat nasabah (*Interest*) berarti kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan nasabah yang besar terhadap sesuatu dalam hal ini yaitu pada kerja sama program aliansi mikro. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Minat nasabah adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik seorang nasabah pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut di peroleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁹

⁹Kamus Umum Bahasa Indonesia

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut,

semakin besar minat. Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.¹⁰

Minat dalam pandangan Islam yaitu Al-Qur'an dalam surat Al-Alaq ayat 1:

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝

Artinya: “*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan*”.
(QS. Al-Alaq: 1)

Ayat tersebut memerintahkan kita agar membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.¹¹ Menurut Komarudin Minat Nasabah adalah suatu rasa lebih suka rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen. Ada beberapa tahapan melakukan proses pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.¹²

Secara bahasa minat kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan. Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang, dalam batasan

¹⁰Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 141

¹¹Andi Mappiere, *Psikolog Orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Offsite Printing, 1994), h. 275

¹²Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: Grafindo, 1994), h. 94

tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada sesuatu pemusatan perhatian subjek adanya usaha untuk mendekati, untuk mengetahui, untuk memiliki, untuk menguasai, dan adanya penarik dari objek. Minat menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa.¹³

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah dorongan diri yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut.

Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan oleh seorang nasabah. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan dengan meminati kegiatan yang diinginkannya.¹⁴

B. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah orang yang berhubungan langsung dengan bank atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Nasabah yang akan memberikan kontribusi yang baik dalam kemajuan sebuah lembaga keuangan seperti perbankan syariah. Nasabah inilah yang berperan penting dalam berbagai produk pembiayaan yang terdapat dalam sebuah lembaga perbankan syariah tersebut dan sangat mempengaruhi perkembangan suatu perbankan syariah. Tanpa adanya nasabah maka suatu lembaga perbankan syariah tidak dapat berkembang

¹³Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, 172

¹⁴Hasan Alwi, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, 795

dengan baik.¹⁵

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Program Kerja Sama Aliansi Mikro

Faktor yang mempengaruhi minat secara umum dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal yakni sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1. Kepribadian / Pengetahuan

Kepribadian pengetahuan adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan adanya respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.¹⁶

2. Persepsi

Persepsi proses memilih, mengorganisasi, menafsirkan untuk masukan-masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia. Persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Media massa dan segala bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu. Dalam hal pemasaran, pengaruh iklan di media massa, kemasan produk, papan reklame, dan sebagainya mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk.¹⁷

¹⁵Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 159

¹⁶Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 159

¹⁷Ristiyani Prasetijo, John J.O. Ithalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 67

3. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengetahuan dan pengalaman ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa yang akan datang jika menghadapi situasi yang sama. Dalam hal ini pembelajaran menimbulkan dorongan yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu dari hasil pengalaman maupun pengetahuan yang ia miliki.¹⁸

4. Motivasi

Menurut Hilgard dan Atkinson motivasi adalah keadaan aktif di dalam seseorang yang mengarahkannya kepada perilaku pencapaian tujuan. Menurut Solomon motivasi merujuk kepada proses yang menyebabkan orang berperilaku seperti yang mereka perbuat. Hal itu terjadi bila kebutuhan timbul dan yang bersangkutan adanya yang berniat untuk memuaskannya. Sekali kebutuhan telah terpenuhi pada tingkat tekanan yang ada mendorong konsumen untuk mencoba mengurangi membatasi kebutuhan. Motivasi ini menjadi alasan untuk berperilaku, dimana seseorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan.¹⁹

5. Sikap

Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan. Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan diri seseorang terhadap sebuah objek ide. Sikap menempatkan seseorang

¹⁸Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 70

¹⁹Ristiyan Prasetijo, John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, 36

ke dalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek.²⁰

6. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bisaberlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), kepercayaan dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaannya.²¹

7. Pengalaman

Pengalaman maksudnya pengalaman pribadi seseorang tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan sesuatu. Pengalaman ini merupakan pedoman guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.²²

8. Agama

Karena bervariasi, serta sifatnya yang pribadi, kelompok agama mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi konsumsi suatu masyarakat, kelompok keagamaan akan memperhatikan preferensi dan tabu yang spesifik. Pemasar hendaknya dapat memperhatikan secara seksama preferensi atau tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan karena akan mempengaruhi perilaku pembeli dari kelompok keagamaan yang dimaksud. Keagamaan akan mempengaruhi seseorang dalam suatu pembelian produk karena mereka akan melihat barang dan jasa yang akan diperjualbelikan.²³

b. Faktor Eksternal

²⁰Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, 70

²¹Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2009), 227

²²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 203

²³Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 189

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya. Di dalam budaya terdapat sejumlah budaya, sebagai ilustrasi dalam bidang pendidikan, terdapat pendidikan formal, dan pendidikan informal, dan pendidikan non formal. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif lebih tinggi akan memiliki perilaku yang lebih teliti dalam memilih produk yang dibutuhkannya. Budaya dan sub-budaya berpengaruh sangat kuat terhadap sikap dan perilaku penduduk.²⁴

2. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi eksistensi sebuah bank sangat luas mencakup kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan. Faktor selera dan kebutuhan masyarakat pada saat ini semakin modern sehingga memiliki berbagai keanekaragaman mempengaruhi perkembangan dunia perbankan saat ini. Ada beberapa tingkatan sosial inilah maka ditandai oleh beberapa ciri.

Faktor sosial budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah sebab budaya dan sosial saling berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan para nasabah. Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan sosial merupakan tingkatan status dalam masyarakat. Jika tingkat sosial masyarakat rendah terlihat dari segi ekonomi masyarakat itu sendiri sehingga timbul kebudayaan yang baru untuk merubah

²⁴Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen*, 85

tingkatansosial.²⁵

3. Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan pada sebuah bank syariah harus mendapatkan pelayanan yang baik agar mereka puas dengan kerjasama tersebut. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan *fee* dan komisi.²⁶

Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat baik dan mampu membuat banyak nasabah menjadi tertarik untuk berinvestasi pada sebuah bank syariah para karyawan akan mendapatkan tambahan pendapatan dari hasil pelayanan jasa yang cukup memuaskan bagi para nasabah.

4. Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank berada pada lokasi yang mudah dijangkau. Sehingga lokasi yang ditetapkan oleh sebuah bank benar-benar strategis dari seluruh penjuru agar mempermudah para nasabah yang ingin berinvestasi.²⁷

5. ProfitSharing

²⁵Muhammad, *Bank Syariah dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 42

²⁶Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 53

²⁷Kasmir, *Kewirausahaan*, 334

Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan *profit sharing*. *Profit Sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”. Secara syariah prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada kaidah *mudharabah*. Dimana bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sementara penabung sebagai *shahibul mal* (penyandang dana). Pada sistem bagi hasil inilah biasanya menjadi hal pokok yang lebih disukai oleh nasabah banksyariah.²⁸

6. Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam personal ini adalah tahapan yang sangat penting untuk menarik minat konsumen atau nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan.²⁹

D. Strategi Pembentukan Minat Dalam melakukan Program Kerja Sama Aliansi Mikro

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

²⁸Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2002), 101

²⁹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 95

1. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
2. Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
3. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
4. Belajar dari Pengalaman.³⁰

E. Pengertian Nasabah Dalam Melakukan Program Aliansi

Nasabah yang melakukan kerja sama dalam program aliansi merupakan pihak yang menggunakan jasa bank untuk melakukan program aliansi tersebut. Penghimpunan dana pada program aliansi dan pemberian kredit pada program aliansi merupakan pelayanan jasa perbankan yang utama dari semua kegiatan lembaga keuangan bank. Berdasarkan Pasal 1 angka (16) di dalam UU Perbankan diintroduksikan rumusan nasabah yaitu nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.

Rumusan tersebut kemudian diperinci pada butir berikut, yaitu sebagai berikut.³¹

1. Nasabah Penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

³⁰Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: Grafindo, 1994), h. 96

³¹Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

2. Nasabah Debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Di dalam praktik-praktik perbankan, dikenal 3 (tiga) macam nasabah antara lain:

1. Nasabah deposan, yaitu nasabah yang menyimpan dananya disuatu bank, misalnya dalam bentuk deposito atau tabungan.
2. Nasabah yang memanfaatkan fasilitas kredit perbankan, misalnya kredit usaha kecil, kredit pemilikan rumah dan sebagainya.
3. Nasabah yang melakukan transaksi dengan pihak lain melalui bank, misalnya, transaksi antara importir sebagai pembeli dan eksportir di luar negeri. Untuk transaksi semacam ini, biasanya importir membuka *letter of credit* (L/C) pada suatu bank demi kelancaran dan keamanan pembayaran.³²

F. Produk Aliansi

Tahun 2003 Henry Chesbrough dari Harvard University memperkenalkan konsep inovasi terbuka (*open innovation*). Inovasi terbuka tersebut merupakan sebuah konsep dimana proses inovasi yang berawal atau semula dilakukan secara sendiri-sendiri dirubah untuk melakukan secara bekerja sama (*collaborative partnership*). Pandangan yang mengatakan bahwa kegiatan inovasi yang semula yang dipandang sebagai sesuatu yang rahasia sehingga sesuatu yang rahasia harus dilakukan sendiri sudah tidak valid lagi.³³

³²Pasal 1 ayat (18) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

³³Kamus Umum Bahasa Indonesia

Perusahaan dalam hal ini di tuntut untuk dapat membentuk sebuah jaringan kerja sama yang saling menguntungkan dalam melakukan kegiatan inovasinya. Begitu juga halnya usaha kecil dan mikro. Dengan menerapkan konsep inovasi terbuka, usaha kecil dan mikro dapat menciptakan nilai secara sama-sama dengan pertukaran ide perbedaan keahlian.

G. Kesuksesan Dalam Melakukan Kerja Sama Aliansi

Kerjasama aliansi adalah suatu kerjasama antara dua atau lebih mitra perusahaan untuk berbagi sumber daya yang dapat saling mendukung kearah tujuan bersama perusahaan, selain itu juga dapat dikatakan bahwa keberadaan aliansi dipandang sebagai suatu hal yang sentral bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan global dan untuk memasuki pasar baru. Kerjasama aliansi diantara perusahaan telah mendapat perhatian dalam literatur manajemen stratejik sebagai strategi dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

Kesuksesan aliansi dapat dipandang sebagai hasil dari hubungan aliansi (*alliance outcome*).menyatakan bahwa aliansi merupakan sumber daya yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk bertahan hidup bahkan untuk meningkatkan kinerjanya di masa datang. Menyatakan bahwa aliansi dapat diartikan sebagai hubungan kooperasi yang dibangun untuk membangkitkan kemampuan stratejik dan operasional masing-masing perusahaan untuk mencapai peningkatan kinerja yang signifikan dari setiap perusahaan.³⁴

Sedangkan Dussauge dan Garrette mendefinisikan aliansi sebagai proyek

³⁴Hasan dan Nurul Ichsana, *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*, (Ciputat: GP Press Group, 2014), h. 139

bersama (*collaborative projects*) yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri yang sama. Hal ini sejalan dengan pandangan Chan dan Heide yang menyatakan aliansi stratejik sebagai persetujuan kontrak antar perusahaan untuk bekerjasama mencapai tujuan tanpa tergantung pada bentuk aliansi yang akan diambil oleh perusahaan.³⁵

Pits dan Lei menyebutkan tentang empat keuntungan bagi perusahaan bila perusahaan tersebut membangun aliansi yaitu :

1. Aliansi dapat menghalangi masuknya para pendatang baru,.
2. Aliansi dapat mengurangi dampak perubahan revolusi industri,
3. Aliansi dapat meningkatkan pembelajaran tentang penggunaan teknologi baru,
4. Aliansi dapat memperkuat lini produk (*product line*).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saxton, menunjukkan bahwa keberhasilan atau kesuksesan aliansi ditentukan oleh tiga faktor, yaitu reputasi perusahaan, *degree of shared decision making*, dan kesamaan stratejik.³⁶

H. Cara Kesuksesan Dalam Melakukan Kerja Sama Aliansi

a. Komitmen

Komitmen merupakan suatu keinginan untuk membangun hubungan yang baik dengan memberikan suatu pengorbanan dalam upaya memelihara hubungan dan kepercayaan atas stabilitas dari suatu hubungan. Komitmen yang kuat dari

³⁵Sudaryono, , *Manajemen Pemasaran, (Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi.* Yogyakarta : CV. Andi Offset 2020), h. 235

³⁶Yuniarti, Sri Vina.(*Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 226

manajemen untuk melaksanakan suatu kerjasama aliansi akan menjadi dasar hubungan kerjasamaaliansi.

Moorman, dkk menyatakan bahwa komitmen dari suatu hubungan adalah suatu pertukaran kepercayaan di antara mitra yang mempengaruhi ke dalam suatu hubungan diantara mitra aliansi, komitmen itu akan sangat penting untuk menjamin usaha yang maksimal untuk saling memelihara mitra aliansi dan komitmen dari suatu hubungan percaya bahwa harga dari suatu hubungan mempengaruhi kesuksesan aliansi. Komitmen yang kuat dari manajemen perusahaan akan memberikan keyakinan kepada mitra aliansi untuk melaksanakan dan mempertahankan kerjasamaaliansi.

Pandangan lain tentang komitmen dikemukakan oleh Shamdasani dan Sheth yang menjelaskan bahwa komitmen merupakan janji atau ikrar untuk melanjutkan hubungan dengan mitranya. Monezka dkk (1998, hlm. 553) menyatakan bahwa adanya komitmen untuk menjalin suatu hubungan biasanya dibuktikan dengan keterlibatan dari berbagai sumber daya seperti adanya waktu, uang, fasilitas dan sebagainya. Hal inilah yang menunjukkan bahwa komitmen menuntut adanya suatu pengorbanan nyata dari kedua belah pihak.

Dalam konteks kerjasama antar perusahaan, Bowen dan Shoemaker menyatakan bahwa kelanjutan hubungan antara perusahaan dengan mitranya (*buyer-seller*) di masa datang tergantung dari komitmen yang telah disepakati. Perusahaan yang merasa bahwa kelangsungan usahanya tergantung pada kesuksesan hubungan dengan para mitranya akan berkomitmen untuk menjaga kestabilan hubungan tersebut. Komitmen ini sangat berlawanan dengan oportunist,

dimana oportunist merupakan perilaku yang berorientasi pada pemakaian tipu muslihat atau kecurangan demi kepentingan sendiri.³⁷

b. Reputasi

Reputasi dapat menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan dipercaya oleh orang-orang perusahaan-perusahaan lain dalam lingkungan bisnisnya. Reputasi merupakan suatu aset yang tidak terlihat (*intangible asset* atau *goodwill*) yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang berdampak positif bagi nilai pasar suatu perusahaan. Perusahaan dengan reputasi baik akan membuat pihak luar seperti para investor menjadi lebih percaya untuk menanamkan investasinya pada perusahaan tersebut. Masalah reputasi sebenarnya berhubungan dengan sejarah atau riwayat yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Reputasi baik menunjukkan kalau selama ini citra yang dimiliki oleh perusahaan dipandang baik dalam lingkungan bisnisnya dalam menjalin hubungan dengan perusahaan lain dan sebaliknya.

Reputasi terkait dengan penilaian yang berasal dari pihak lain, hal ini menunjukkan bahwa penilaian yang dilakukan oleh pihak lain dapat ditransfer, selain itu juga menunjukkan bahwa keinginan suatu perusahaan untuk menjalin dan melanjutkan hubungan dengan perusahaan lain yang menjadi mitranya dapat timbul berdasarkan pengalaman perusahaan lain yang telah menjalin hubungan terlebih dahulu. Reputasi baik yang telah dimiliki oleh suatu perusahaan dapat dijadikan sebagai nilai lebih perusahaan tersebut dibandingkan perusahaan

³⁷Ascarya. (*Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: 2008 RajaGrafindo Persada)

lain.³⁸

Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kerjasama antar perusahaan. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dijadikan mitra kerjasama. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ganesan menemukan pengaruh positif antara reputasi dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang. Hasil penelitian Saxton menunjukkan hasil bahwa reputasi berhubungan positif dengan hasil aliansi (*alliance outcome*)

c. Kepercayaan

Moorman, dkk menjelaskan kepercayaan adalah kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Morgan dan Hunt menyatakan dalam penelitiannya bahwa elemen pertama dari kepercayaan adalah kredibilitas. Kredibilitas menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan memiliki suatu keyakinan bahwa perusahaan yang menjadi mitranya mempunyai kemampuan untuk mewujudkan pekerjaannya secara efektif dan handal atau dapat juga dikatakan seberapa jauh perusahaan memiliki kemampuan untuk menepati semua perjanjian yang telah disepakati.

Kredibilitas dalam kenyataannya sangat memerlukan bukti akan adanya kemampuan perusahaan mitra untuk mewujudkan ucapan atau pernyataan yang pernah diucapkannya. Elemen kedua dari kepercayaan adalah kebaikan hati atau kepedulian (*benevolence*), elemen ini didasarkan atas kenyataan seberapa jauh suatu perusahaan memiliki keyakinan bahwa perusahaan mitra, mempunyai

³⁸*Ibid.*, h. 126.

maksud baik dan akan mendatangkan manfaat baginya. Kepercayaan perusahaan terhadap mitranya dilandasi keyakinan bahwa mitranya tidak akan melakukan hal negatif yang dapat merugikan. Hal ini tidaklah mudah dilakukan oleh perusahaan mengingat dalam aktifitas sehari-hari terkadang dapat timbul keinginan untuk mendapatkan berbagai keuntungan yang lebih besar dengan tidak mempedulikan apakah tindakan tersebut akan merugikan perusahaan mitranya.

Elemen terakhir yang terkandung di dalam kepercayaan seseorang adalah adanya kemauan untuk mengandalkan pihak yang dipercaya. Penelitian yang telah dilakukan oleh Moorman, dkk menuliskan menunjukkan bahwa kepercayaan memerlukan bukti akan keterlibatan pihak yang dipercaya. Kepercayaan dapat dilihat dari adanya kemauan perusahaan untuk mengandalkan perusahaan lain yang dipercaya. Adaperusahaan mengatakan bahwa dirinya mempercayai perusahaan mitra namun pada kenyataannya perusahaan tersebut tidak mau mengandalkan perusahaan mitranya. Hal ini yang menunjukkan kalau sebenarnya kepercayaan perusahaan tersebut terhadap perusahaan mitra masih diragukan. Perusahaan sebenarnya kurang begitu percaya kepada mitranya sehingga perusahaan tersebut akan berhati-hati dalam menjalin hubungankerjasama.

Kepercayaan adalah menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan antara pihak perusahaan. Tanpa adanya kepercayaan, suatu hubungan kerjasama tidak akan mungkin mampu bertahan dalam jangka waktu lama. Kepercayaan pada dasarnya merupakan keinginan untuk mengandalkan pihak lain, yaitu pihak atauperusahaan yang menjadi mitranya. Pengertian ini sejalan dengan pendapat Moorman, dkk yang menyatakan bahwa kepercayaan timbul

sebagai hasil dari kehandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, bertanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian.³⁹

d. Kinerja Pemasaran Perusahaan

Tujuan utama perusahaan menjalin hubungan aliansi dengan perusahaan lain yang menjadi mitranya adalah untuk meningkatkan kinerja yang lebih baik. Kinerja pemasaran perusahaan didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi volume penjualan, jumlah pelanggan, tingkat keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Berbagai keuntungan dari hubungan ini baik secara langsung maupun tidak langsung harus dapat diterjemahkan dalam indikator-indikator ekonomi atau keuangan. Johnson dalam penelitiannya tentang kerjasama antar perusahaan menyatakan bahwa berbagai tipe atau bentuk aliansi seharusnya mampu meningkatkan kinerja masing-masing perusahaan.

Dussauge dan Garrette menyatakan bahwa tujuan beberapa perusahaan besar untuk membentuk aliansi stratejik adalah untuk mengembangkan bisnis. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Johnson berhasil membuktikan adanya hubungan yang sangat positif antara integrasi stratejik dengan kinerja keuangan perusahaan. Johnson menjelaskan bahwa adanya integrasi stratejik merupakan salah bentuk aliansi antar perusahaan.

Hasil penelitian juga berhasil membuktikan hubungan positif antara upaya koordinasi dengan kinerja (*profit performance*). Hal ini menunjukkan bahwa

³⁹*Ibid.*, h. 126.

dalam suatu hubungan kerjasama program aliansi, dimana didalam hubungan tersebut terdapat upaya-upaya koordinasi, terbukti mampu untuk meningkatkan kinerja perusahaan.⁴⁰

I. Keuntungan Dalam Strategi Aliansi

Dalam era ekonomi dewasa ini, aliansi strategis memungkinkan korporasi meningkatkan keunggulan bersaing bisnisnya melalui akses kepada sumber daya partner atau rekanan. Akses ini dapat mencakup pasar, teknologi, kapital dan sumber daya manusia.

Pembentukan tim dengan korporasi lain akan menambahkan sumber daya dan kapabilitas yang saling melengkapi (komplementer), sehingga korporasi mampu untuk tumbuh dan memperluas secara lebih cepat dan efisien. Khususnya pada korporasi yang tumbuh dengan pesat, relatif akan berat untuk memperluas sumber daya teknis dan operasional. Dalam proses, korporasi membutuhkan penghematan waktu dan peningkatan produktivitas dengan tanpa mengembangkan secara individual, hal ini agar korporasi dapat tetap fokus pada inovasi dan bisnis inti organisasi. Korporasi yang tumbuh pesat dipastikan harus melakukan aliansi strategis untuk memperoleh benefit dari saluran distribusi, pemasaran, reputasi merek dari para pemain bisnis yang lebih baik.

Dengan melakukan aliansi strategis, beberapa keuntungan adalah:

1. Memungkinkan partner untuk konsentrasi pada aktivitas terbaik yang sesuai dengan kapabilitasnya,

⁴⁰*Ibid.*, h. 126.

2. Pembelajaran dari partner dan pengembangan kompetensi yang mungkin untuk memperluas akses pasar
3. Memperoleh kecukupan sumber daya dan kompetensi yang sesuai agar organisasi dapat hidup.

Lebih lanjut menyatakan ada empat keuntungan bagi perusahaan bila perusahaan tersebut membangun aliansi dengan perusahaan-perusahaan lain. Keempat keuntungan tersebut adalah

1. Aliansi dapat menghalangi masuknya para pendatang baru,
2. Aliansi dapat mengurangi dampak perubahan evolusi industri
3. Aliansi dapat meningkatkan pembelajaran tentang penggunaan teknologi baru,
4. Aliansi dapat memperkuat lini produk (*produk line*).

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kesuksesan aliansi seperti yang tampak pada Gambar berikut ini mengacu pada penelitian Saxton dikemukakannya kelanjutan aliansi, peningkatan kualitas, kemampuan berkompetisi. Kelanjutan dari kerja sama produk aliansi merupakan keberhasilan perusahaan dalam memelihara kerjasama yang telah terjalin baik. Peningkatan kualitas merupakan peningkatan kualitas pelayanan perusahaan setelah menjalin kerjasama dengan mitranya. Kemampuan berkompetisi merupakan peningkatan kemampuan perusahaan dalam berkompetisi dengan para pesaingnya.⁴¹

⁴¹*ibid.*, h. 126.

J. Hambatan Dalam Produk Aliansi Strategik

Ada beberapa hambatan dalam melakukan kerja sama program aliansi mikro antara lain adalah;

1. Kekhususan aset (*asset specificity*)
2. Kompleksitas
3. Pengalaman
4. Perbedaan Budaya Organisasional (*Organizational Culture*).

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan bank Syariah mandiri (BSM) sejak awal pendirian. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negative yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industry perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut

PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.⁴²

PT. Bank Syariah Mandiri hadir , tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealism usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealism usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

B. Makna Logo Bank Syariah Mandiri



Gambar 3.1 Logo Bank Syariah Mandiri *Sumber: Google (2019)*

⁴²Bank Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 22 Maret 2019, jam 18:00

Pada tahun 2009 terjadi perubahan sedikit logo pada Bank Syariah Mandiri, hal ini mencerminkan transformasi semangat dan kesiapan untuk meraih masa depan yang lebih gemilang. Adapun perubahan ini menjadikan logo tersebut lebih memiliki makna yang dalam. Dari penggunaan warna logo menggunakan warna positif dan negatif. Positif digunakan pada warna belakang yang terang dan cerah, sedangkan Negatif pada warna latar belakang yang redup atau cerah.

Adapun arti atau makna yang terdapat pada logo Bank Syariah Mandiri diantaranya :

1. Penggunaan huruf kecil memiliki pengertian BSM merupakan bank yang ramah, rendah hati , dan memiliki aspirasi untuk semakin dekat dengan nasabah dan tetap bersikap membumi.
2. Lambang logo divisualkan dalam bentuk gelombang berwarna emas yang merupakan lambing kemakmuran yang dicita-citakan pada nasabah yang mau bermitra dengan BSM.
3. Posisi lambang logo diatas huruf logo melambangkan progresif menuju kemakmuran.⁴³

C. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Adapun Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat adalah sebagai berikut :

a. Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern

⁴³*ibid.*,

1. Bank Syariah Terdepan : Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industry perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.
2. Bank Syariah Modern : Menjadi bank syariah dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

D. Struktur Organisasi dan Tugas

Struktur Organisasi merupakan gambaran sistematis tentang bagian tugas dan tanggungjawab serta hubungannya. Pada hakekatnya jumlah kegiatan dan hubungan serta wewenang yang mempunyai fungsi terorganisir. Struktur Organisasi bukanlah merupakan tujuan akhir dari perusahaan tetapi merupakan alat perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan maka

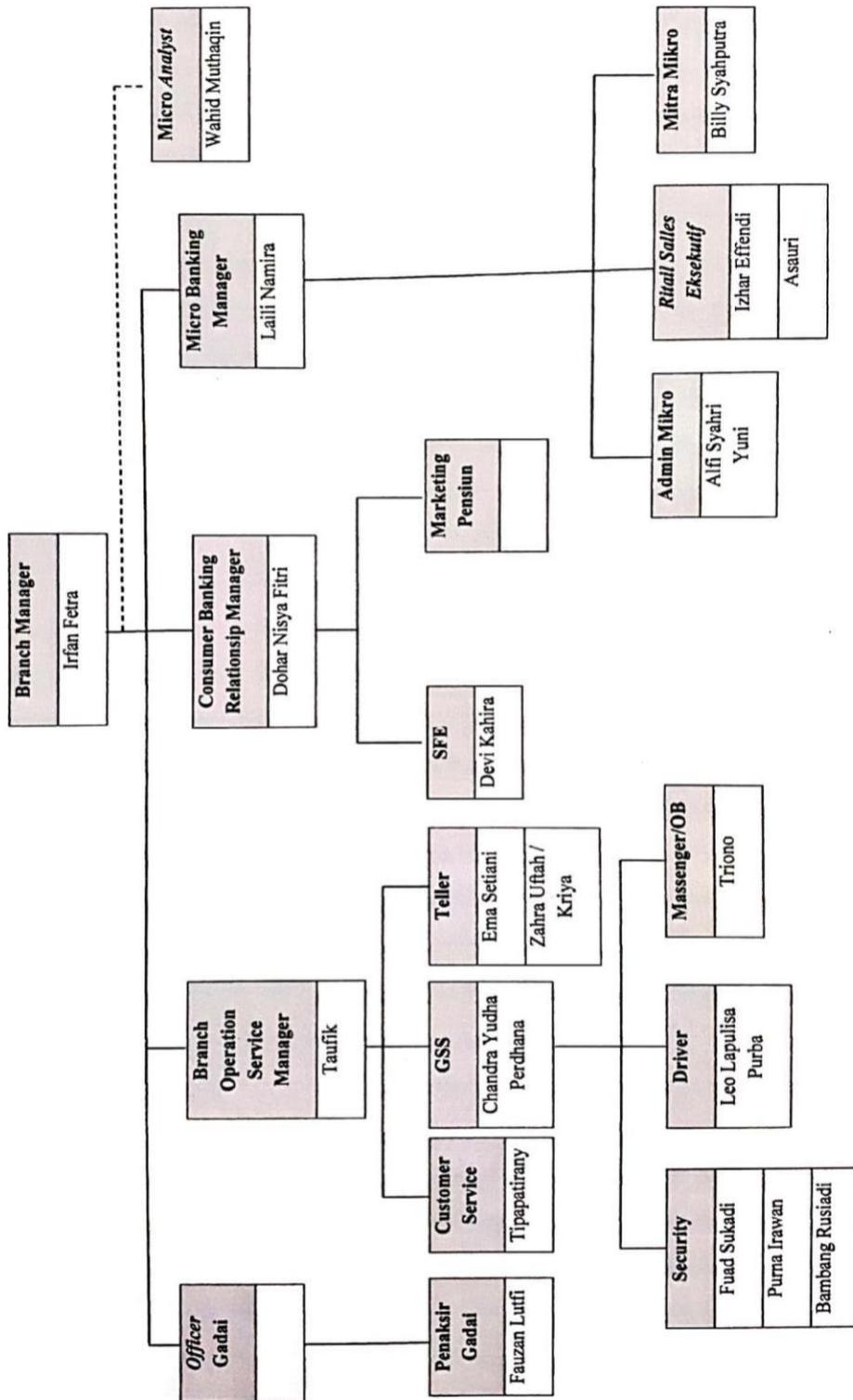
dapat dilihat dengan jelas pembagian tugas dan tanggungjawab dari tiap-tiap bagian yang ada di dalamnya, dalam melakukan kegiatannya.⁴⁴ Dengan adanya struktur organisasi yang terorganisir dengan sempurna, maka kegiatan dalam organisasi akan berjalan dengan lancar dan akan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan secara efektif.

Secara umum pengertian dari struktur organisasi adalah merupakan suatu susunan pekerjaan dari masing-masing pekerjaan yang terdapat dalam suatu perusahaan, mulai dari tingkat yang paling atas hingga tingkat yang paling bawah, yang tersusun dengan sedemikian rupa pada suatu perusahaan. Adapun Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Stabat adalah sebagai berikut :⁴⁵

⁴⁴Bank Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 22 Maret 2019, jam 18:00

⁴⁵*ibid.*

STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT



Gambar 3.2 Struktur Organisasi BSM KCP Stabat *Sumber: Perusahaan*

Berikut ini mengenai tugas dan tanggung jawab utama pada Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

1. *Branch Manager*

Kepala cabang adalah struktur tertinggi di kantor cabang yang bertanggung jawab memimpin, mengelola, mengembangkan, mengawasi seluruh kegiatan segmen bisnis dan operasional Bank serta memastikan pencapaian kinerja seluruh unit bisnis yang berada dibawah koordinasinya secara prudent serta memutus pembiayaan sesuai limit kewenangannya. Di bawah ini tanggung jawab utama *Branch Manager* yaitu :

1. Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (*micro, business banking, consumer*), pendanaan, *FBI, contribution margin* dan laba bersih yang ada lokasi yang berada dalam koordinasinya.
2. Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, peningkatan pendapatan non operasional.
3. Memastikan standar layanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.
4. Memastikan segala aktifitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas.
5. Menindaklanjuti setiap kualitas dan risiko operasional.
6. Mengarahkan dan mereview sasaran kinerja seluruh bawahan.
7. Melaksanakan penagihan (*collection*).
8. Menjaga kualitas pembiayaan (pengendalian *NPF*).

9. Penandatanganan PKS dan MoU instansi, travel/umroh/dealer/took emas/supplier emas sesuai dengan inisiator dan SK delegasi wewenang penandatanganan

2. *Branch Operation Service Manager*

Tanggung jawab utama *Branch Operation Service Manager* yaitu :

1. Memastikan terkendalinya biaya operasional branch officer dengan efisien, efektif.
2. Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
3. Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai standar layanan branch office.
4. Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.
5. Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
6. Memastikan pemenuhan kewajiban pelaporan sesuai dengan peraturan yang berlaku (internal dan eksternal). Memastikan kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan.
7. Mengelola sarana dan prasarana branch office.
8. Memastikan implementasi KYC dengan baik.
9. Memastikan implementasi peraturan perusahaan dan ketentuan internal perusahaan bidang ketenagakerjaan kepada seluruh pegawai branch office.⁴⁶

⁴⁶*ibid.*

3. *Consumer Banking Relationship Manager*

Tanggung jawab utama Consumer Banking Relation Manager :

1. Mendapatkan calon nasabah pembiayaan yang prospektif.
2. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi pembiayaan.
3. Menindaklanjuti persetujuan atau penolakan permohonan pembiayaan nasabah.
4. Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan komite pembiayaan.
5. Membina hubungan pembiayaan antar Bank dengan nasabah.
6. Melaksanakan pengawalan terhadap seluruh nasabah yang dikelola agar kolektibilitas lancar.
7. Menyelesaikan fasilitas pembiayaan bermasalah.
8. Merelisasikan pendapatan *fee based income* dari nasabah pembiayaan.

4. *Micro Banking Manager*

Tanggung jawab utama *Micro Banking Manager* yaitu :

1. Memastikan tercapainya target bisnis, yaitu pembiayaan, pendanaan dan *fee based*.
2. Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing financing* dan *maintance* terhadap seluruh nasabahsegmen mikro.
3. Memastikan pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan recovery nasabah kol 1 sampai dengan *write off* sesuai target yang ditetapkan.
4. Melakukan *Quality assurance* untuk memastikan kepatuhan aktivitas operasional dan pembiayaan sesuai ketentuan yang ditetapkan

5. Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah di outlet mikro.
6. Menjalankan secara aktif seluruh proses pembiayaan segmen mikro banking telah sesuai SLA dan ketentuan yang berlaku.
7. Memastikan kelengkapan, kerapihan, dan keamanan dari dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
8. Mengoptimalkan hubungan/*relationship* dengan nasabah.

5. Micro Analyst

Tugas utama dari Micro Analyst adalah :

1. Menerima pengajuan permohonan kredit/Garansi Bank
2. Mengecek beberapa kelengkapan berkas administrasi yang disyaratkan dalam pengajuan permohonan kredit.
3. Meminta kelengkapan dokumen baik kepada nasabah, jika belum lengkap.
4. Melakukan kontak dengan Credit Supervision Staff untuk pembahasan dan mengumpulkan data/informasi tambahan terkait penyusunan analisa permohonan kredit.
5. Melakukan survey langsung ke lokasi/kontak dengan pihak-pihak eksternal untuk mengumpulkan data/informasi tambahan.
6. Melakukan survey ke lokasi/kontak dengan pihak-pihak eksternal untuk mengumpulkan semua data/informasi tambahan terkait penyusunan analisa permohonan kredit melakukan cek atas agunan yang digunakan untuk pengajuan kredit.

7. Menyusun analisa permohonan kredit berdasarkan aplikasi scoring untuk kredit konsumtif dan kredit standar serta rating untuk kredit produktif, sesuai batas kewenangan yang berlaku.
8. Memproses pengajuan Garansi Bank.
9. Mengirimkan surat pemberitahuan keputusan pemberian kredit ke Nasabah.
10. Melakukan pemantauan dan/atau pembinaan kepada Debitur.
11. Menyimpan dan mengelola berkas-berkas debitur kredit.
12. Menyusun laporan rutin pencapaian dan aktivitas penyaluran kredit untuk kepentingan internal dan eksternal.
13. Monitoring kredit kolektibilitas.
14. Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan dalam ruang lingkup kerjanya.

6. *Customer Service*

1. Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah.
2. Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.
3. Menyampaikan dokumen berharga Bank dan ATM kepada nasabah.
4. Membuat laporan pembukaan dan penutupan rekening, keluhan nasabah serta stock opname kartu ATM.
5. Memblokir kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah.
6. Melayani permintaan buku Cek/Bilyet Giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
7. Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan.

8. Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa BSM di cabang.
9. Menindaklanjuti dan menyelesaikan keluhan nasabah.
10. Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui western union.
11. Melakukan maintenance terhadap nasabah eksisting (*cross selling produk dan top up*).
12. Melakukan standar layanan optimal kepada nasabah sesuai SLA.
13. Mendistribusikan salinan rekening Koran kepada nasabah.
14. Menginput data customer & *loan facility* yang lengkap dan akurat.
15. Menerima berkas permohonan nasabah dan walk in segmen consumer (antara lain implan, konsumen, cicil emas, dan pensiunan).

Melaksanakan seluruh proses program meliputi pembiayaan (implant/pensiunan/cicil emas/umroh) nasabah *walk in*, meliputi :

- 1) Memeriksa kelengkapan dokumen nasabah.
- 2) Melakukan verifikasi keabsahan dokumen sesuai ketentuan.
- 3) Request ID ke Bank Indonesia
- 4) Pembuatan SP3
- 5) Pemenuhan dokumentasi persyaratan akad.

7. *General Suport Staff*

Tugas utama general support staff adalah :

1. Menatausahakan gaji pegawai, data lembur, dan fasilitas pegawai lainnya.
2. Menatausahakan absensi harian pegawai (pagi dan sore hari), cuti pegawai dan pemberian pinjaman pegawai.
3. Melakukan proses administrasi kepegawaian kantor pusat.

4. Membuat Proofing atas tiket-tiket KRR yang berada dalam pengelolaannya yang berhubungan dengan personalia setiap akhir bulan dan akhir periode.
5. Melaksanakan pengadaan dan pendistribusian sarana serta prasarana kantor.
6. Melakukan tugas kesekretarian
7. Mengadministrasikan seluruh asset milik Bank.
8. Melaksanakan pemeliharaan sarana dan prasarana kantor.

8. Teller

Tanggung jawab utama Teller yaitu :

1. Melakukan transaksi tunai dan non-tunai sesuai dengan ketentuan.
2. Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan.
3. Mengelola uang layak dan tidak layak edar/uang palsu.
4. Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan.
5. Melakukan cash count akhir hari.
6. Mengisi uang tunai di mesin ATM BSM.
7. Menyediakan laporan transaksi harian.

9. SFE (*Syariah Funding Executive*)

1. Memberikan Informasi produk pendanaan ke masyarakat.
2. Memproses permohonan pembukaan rekening.
3. Memastikan tersedianya media promosi produk pembiayaan BSM di cabang.

10. Security

Tanggung jawab utama Security yaitu :

1. Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan/kawasan kerjanya.
2. Memelihara seluruh perlengkapan dan peralatan security dibawah tanggung jawabnya.
3. Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
4. Melaksanakan tugas pengawalan uang/barang berharga/dokumen penting.
5. Melaksanakan ketertiban dan kerapihan antrian nasabah dibanking hall.
6. Melaksanakan ketertiban parkir kendaraan dilingkungan gedung kantor.
7. Menjaga kerapihan, kebersihan, dan kenyamanan di ruang ATM.
8. Menjaga kerapihan dan kelengkapan di dalam banking hall (aplikasi, brosur, dll).

11. Driver

Tanggung jawab utama driver yaitu :

1. Menjamin kendaraan dinas/kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan yang lain terkait hal tersebut.
2. Memelihara dan merawat kendaraan agar tetap bersih, berfungsi, dan siap pakai.
3. Mengantar/menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut.
4. Melaporkan kerusakan kendaraan kepada atasan.

5. Mengajukan service kendaraan kepada atasan secara berkala.
6. Memeriksa dan memelihara surat-surat kendaraan.
7. Menjamin keselamatan dirinya dan penumpang dalam mobil yang dikendarainya sesuai dengan peraturan lalu lintas.
8. Menyimpan kendaraan dengan tertib dan menyerahkan kunci ke security.

12. Massager/Office Boy

1. Menjaga kebersihan di lingkungan/kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
2. Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja.
3. Menjaga dan merawat peralatan kerja agar tidak mudah rusak.
4. Melaporkan kerusakan peralatan kerja kepada atasan.
5. Melakukan fotocopy dokumen operasional transaksi perbankan.
6. Mengantar dan mengambil dokumen yang terkait operasional bank.
7. Menjaga keamanan dan merawat kendaraan operasional yang menjadi tanggung jawabnya.

13. Admin Mikro (*Micro Administration*)

Tanggung jawab utama admin mikro yaitu :

1. Memastikan dokumen pembiayaan telah dilengkapi sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan checklist yang telah disepakati.
2. Melakukan input data pembiayaan didalam system dengan benar dan akurat.
3. Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan Komite Pembiayaan.

4. Memastikan pembebanan pembiayaan administrasi pembiayaan dan biaya lainnya yang terkait pembiayaan dilakukan sesuai dengan ketentuan.

Mencetak dokumen-dokumen pembiayaan sebagai berikut :

1. SP3
2. Akad dan SUP
3. Order Notaris (jika ada)
4. Dokumen terkait penutupan asuransi.
5. Surat Penolakan
6. Surat Kuasa dan dokumen turunan pembiayaan lainnya sesuai ketentuan yang berlaku.
7. Memastikan penyimpanan dokumen pencairan dan dokumen legal pembiayaan dengan tertib dan aman.
8. Memastikan adanya pemutakhiran data-data nasabah dan persyaratan pembiayaan pasca pencairan.
9. Memaksimalkan monitoring pemenuhan dokumen pembiayaan yang belum lengkap.

14. Ritail Salles Executive

Tugas utama Ritail Salles Executive yaitu :

1. Bertanggung jawab terhadap promosi produk untuk mendukung tercapainya penjualan.
2. Menyusun rencana kerja (proyeksi pencapaian, perencanaan penjualan, rencana produktifitas).
3. Mengatur jadwal yang efektif demi tercapainya pertemuan dan negosiasi.

4. Membuat daftar list seluruh klien dalam system dan informasi yang dibutuhkan seperti harga, kode dan segmen.
5. Kegiatan prospecting bersama kelompok atau individu.
6. Kemampuan menjual dengan personal sale.

E. Produk-Produk PT. Bank Syariah Mandiri

Untuk memenuhi kebutuhan nasabah, produk dan operasional Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dikembangkan cukup bervariasi. Adapun jenis produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat adalah sebagai berikut:

1. Dana Pihak Ketiga

a. BSM Deposito

Bsm deposito yaitu investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah.

b. Tabungan BSM

Tabungan Bsm yaitu tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.

c. BSM Tabungan Investa Cendekia

Bsm tabungan investa cendekia yaitu tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

d. BSM Tabungan Mabruur

Bank Syariah Mandiri tabungan mabrur yaitu tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

e. BSM Tabungan Berencana

Bank Syariah Mandiri tabungan berencana yaitu tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

f. BSM Tabungan Simpatik

Bank Syariah Mandiri tabungan simpatik yaitu tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

g. Tabunganku

Tabunganku merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia untuk pengguna yang menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

h. Pembiayaan

1. Modal Kerja

Adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja calon nasabah/nasabah. Misalnya untuk membiayai pembelian bahan baku, siklus/perputaran usaha, modal kerja, dan pembiayaan kontraktor.

Pembiayaan Modal Kerja disediakan BSM Terbagi :

- 1) Pembiayaan corporate : Musyarakah, pembiayaan dana berputar, mudharabah, pembiayaan resi gudang.
- 2) Pembiayaan commercial : Pembiayaan ini berlaku maksimal 1 tahun dapat berupa rupiah/valuta asing.
- 3) Pembiayaan small banking : Pembiayaan jangka pendek yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja calon nasabah/nasabah. Limit pembiayaan >500 juta s/d 5M. Dengan Gross Annual Salles s.d Rp 25 Miliar.

i. Investasi

Adalah pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang yang diberikan untuk pembelian barang modal/aktiva tetap, pembiayaan proyek baru ataupun proyek perluasan suatu perusahaan, misalnya bangunan, mesin-mesin, alat-alat berat, kendaraan. Pembiayaan ini juga terbagi secara umum untuk corporate, commercial dan small . Dimana masing-masing memiliki persyaratan dan ketentuan sendiri:

1. Pembiayaan Kepemilikan Alat Berat

Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada pelaku usaha yang memiliki usaha terkait investasi alat berat melalui skema pembiayaan dengan jual beli atau sewa dengan opsi kepemilikan.

2. Pembiayaan Kepemilikan Ruko

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah perorangan atau badan usaha untuk keperluan investasi ruko/rukan dengan skema pembiayaan jual beli.

3. Pembiayaan Investasi Terkait

Pengelolaan dana milik investor oleh bank yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan kepada pelaku usaha, untuk kebutuhan usaha tertentu dimana investor dana memberikan batasan kepada pengelola dan, antara lain mengenai tempat, cara atau objek investasi yang dapat dibiayai.

4. Pembiayaan Usaha Mikro

Pembiayaan yang ditujukan kepada nasabah wiraswasta/professional untuk membiayai kebutuhan produktif baik untuk investasi maupun modal kerja, termasuk pegawai aktif yang telah memiliki usaha dan ingin mengembangkannya dengan limit sampai dengan Rp. 200 juta.

5. Pembiayaan Serbaguna Mikro

Fasilitas pembiayaan bank yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat konsumtif kepada nasabah/calon nasabah perorangan/badan usaha dengan limit sampai dengan Rp. 200 juta.

6. Pembiayaan Kerjasama Aliansi

Fasilitas pembiayaan Bank kepada nasabah/end user dengan persyaratan yang diatur khusus dan diperkuat dengan perjanjian antara Bank/Cabang dengan perusahaan/instansi/lembaga/asosiasi/komunitas terkait.

j. Konsumer

1. BSM Implan

Pembiayaan consumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh Bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara missal (kelompok).

2. Pembiayaan kepada pensiunan

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan consumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pension langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiunan bulanan).

3. Pembiayaan griya BSM

Pembiayaan griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (consumer), baik baru maupun bekas lingkungan developer dengan system murabahah.

4. Pembiayaan griya BSM Bersubsidi

Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi adalah pembiayaan untuk kepemilikan atau pembelian rumah sederhana sehat yang dibangun oleh pengembang dengan dukungan fasilitas subsidi uang muka dari pemerintah.

5. Pembiayaan kendaraan bermotor

Pembiayaan ini bertujuan untuk pembelian kendaraan bermotor terutama mobil dengan kondisi baru.⁴⁷

⁴⁷Bank Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 22 Maret 2019, jam 18:00

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Minat Nasabah Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat

Minat berarti ketertarikan oleh seseorang terhadap suatu barang atau jasa yaitu dengan mau melakukan kerja sama dengan pihak lembaga tertentu dalam melakukan kerja sama, dalam hal ini kerja sama yang dimaksud yaitu seorang nasabah yang melakukan kerja sama pada Program Aliansi Mikro pada bank Syariah Mandiri KCP Stabat untuk ikut serta pada program tersebut maupun ikut dikonsumsi. Minat dapat diartikan kecenderungan jiwa yang dirasakan seseorang dalam dirinya kepada sesuatu tersebut, biasanya disertai dengan perasaan senang dalam melakukan hal atau suatu pekerjaan. Minat timbul tidak secara tiba-tiba melainkan timbul akibat partisipasi, pengalaman dan kebiasaan.

Dalam hal penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Stabat khusus yang mau melakukan kerja sama pada Program Aliansi Mikro yang ditampilkan pada tabel dibawah ini yaitu nasabah yang senang atau berminat maupun yang tidak senang atau tidak mau melakukan kerja sama. Dan Peneliti langsung melakukan wawancara dengan nasabah seputar ketertarikan nasabah dengan timbulnya minat nasabah dalam melakukan kerja sama kepada 20 orang nasabah yang datang ke Bank Syariah Mandiri KCP Stabat yang menjadi responden dalam penelitian ini, maka minat nasabah dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 4.1

**Minat Responden Terhadap Program Aliansi Mikro
Di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat**

No.	Produk Aliansi Mikro	Frekuensi	Persentase
1	Nasabah Yang Tidak Berminat Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	15	75%
2	Nasabah Yang Berminat Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	5	25%
Jumlah		20	100%

Sumber: Micro Analyst Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, Stabat, 22 April 2019.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, dari 20 orang responden, 15 orang responden nasabah yang Tidak Berminat dalam melakukan Program Aliansi Mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, sedangkan 5 orang responden nasabah yang Berminat dalam melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

Dari 20 Responden, Terdapat 15 responden nasabah yang Tidak Berminat dalam melakukan Program Aliansi Mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat mempunyai alasan kenapa Tidak Mau melakukan Program Aliansi Mikro yaitu kurangnya pengetahuan calon nasabah tentang apasaja yang ditawarkan pihak Bank Syariah dan bagaimana program yang diberikan. Adanya paradigma negatif masyarakat terhadap Bank. Tidak percaya seutuhnya terhadap Bank untuk melakukan kerja sama kepada pihak Bank tersebut dengan adanya Program Aliansi terebut. Karena takut tertipu. Kawatir akan harusnya membayar bunga

yang tinggi. Banyaknya syarat yang harus dipenuhi saat melakukan kerja sama tersebut. Tidak menjadi suatu kebutuhan mereka juga dan disertai dengan tidak adanya benda yang dimiliki untuk agunan yang akan diberikan kepada pihak Bank sebagai jaminan. Nasabah mengatakan tidak adanya pengalaman yang dilakukan untuk melakukan kerja sama mereka takut akan tidak bisanya mengembangkan usaha yang dijalankan dan akibatnya akan memberatkan mereka untuk membayar kerugian atau adanya kredit kemacet nantinya. Maka nasabah lebih memilih untuk melakukan pinjaman kepada keluarga atau kerabat dalam membantu modal yang akan dikelola untuk usahanya.

Dan 5 Responden sangat Berminat dan ikut serta dalam kerjasama Program Aliansi yang ditawarkan oleh pihak Bank Mandiri Syariah kepada nasabah baik yang mempunyai usaha rumahan (UMKM) untuk ikut melakukan kerja sama. Hal ini mereka lakukan dengan alasan sesuai dengan kebutuhan mereka juga menjadi alasan responden untuk melakukan kerja sama. Adanya kontrak kerja sama Aliansi Mikro yang di lakukan bersifat jangka panjang. Nasabah nantinya akan mendapatkan keuntungan. Adanya kepercayaan. Adanya loyalitas nasabah kepada Bank Konvensional, karena mereka menganggap bahwa produk di Bank Syariah sama dengan Bank Konvensional. Adanya pengalaman dalam melakukan kerja sama,. Adanya kepuasan, Selalu mendapatkan promosi yang baik dari perusahaan yang dirasakan oleh nasabah yang menggunakan jasa tersebut. Hal ini cuman ada di Bank Syariah Mandiri. tidak semua Bank mempunyai Program produk seperti ini. Walaupun mungkin mempunyai hanya beberapa Bank yang menggunakan program kerja sama aliansi mikro tersebut. Paling meyakinkan pada nasabah yang

Berminat ikut dalam melakukan Program Aliansi Mikro karena Bank KCP Stabat sudah memiliki sebuah penghargaan sebagai kantor cabang pembantu terbaik pada Bank Syariah Mandiri.

Menurut salah seorang karyawan bagian Admin Mikro, Alfi Syahri Yuni pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat bahwa keberhasilan suatu kerja sama Program Aliansi Mikro yang dilakukan yaitu dengan melakukan adanya *Frequent Performance Feedback* maka prestasi yang dicapai harus terus menerus dinilai dan dilakukan evaluasi terhadap nasabah dan agar tujuan jangka panjang juga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan Aliansi Mikro karena rata-rata masyarakat stabat kebanyakan membuka usaha, jadi mereka lebih tertarik untuk mengambil kerja sama.

Jadi dari pemaparan di atas disimpulkan bahwa responden masih banyak yang belum berminat atau tidak mau melakukan kerja sama terhadap Program Aliansi Mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

B. Persentase Data Nasabah Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Dalam Jangka Waktu Tiga Tahun Terakhir Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat

Di bawah ini merupakan tabel presentase jumlah nasabah tiap tahunnya dalam kurun waktu tiga tahun terakhir menggunakan kerja sama pada program aliansi mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

Tabel 4.2**Persentase Responden Terhadap Kerja Sama Program Aliansi Mikro
Di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat Tahun 2017-2019**

No	Produk Aliansi	Jumlah Nasabah Program Aliansi Mikro					
		2017	Persentase	2018	Persentase	2019	Persentase
1	Nasabah Yang Tidak Berminat Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	7	23%	24	60%	16	53%
2	Nasabah Yang Berminat Dalam Melakukan Program Aliansi Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	23	77%	16	40%	14	47%
Jumlah		30	100%	40	100%	30	100%

Sumber: Wahid Muttaqin, Micro Analyst Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, Stabat, 15 April 2019.

Berdasarkan Tabel 4.2 Dijelaskan data diatas jumlah nasabah tiap tahunnya dalam kurun waktu tiga tahun terakhir menggunakan kerja sama pada program aliansi mikro dari tahun 2017 hingga 2019.

Terdapat pada tahun 2017 dijelaskan bahwa, nasabah yang Tidak Berminat dan tidak mau melakukan kerja sama dalam Program Aliansi Mikro sebesar 23% (7 nasabah), sedangkan nasabah Berminat melakukan Program Aliansi Mikro sebesar 77% (23 nasabah).

Pada tahun 2018, dijelaskan bahwa, nasabah yang Tidak Berminat atau tidak mau bekerja sama dalam melakukan Program Aliansi Mikro sebesar 60% (24 nasabah), sedangkan pada nasabah yang Berminat dalam melakukan Program Aliansi sebesar 40% (16 nasabah). Dari data diatas terjadi kpenurunan dari tahun sebelumnya.

Sedangkan tahun 2019, dijelaskan bahwa, nasabah yang Tidak Berminat atau tidak mau bekerja sama dalam melakukan Program Aliansi Mikro sebesar 53% (16 nasabah). Sedangkan pada nasabah yang Berminat dalam melakukan Program Aliansi sebesar 47% (14 nasabah). Dari data diatas terjadi penurunan dari tahun sebelumnya.

Jadi dapat dipahami pada tabel 4.2 bahwa persentase perbedaan nasabah yang Tidak Berminat dan Berminat terhadap kerja sama Program Aliansi Mikro, dalam hal ini Tidak Berminat lebih unggul dari pada yang Berminat melakukan kerja sama tersebut khususnya di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, dapat dilihat dari tahun 2017 sampai 2019 dalam melakukan kerja sama pada Program Aliansi

Mikro mengalami penurunan. Walaupun kerja sama pada Program Aliansi Mikro tidak meningkat setiap tahunnya hal ini diprediksi karna minat nasabah kadang meningkat dan bisa juga mengalami penurunan dikarenakan setiap tahunnya minat nasabah menunjukkan penilaian terhadap apa yang mereka rasakan dan lakukan. Tergantung pada pemahaman nasabah terhadap produk tersebut, tetapi seluruh target Bank pada nasabah Program Alainsi Mikro di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dilakukan karna sesuai dengan kebutuhan mereka atau untuk kepentingan nasabah tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat terhadap Kerja Sama Pada Program Aliansi Mikro tidak banyak diminati nasabah Yaitu dari 20 responden nasabah, yang tidak melakukan sebanyak 15 nasabah dengan berbagai alasan.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat terhadap Kerja Sama Pada Program Aliansi Mikro tidak banyak diminati nasabah Yaitu dari 20 responden nasabah, yang melakukan sebanyak 5 nasabah dengan berbagai alasan.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tidak adanya minat nasabah terhadap program aliansi mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat adalah terdapat faktor internal dan eksternal.

B. Saran

Saran ini ditujukan untuk pihak Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dan semua kalangan yang berhubungan dengan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, antara lain:

1. Untuk pihak Bank agar selalu meningkatkan sosialisasi produk kepada masyarakat terutama kerja sama Program Aliansi Mikro, agar masyarakat lebih tau terhadap produk kerja sama yang ingin mereka gunakan.
2. Seyogyanya masyarakat juga ikut mendukung untuk kemajuan Bank Syariah, dengan cara mengetahui segala sesuatu yang berkaitan dengan Bank Syariah. Dan terlebih bisa bergabung dengan Bank Syariah Mandiri dengan menjadi nasabah ataupun praktisi pada bank tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, M.Syafi'i. 2000. *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Tazkia Institute.

-----2011. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta:Gema Insani Press.

Arifin, Zainal. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang: Azka Publisher.

Ascarya. 2008. *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Asiyah, Binti Nur. 2015. *Manajemen Pembiayaan BankSyariah*, Yogyakarta: kalimedia.

Bank Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 22 Maret 2019.

Basrowi, Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Dhewanto, Dkk, 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil Dan Mikro*. Bandung: Alfabeta

Harahap, Sunardi. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Interaktif*. Medan :Fakultas Ekonomi UINSU

Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif IlmuKomunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group

Kamus Umum Bahasa Indonesia

Kasmir. 2006. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Komarudin. 1994. *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo.

Mappiere, Andi. 1994. *Psikolog Orang Dewasa bagi Penyesuaian danPendidikan*. Surabaya: Usaha Offsite Printing.

Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana.

Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: YKPN.

-----2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sabiq, Sayyid. 2009. *Fikih Sunnah, Vol. 5*. Jakarta: Cakrawala Publishing.

Saling,Dkk.2017.*Pengantar Bisnis* .Medan :Madenatera

Sudaryono. 2020 *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta :
CV. Andi Offset

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

-----2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Irawan. 2001. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Tanzeh, Ahmad 2011. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.

Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah*. Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada.

Usanti, Trisadini P&Shomad, Abd. 2003.*Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wardiyah,Mia Lasmi. 2019. *Pengantar Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia

Wawancara dengan Alfi Syahri Yuni. Kantor bank Syariah Mandiri KCP Stabat,
Tanggal 15 April 2019

Wawancara dengan Wahid Muttaqin, Kantor Bank Syariah Mandiri KCP
Stabat,Tanggal 15 April 2019.

Yunarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: CV
Pustaka Setia

Zulkifli, Sunarto. 2007. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta:
Zikrul Hakim

WAWANCARA PENELITIAN

A. Wawancara dengan Pegawai PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Stabat

1. Apa yang dimaksud dengan kerja sama produk aliansi mikro dan bagaimana menurut nasabah dengan produk tersebut ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi produk kerja sama tersebut menurut nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Stabat ?

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Khiril Mulia Harahap, Penulis dilahirkan di Medan Sumatera Utara pada tanggal 08 April 1998, anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan suami-istri Bapak Pardamean Harahap dan Ibu Masjelita Siregar.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di Sekolah Dasar Negeri 107405Sei Rotan pada tahun 2010, tingkat SLTP di Ponpes Modren Nurul Hakim Medan pada tahun 2013, dan tingkat SLTA di MAN 2 Model Medan pada tahun 2016, kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2016.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesainya skripsi minor yang berjudul **“MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK ALIANSI MIKRO PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT”**