



**PENGARUH BAGI HASIL DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP MINAT  
NASABAH MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK  
SYARIAH MANDIRI PERIODE TAHUN 2011-2015**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA  
TAHUN 2016 M/1437 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bagi hasil dan biaya promosi terhadap minat nasabah menggunakan tabungan mudharabah di bank syariah mandiri periode tahun 2011-2015”** merupakan hasil karya asli yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari saya terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

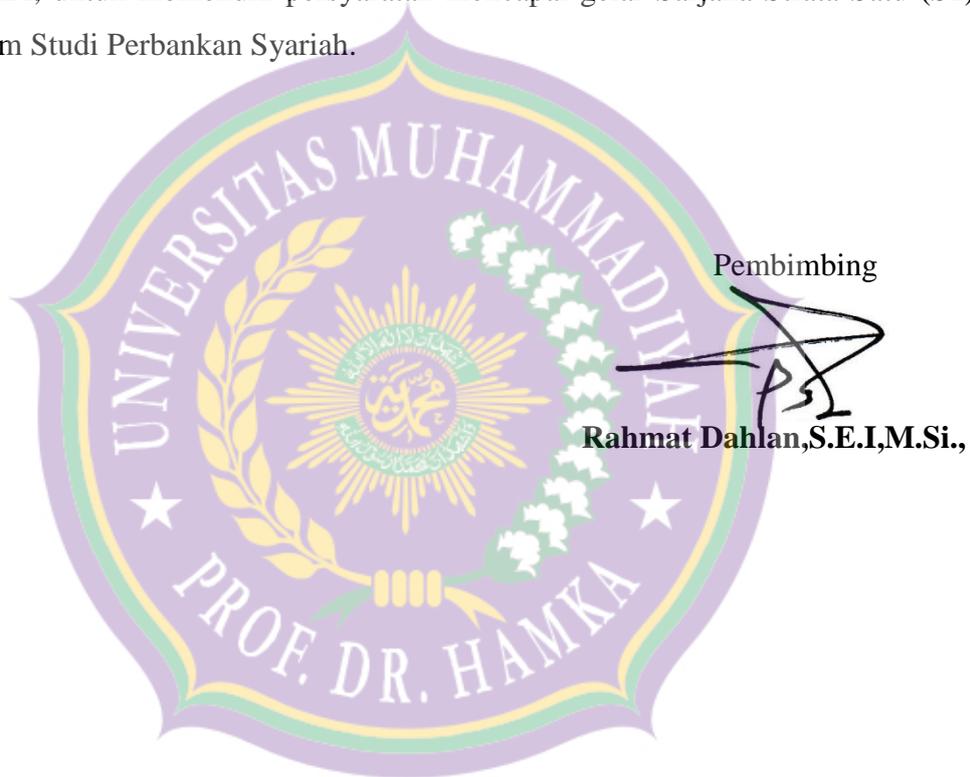
Jakarta, 27 September 2016



(Nurhasanah)

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bagi Hasil Dan Biaya Promosi terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri periode tahun 2011”**, ditulis oleh **Nurhasanah** NIM: 1207025088, NIMKO: 3954020212086, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.



## PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bagi Hasil dan Biaya Promosi terhadap minat nasabah mennggunakan tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri periode tahun 2011-2015)” ditulis oleh Nurhasanah, NIM 1207025088, NIMKO: 3954020212086 telah di ujikan pada hari Sabtu tanggal 20 Agustus 2016, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Agama Islam

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Ketua

Arif Hamzah, S.Ag., M.a

Sekretaris

Rahmat Dahlan, S.El., M.Si.

Anggota/Pembimbing

Lisfa Sentosa, M.A.

Anggota/Penguji I

M. Nur Rianto Al Arif, M., Si

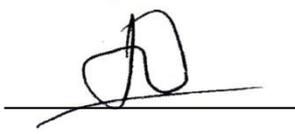
Anggota/Penguji II

  
Fitri Liza, S.Ag., M.A.

  
8/11/16

  
8/11/16

  
8/11/16

  
5/11 2016

  
4/11 2016

## ABSTRAK

**NUR HASANAH, NIM 1207025088**, *Pengaruh Bagi Hasil dan Biaya Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2011 – 2015*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian skripsi ini merupakan penelitian Kualitatif Kuantitatif, dengan data Kuantitatif di ambil dari laporan keuangan Bank Syariah Mandiri (Bagi Hasil dan Biaya Promosi) dan data kualitatif di dapat dari penyebaran kuesioner secara langsung ke nasabah Bank Syariah Mandiri. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Populasi penelitian ini adalah dari laporan keuangan (*time series*) dan nasabah Bank Syariah Mandiri. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *sampling insidental*. Sebelum melakukan pengujian terhadap data yang ada, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas data dan reliabilitas data untuk data kualitatif yang didapat dari kuesioner. Teknik analisis data ini menggunakan uji regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Bagi Hasil nasabah mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri, mempunyai nilai signifikansi  $0.039 < 0.05$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  1 diterima yang artinya bagi hasil mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk tabungan Mudharabah. (2) Biaya Promosi tidak mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri, seperti yang diketahui nilai signifikansi  $0.070 > 0.05$   $H_{02}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak (3) Bagi Hasil Nasabah dan Biaya Promosi secara bersama-sama mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri, seperti yang diketahui melihat R squarenya adalah sebesar 37.3 % dan sisanya 62.7 % sisanya dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci: *Bagi Hasil, Biaya Promosi dan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri.*

## Daftar Isi

Pernyataan Keaslian Skripsi .....	i
Persetujuan Pembimbing .....	ii
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak.....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Perumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
F. Review Kajian Terdahulu.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Sumber Daya Insani.....	13
1. Pengertian Sumber Daya Insani.....	13
2. Manajemen Sumber Daya Insani.....	15
B. Pengertian Bank.....	18
1. Pengertian Bank Syariah.....	19
C. Hubungan Antar Variabel.....	20
D. Kerangka Berpikir .....	21
E. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	22
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
C. Populasi Dan Sampel.....	23
D. Metode Pengumpulan Data.....	23
E. Metode Analisis Data .....	24
1. Uji Validitas.....	24
2. Uji Reliabilitas .....	25
3. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	26
4. Analisis koefisien Korelasi .....	26
5. Uji Hipotesis .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum UHAMKA.....	28
B. Deskriptif Penulisan Data .....	30
C. Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	31
1. Kualitas Mahasiswa Lulusan Perbankan Syariah .....	31
2. Rekrutmen Karyawan di Bank Syariah .....	38
D. Hasil Analisis Data .....	43

1. Uji Instrumen Data .....	43
2. Uji Hipotesis .....	44
E. Hasil Analisa.....	46

**BAB V PENUTUP**

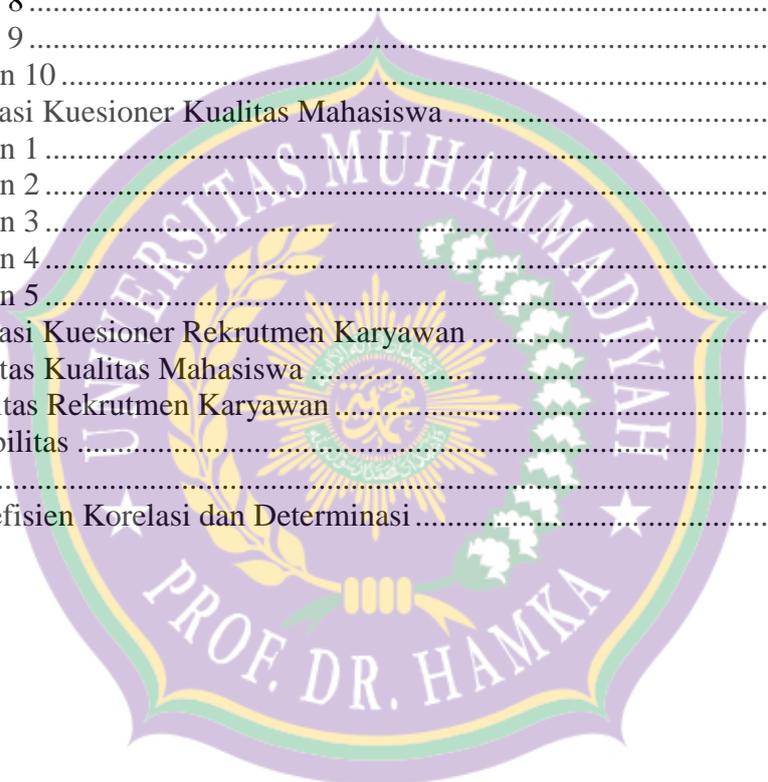
A. Kesimpulan .....	48
B. Saran .....	49

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## Daftar Tabel

1.1 Jumlah Lulusan .....	6
1.2 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1 Perbedaan Berdasarkan Operasional .....	15
4.2 Perbedaan Berdasarkan Sistem .....	16
3.1 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	29
3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	31
4.1 Pertanyaan 1 .....	31
4.2 Pertanyaan 2 .....	31
4.3 Pertanyaan 3 .....	32
4.4 Pertanyaan 4 .....	32
4.5 Pertanyaan 5 .....	33
4.6 Pertanyaan 6 .....	33
4.7 Pertanyaan 7 .....	34
4.8 Pertanyaan 8 .....	35
4.9 Pertanyaan 9 .....	35
4.10 Pertanyaan 10 .....	36
4.11 Rekapitulasi Kuesioner Kualitas Mahasiswa .....	36
4.12 Pertanyaan 1 .....	38
4.13 Pertanyaan 2 .....	39
4.14 Pertanyaan 3 .....	40
4.15 Pertanyaan 4 .....	40
4.16 Pertanyaan 5 .....	41
4.17 Rekapitulasi Kuesioner Rekrutmen Karyawan .....	41
4.18 Uji Valisitas Kualitas Mahasiswa .....	43
4.19 Uji Validitas Rekrutmen Karyawan .....	43
4.20 Uji Reliabilitas .....	44
4.21 Uji t .....	44
4.22 Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	46



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan munculnya konsep ekonomi syariah berkembang pula perbankan syariah yang merupakan subsistem dalam perekonomian syariah. Bank syariah sebagai konsep perbankan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam ke dalam semua transaksi perbankan sejak dibukanya bank Muamalat<sup>1</sup>. Sesuai dengan pengertian bank menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan “bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”<sup>2</sup>. Dan Pasal 29 menyebutkan bahwa “menganut bank terutama bekerja dengan dana dari masyarakat yang disimpan pada bank atas dasar kepercayaan, setiap bank perlu terus menjaga kesehatannya dan memelihara kepercayaan masyarakat kepadanya”. Berdirinya bank syariah dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya dan memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agama, sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakan lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha sebisa mungkin untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum Islam<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> M. Sinungun, Manajemen Dana bank, (Jakarta: Rineka Cipta), h. 59

<sup>2</sup> Abdul Ghofur Anshori, Payung Hukum Perbankan Syariah di Indonesia Undang- Undang di Bidang Perbankan, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, dan Peraturan Bank Indonesia, (Yogyakarta: UII Press, 2007), h. 4.

<sup>3</sup> M. Syafi'i Antonio, Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktek (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001), 18.

Dalam sistem ekonomi, Islam telah mengharamkan transaksi dalam bisnis yang mengandung unsur riba. Pelarangan riba bukanlah tidak beralasan, selain mengandung unsur eksploitasi juga menimbulkan ketidakadilan dalam masyarakat terutama bagi para pemberi modal (perbankan) yang pasti menerima keuntungan tanpa mau tahu apakah para peminjam dana (debitor) memperoleh keuntungan atau tidak. Dari persoalan riba tersebut, maka para tokoh ekonomi Islam mencoba merumuskan sistem perbankan yang berbeda dengan bank konvensional yang telah lama beroperasi dengan menggunakan konsep bunga, yang kemudian dikenal dengan bank Islam atau **bank Syariah**.

Menurut Syafii Antonio, bank syariah adalah lembaga keuangan yang awal berdirinya bertujuan untuk memudahkan kaum muslimin dalam mendasarkan segenap aspek dalam kehidupannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam<sup>4</sup>. Dengan berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian, bank syariah melaksanakan fungsinya sebagai lembaga keuangan syariah bank yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat kepada masyarakat serta mengatur dan menjaga stabilitas ekonomi dan keuangan di suatu negara, yang memiliki tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Perbankan syariah tidak mengenal istilah bunga karena memegang teguh ajaran Islam yang **terpenting** yaitu mewujudkan keadilan dan meniadakan pemanfaatan ataupun eksploitasi dalam transaksi bisnis. Bunga merupakan sesuatu yang penentuannya dibuat pada waktu akad dengan asumsi selalu untung dan tidak memperdulikan kerugian yang ada. Bank syariah dengan basis bagi hasil yang merupakan tambahan (*az-ziyadah*), berkembang, (*an-numuw*), meningkat (*al-irtifa*) dan membesar (*al-uluw*). Dengan kata lain riba adalah penambahan, perkembangan, peningkatan dan pembesaran penentuannya berdasarkan pada kemungkinan untung rugi dan besar rasio bagi hasil tergantung dari keuntungan

---

<sup>4</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001), 18.

yang diperoleh serta jika ada kerugian maka akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

Sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank konvensional, merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin<sup>5</sup>.

Namun, pada dasarnya aktifitas bank syariah tidak jauh berbeda dengan aktifitas bank konvensional. Perbedaannya selain terletak pada orientasi konsep juga terletak pada konsep dasar operasionalnya yang berdasarkan pada ketentuan-ketentuan dalam Islam. Sebagaimana halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga mempunyai peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (*surplus unit*) dengan unit-unit yang mengalami kekurangan dana (*deficit unit*). Melalui bank syariah, kelebihan dana tersebut akan disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak<sup>6</sup>.

Operasional bank syariah merupakan perpaduan antara aspek moral dan aspek bisnis yang bertujuan untuk mendapatkan profit dari setiap usahanya serta menghindari bunga, maka sistem operasional perbankan syariah memakai sistem bagi hasil (*Profit And Loss Sharing*), hal ini bertujuan agar para nasabah tidak dirugikan dan adanya rasa keadilan antara pihak perbankan dan nasabah ketika dalam bisnisnya mengalami kerugian sebagaimana yang terjadi selama ini pada perbankan konvensional. Tetapi kerugian (*loss*) bukanlah sesuatu yang diharapkan oleh setiap pelaku bisnis akan tetapi keuntungan yang selalu diharapkan.

Secara umum, semua perbankan baik perbankan syariah maupun perbankan konvensional mempunyai tujuan atau sasaran yang sama yaitu keberhasilan dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya, mendapatkan laba dan selalu berkembang.

---

<sup>5</sup> Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait: BMUI dan Takaful* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 49

<sup>6</sup> Amir machmud dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan Dan Studi Empiris Di Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 2010), 26.

Untuk mencapai tujuan tersebut perbankan harus dapat menggunakan potensi-potensi yang ada dan mengelola secara benar dengan manajemen yang bagus dan profesional sehingga memperoleh suatu harapan yang diinginkan. Namun dalam perjalanannya akan selalu mendapatkan beberapa rintangan dan gejala baik itu disebabkan alam, politik, bahkan keadaan ekonomi itu sendiri. Begitu juga dalam dunia bisnis apakah bisnis tersebut memakai konsep bunga ataupun memakai sistem bagi hasil dimana setiap lembaga bisnis selalu berhadapan dengan risiko dan pendapatan (*risk and return*) karena dalam dunia bisnis selalu dihadapkan dengan dua kemungkinan yaitu antara mengalami keuntungan (*return*) dan mengalami kerugian (*loss*).

Pada saat ini perkembangan perbankan syariah belum menyentuh pada sektor riil, namun perkembangan penyaluran pembiayaan khususnya sistem bagi hasil (mudharabah atau musyarakah) yang disalurkan Bank Umum Syariah mengalami peningkatan yang cukup baik.

**Tabel 1.1**  
**Bagi Hasil Bank Syariah Mandiri Tahun 2011-2015**  
**Data dalam Ribuan Rupiah**

No	TRIWULAN	2011	2012	2013	2014	2015
1	I	27.635	35.243	47.801	44.409	45.107
2	II	29.091	41.031	44.796	44.796	40.872
3	III	32.430	43.512	41.216	43.186	46.003
4	IV	30.930	48.298	46.971	42.852	36.752

Sumber : Data laporan keuangan Bank Syariah Mandiri diolah 2016

Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2015 triwulan I bagi hasil Bank Syariah Mandiri sebesar 45.107 mengalami peningkatan dari tahun 2014 sebesar 44.409. Triwulan II bagi hasil Bank Syariah Mandiri sebesar 40.872 mengalami peningkatan dari tahun 2014 sebesar 44.796. Triwulan III bagi hasil Bank Syariah Mandiri sebesar 46.003 mengalami peningkatan dari tahun 2014 sebesar 43.186 sedangkan triwulan IV tahun 2015 sebesar 36.752 mengalami penurunan dibanding 2014 sebesar 42.852

Pola bagi hasil atau *syirkah* ini terdiri dua model. Model pertama, dimana kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana salah satu pihak menyediakan seluruh (100%) dana/modal sementara pihak lain mengelola modal dan hasil usaha dibagi menurut rasio kesepakatan diawal, akad ini dinamakan *mudharabah (trustee profit sharing)*.

Dan apabila dua orang lebih bersepakat untuk sama-sama mengeluarkan modal dalam suatu usaha serta ikut adil dalam menjalani usaha bersama, resiko dan keuntungan ditanggung bersama sesuai dengan dengan kesepakatan, akad ini dinamakan *musyarakah (join venture profit sharing)*<sup>7</sup>.

Pola ini merupakan akad bank syariah yang utama dan paling penting yang disepakati oleh ulama. Prinsipnya adalah *-ghunm bil ghunm* atau *al-kharraj bil-daman*, yang berarti bahwa tidak ada bagian hasil atau keuntungan tanpa ambil bagian dalam resiko, ataupun untuk setiap keuntungan ekonomi rill harus ada biaya ekonomi *rill*<sup>8</sup>

Masih terkait dengan sistem pembiayaan bagi hasil ini, tentunya tidak terlepas dari keterkaitannya dengan masyarakat, baik itu selaku nasabah maupun non nasabah. Salah satu keterkaitan tersebut adalah tentang bagaimana sebetulnya masyarakat memahami sistem pembiayaan bagi hasil di bank syariah sehingga masyarakat mau menjadi mitra. Dalam pelaksanaan pembiayaan di bank syariah tidak lepas dari resiko, hal ini disebabkan bank syariah dalam prakteknya lebih banyak berhubungan dengan produk-produk pembiayaan (jual beli dan bagi hasil). Dalam pembiayaan tersebut (khususnya sistem pembiayaan bagi hasil) akan banyak ditemukan risiko yang akan berakibat pada kerugian bank syariah, jika bank syariah kurang selektif dalam memberikan pembiayaan dengan sistem bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*).

---

<sup>7</sup> M. Syafi'i Antoni, Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek, Cet. 1, (Jakarta: Gema Insane Press, 2001), hlm. 90

<sup>8</sup> Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.

Risiko-risiko tersebut dapat terjadi karena ketidak jujuran (*moral hazard*), calon nasabah pembiayaan yang akan berakibat pada *asymmetric information*, kecurangan, kecerobohan nasabah dalam melakukan transaksi bisnisnya, bahkan kualitas proyek yang dibiayai kurang feasible yang berakibat pada *adverse selection*. Bank konvensional pembebanan suku bunga dengan memperhatikan jenis kredit yang dibiayai, kemudian juga yang menjadi pertimbangan bank konvensional dalam menentukan pembebanan suku bunga adalah tingkat risiko dari masing-masing jenis kredit. Alasan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bank syariah dalam menentukan nisbah (%) bagi hasil apakah masih mengikuti perkembangan bunga.

Dewasa ini, terdapat banyak variasi produk dalam industri perbankan syariah yang menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan bagi nasabahnya. Secara garis besar, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa. Dari berbagai macam produk tersebut perlu dilakukan promosi kepada masyarakat tentang fungsi dan fitur-fitur yang ada dalam masing-masing produk.

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan membutuhkan biaya. Biaya promosi dapat diartikan sebagai biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam pelaksanaan promosi untuk meningkatkan penjualan.

Dalam melaksanakan promosi, bank syariah menggunakan lima variasi promosi yaitu Periklanan (*Advertising*), Penjualan personal (*Personal Selling*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan masyarakat (*Public Relation*) dan Publisitas (*Publicity*), dan Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)<sup>9</sup>.

1. Periklanan (*Advertising*) Periklanan merupakan bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang tentang ide, barang maupun jasa yang dibayar oleh sponsor untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

---

<sup>9</sup> Muh Musri Triady, Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk Jasa 2012), hlm. 34

2. Penjualan Personal (*Personal Selling*) Penjualan personal merupakan salah satu bentuk presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli, untuk mempengaruhi sikap konsumen agar terjadi kegiatan penjualan.
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Promosi penjualan menjadi salah satu kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publikasi yang digunakan untuk mendorong pembelian oleh konsumen maupun untuk mengefektivaskan kegiatan para pengecer. Kegiatan-kegiatan ini dapat berupa peragaan, demonstrasi, pertunjukan dan lain sebagainya.
4. Publisitas (*Publicity*) merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat dan tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan.
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan dengan memberikan penawaran langsung kepada nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Biasanya penawaran dilakukan kepada nasabah priority bagi bank tersebut. Untuk menarik minat masyarakat agar mau menjadi nasabah, Bank Syariah Mandiri melakukan variasi kegiatan promosi. Variasi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri yaitu Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*), dan Pemasaran langsung (*Direct Marketing*). Untuk Periklanan (*Advertising*) dilakukan melalui media cetak dan elektronik. Promosi penjualan (*Sales Promotion*) dilakukan dengan memberikan hadiah atau undian dengan syarat-syarat tertentu. Sedangkan Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) dilakukan dengan memberikan penawaran kepada nasabah yang sudah menggunakan salah satu produk, untuk kemudian ditawarkan agar menggunakan produk yang lainnya dengan tambahan promo yang menarik.

**Tabel 1.2**  
**Biaya Promosi Bank Syariah Mandiri Tahun 2011-2015**  
**Dalam Ribuan Rupiah**

No	TRIWULAN	2011	2012	2013	2014	2015
1	I	13.810	23.202	12.534	7.798	540.684
2	II	45.568	37.732	28.953	17.978	319.336
3	III	70.909	64.351	54.775	35.754	47.547
4	IV	108.094	107.456	81.185	55.512	56.187

Sumber : Data laporan keuangan Bank Syariah Mandiri diolah 2016

Berdasarkan tabel 1.2 pada tahun 2015 triwulan I biaya promosi yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri sebesar 540.684 meningkat dari tahun 2014 sebesar 7.798. Tahun 2015 triwulan II biaya promosi yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri sebesar 319.336 meningkat dari tahun 2014 sebesar 17.978. Tahun 2015 triwulan III biaya promosi yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri sebesar 47.547 meningkat dari tahun 2014 sebesar 35.754. Dan tahun 2015 triwulan IV sebesar 56.187 meningkat dari tahun 2014 sebesar 55.512

Dari variasi promosi tersebut manajemen harus mengetahui implikasi yang timbul dari variasi promosi apakah mampu mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri. Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh bagi hasil dan biaya variasi promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah perlu dilakukan penelitian tentang **“Pengaruh Bagi Hasil dan Biaya Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri periode 2011-2015”**.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas mengenai latar belakang, maka penulis akan mengidentifikasi masalah dalam penelitian Pengaruh Bagi Hasil dan Biaya Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Mandiri periode 2011-2015.

Identifikasi masalah dalam penulisan ini adalah :

1. Apakah dengan bertambahnya biaya promosi yang di keluarkan Bank Syariah Mandiri dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan tabungan *Mudharabah*?
2. Apakah dengan tersedianya bagi hasil yang naik turun tiap tahunnya tidak mengurangi minat nasabah khususnya produk tabungan *Mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri?

## C. Pembatasan Masalah

Ruang Lingkup yang dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang kaitannya dengan bagi hasil, biaya promosi, terhadap minat nasabah menggunakan tabungan akad *mudharabah*.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang sudah disebutkan diatas maka penulis mencoba untuk membuat rumusan masalah.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *Mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri ?
2. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *Mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri?

3. Bagaimana Bagi Hasil dan Biaya promosi berpengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *Mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri.

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui:

- a. Untuk mengolah dan menganalisis data tentang pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Mandiri.
- b. Untuk mengolah dan menganalisis data tentang pengaruh Biaya Promosi terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Mandiri.
- c. Untuk menganalisis apakah bagi hasil dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Mandiri.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

##### **1) Bagi Penulis**

- a) Bagi pihak penulis berupaya untuk menerapkan ilmu yang telah didapatkan, serta mendapat pengetahuan yang lebih luas tentang pengaruh bagi hasil dan biaya promosi terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *Mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri.
- b) Sebagai alat dan syarat untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA.

- 2) Bagi Universitas Muhammadiyah Prof DR. Hamka Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi perpustakaan, serta dijadikan sebagai pembanding penelitian bagi peneliti yang memiliki objek penelitian yang sama

## 3) Bagi Pembaca dan Pihak Lain

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta dapat menambah pengetahuan, wawasan dan panduan dalam penelitian-penelitian dimasa yang akan datang.

#### F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini pernah diangkat sebagai topik penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya. Maka peneliti juga diharuskan untuk mempelajari penelitian-penelitian terdahulu atau sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini.

**Tabel 1.3**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Judul penelitian	Nama&Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1	Pengaruh tingkat suku bunga dan tingkat bagi hasil terhadap pendanaan bank muamalat Indonesia	Budiati (2007)	Tingkat suku bunga dan tingkat bagi hasil	Memberikan hasil pertama tingkat bagi hasil dan tingkat suku bunga memiliki pengaruh terhadap jumlah tabungan mudharabah di bank muamalat indoensia. Kedua tingkat bagi hasil dan tingkat suku bunga memiliki pengaruh terhadap jumlah deposito mudharabah di bank muamalat Indonesia untuk jangka waktu 1, dan 3 bulan.

				Ketika tingkat kekayaan dan pendapatan masyarakat memiliki pengaruh yang kuat terhadap jumlah tabungan mudharabah.
2	Hubungan sistem bagi hasil di lembaga keuangan syariah terhadap keinginan nasabah untuk berinvestasi ( studi kasus pada BMT safinah Klaten)	Suyatmin arifin (2008)	Bagi hasil dan keinginan nasabah untuk berinvestasi	Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa korelasi dari bagi hasil keuntungan laba dan keinginan berinvestasi sangat signifikan. Kesimpulannya adalah bahwa tingkat kepercayaan rakyat pada sistem yang diterapkan untuk organisasi ini sangat signifikan. Dengan demikian nasabah akan bertambah banyak dari tahun ke tahun dan kemungkinan ada kesempatan untuk mengembangkannya.
3	Pengaruh biaya promosi dan tingkat bagi hasil terhadap jumlah nasabah di PT BPRS Puduarta Insani (jl peka raya no 13 A	Ricky rinaldi (2011)	Biaya promosi dan tingkat bagi hasil jumlah nasabah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah nasabah dan tingkat bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah nasabah.

4	Pengaruh pendapatan bagi hasil, pendapatan margin pendapatan sewa ijarah dan bonus SWBI terhadap bonus wadiah	Shinta B. Parastuti (2013)	Pendapatan bagi hasil, pendapatan margin pendapatan sewa ijarah, bonus SWBI dan bonus wadi'ah	Berdasarkan hasil pengujian statistik dan analisis pembahasan pendapatan bagi hasil, pendapatan margin <i>murabahah</i> , pendapatan sewa <i>ijaroh</i> , dan bonus SWBI terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap bonus <i>wadi'ah</i> ketiga Bank Umum Syariah tersebut. Gabungan variabel independen penelitian ini dapat menjelaskan variabilitas bonus <i>wadi'ah</i> sebesar 70,2%. Sedangkan secara parsial pendapatan bagi hasil dan pendapatan sewa <i>ijaroh</i> yang berpengaruh negatif terhadap bonus <i>wadi'ah</i> , sedangkan pendapatan margin <i>murabahah</i> dan bonus SWBI berpengaruh positif terhadap bonus <i>wadi'ah</i> pada ketiga BUS tersebut.
---	---	----------------------------	---	--

## G. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan terarah mengenai masalah yang akan dibahas dalam sistematika penulisan tesis ini maka akan digambarkan secara umum dan singkat mengenai bab-bab yang ada dalam tesis ini. Adapun isi dari masing-masing bab secara singkat adalah sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diberikan penjelasan mengenai Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan, ini yang memberikan gambaran secara singkat mengenai keseluruhan dalam skripsi ini.

### BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diberikan penjelasan mengenai teori yang mendukung penelitian antara lain, Dalam bab ini akan diberikan penjelasan mengenai teori yang mendukung penelitian antara lain, bagi hasil dan biaya promosi terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diberikan penjelasan mengenai ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai Deskripsi Penelitian, Analisis Penelitian dan Interpretasi Data.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai Kesimpulan dan Saran-saran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. *Konsep dan Model Pengembangan Kurikulum*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Azzet, Akhmad Muhaimin. *Mengeembangkan Kecerdasan Spiritual bagi Anak*. Yogyakarta: Kata Hati, 2010.
- Bustan, Radhiya. dkk. “Pengaruh Pendidikan Islam terhadap Kecerdasan Spiritual pada Remaja yang Tinggal di Lingkungan Pekerja Seks Komersial (PSK) Tanah Abang Jakarta Pusat”. Dalam *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora*, Vol. 2, No.1. (2013) dari <http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SH/article/view/117/107> (diakses 2 Juni 2016).
- Efendi, Agus. *Revolusi Kecerdasan Abad 21*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif & Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Fadlillah, M. *Implementasi Kurikulum 2013 dalam pembelajaran SD/MI, SMP/MTs & SMA/MA*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Haryanti, Nik. *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Kadir, Abdul. Dkk. *Dasar-dasar pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Kurniasih, Imas dan Berlin Sani. *Implementasi Kurikulum 2013 Konsep dan Penerapan*. Surabaya: Kata Pena, 2014.
- Majid, Abdul dan Dian Andayani. *Pendidikan Agama Islam Berbasis Kompetensi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

- Muhaimin. *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Sekolah, Madrasah dan Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Mulyasa, H. E. *Guru dalam Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mulyasa, H.E. *Pengembangan dan Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Naim, Ngainun. *Menjadi Guru Inspiratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Nata, Abuddin. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. *Tentang Kurikulum 2013 Sekolah Menengah Atas/ Madrasah Aliyah*. Jakarta: Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2013
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. *Tentang kerangka dasar dan struktur kurikulum Sekolah Menengah Atas/ Madrasah Aliyah*. Jakarta: Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesi, 2013
- Poerwati, Loelolek Endah dan Sofan Amri. *Panduan Memahami Kurikulum 2013*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013.
- Prabowo, Sugeng Listyo dan Faridah Nurmaliyah. *Perencanaan Pembelajaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Rohman, Muhammad. *Kurikulum Berkarakter*. Jakarta: Prestasi karya, 2012.

- Sanjaya, Wina. *Pembelajaran dalam Implementasi Kurikulum Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Satiadarma, Monty P. dan Fidelis E. Waruwu. *Mendidik Kecerdasan*. Jakarta: Pustaka Populer Obor, 2003
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Soebahar, Abd. Halim. *Kebijakan Pendidikan Islam dari Ordonansi Guru sampai UU Sisdiknas*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian dalam Teori & Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sunjoyo, dkk. *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Susilo, Muhammad Joko. *KTSP Manajemen Pelaksanaan dan Kesiapan Sekolah Menyongsongnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Taniredja, Tukiran. dan Hidayanti Mutafidah. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Alfabeta: Bandung, 2014.
- Undang-undang Republik Indonesia. *Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: Undang-undang Republik Indonesia, 2003.
- Wahab, Abd. dan Umiarso. *Kepemimpinan Pendidikan dan Kecerdasan Spiritual*. Yogyakarta: Arruz Media, 2011.

— Zohar, Danah dan Ian Marshall. *SQ Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual dalam Berpikir Integralistik dan Holistik untuk Memaknai Kehidupan*. Bandung: Mizan, 2001.

