

ANALISIS MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BMT NU JOMBANG KC JOMBANG KOTA

Rindi Sapriyah¹, Dedi Suselo²

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia

Email : rindisapriyah@gmail.com

ABSTRACT : *The purpose of this research is to analyze customer interest in using mudharabah deposit product at BMT NU Jombang KC Jombang City. The method used in this research is descriptive qualitative method. Sources of data in using observation, interviews, documentation. The result of this research indicates that customers are interested in using mudharabah deposits during the covid 19 pandemic. 4 indicators that influence customer interest in using mudharabah deposits during the covid 19 pandemic are Interest, Pleasure/Feeling Good, Attention, Involvement in the process. Efforts made by BMT NU Jombang KC Jombang City are by carrying out a 4P marketing mix that is, Promotion, Product, Place, Price. However, in conducting socialization at school the BMT NU Jombang KC Jombang City encountered problems because teaching and learning activities were carried out online. To overcome this problem, the BMT NU Jombang KC Jombang City conducted direct socialization to the community but still adhered to the health protocol.*

Keywords: *Interest, Mudharabah Deposits, Covid 19*

ABSTRAK : Tujuan dari riset ini adalah untuk menganalisis minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota. Metode yang digunakan dalam riset ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil dari riset ini menyatakan bahwa minat nasabah menggunakan deposito mudharabah pada masa pandemic covid 19 adalah berminat. 4 indikator yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan deposito mudharabah pada masa pandemic covid 19 yaitu, Ketertarikan, Kesukaan/Perasaan Senang, Perhatian, Keterlibatan dalam Proses. Upaya yang dilakukan pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota yaitu dengan melakukan bauran pemasaran 4P yakni, Promotion, Product, Place, Price. Akan tetapi dalam melakukan sosialisasi disekolah pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota mengalami kendala sebab kegiatan belajar mengajar dilakukan secara daring. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat namun tetap mematuhi adanya protocol kesehatan.

Kata Kunci: Minat, Deposito Mudharabah, Covid 19

A. PENDAHULUAN

Perbankan adalah lembaga keuangan yang berhubungan langsung dengan kelembagaan seperti bank sentral, kegiatan usaha seperti UMKM, serta prosedur dalam melakukan kegiatan usahanya. Perbankan memiliki fungsi untuk melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana kepada unit-unit usaha yang kekurangan dana. Tujuan perbankan sendiri yaitu untuk menunjang pertumbuhan perekonomian nasional melalui penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa. Sehingga dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat bersama. Di Indonesia perkembangan perbankan dinilai sangat pesat sebab sudah banyak dijumpai perbankan di tiap-tiap daerah, salah satunya yaitu perbankan syariah.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi *intermediary* yaitu dengan menghimpun dan menyalurkan dananya kepada masyarakat dan unit usaha yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan dengan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam sistem operasionalnya perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional, karena pada perbankan syariah tidak menerapkan adanya sistem bunga tetapi menerapkan sistem bagi hasil dan risiko (*profit and loss sharing*). Dengan adanya sistem tersebut banyak menarik minat nasabah untuk menabung di bank syariah karena dirasa lebih menguntungkan.

Minat dapat dikatakan sebagai ketertarikan seseorang yang timbul dari dalam diri seseorang, yang mengakibatkan seseorang tertarik untuk melakukan hal tersebut. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu (Wiyono, 2007). Penelitian dari (Kambuaya, 2015) minat adalah ketertarikan seseorang yang sangat kuat dalam melakukan suatu aktivitas yang murni atas keinginan diri sendiri tanpa ada dorongan dari orang lain, sehingga menimbulkan rasa puas dan senang terhadap aktivitas tersebut. Menurut (Damayanti, 2017) seorang calon nasabah akan lebih tertarik untuk menabung di bank syariah dari pada di bank konvensional dikarenakan sistem operasionalnya dirasa lebih menguntungkan dan lebih simple. Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti lingkungan keluarga, religiusitas, adat istiadat, tingkat gaya hidup seseorang, dan hal-hal yang berhubungan langsung dengan lingkungan disekitarnya. Hal ini menjelaskan bahwa minat seseorang berhubungan langsung dengan keputusan yang diambilnya sesuai dengan pertimbangan yang dilakukan orang tersebut (Putri et al., 2019).

Menurut (Sudjana & Rizkison, 2020) *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan yang dimana dalam sistem operasionalnya mengabungkan konsep baitul tanwil dan baitul maal yang berdasarkan prinsip-prinsip dalam islam dan prinsip koperasi. BMT memiliki tujuan untuk mesejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, Melalui peningkatan kualitas usaha ekonominya. Sehingga dalam sistem operasional terhindar dari adanya riba karena tidak menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil. BMT memiliki peran sebagai distributor yaitu dengan menghimpun dana dari masyarakat dan meminjamkannya kembali kepada usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang sedang kekurangan dana. BMT sendiri memiliki beberapa produk seperti pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah. Salah satu produk BMT yang paling banyak diminati oleh nasabah yaitu tabungan berjangka atau deposito mudharabah. Deposito mudharabah merupakan investasi jangka panjang yang mana dalam sistem operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu yang telah disepakati oleh nasabah dan bank pada saat akad terjadi.

Pada tahun 2019 tepatnya pada bulan desember dunia mulai digempakan dengan adanya wabah virus covid 19 di negara China tepatnya dikota Wuhan. Virus ini diduga berasal dari makanan beku impor yang masuk ke kota Wuhan. Akibat virus tersebut mengakibatkan banyaknya korban jiwa sehingga pemerintah Wuhan mengambil kebijakan untuk melakukan loperintah Wuhan mengambil kebijakan untuk melakukan lockdown untuk mengantisipasi adanya pertambahan korban jiwa (K, 2020). Pada awal maret virus. Pada awal maret virus covid 19 mulai menyebar keberbagai negara salah satunya yaitu negara Indonesia. Dengan semakin meningkatnya jumlah pasien yang terjangkit virus covid 19 tersebut. Akhirnya pemerintah menerapkan kebijakan dengan melakukan lnya yaitu negara Indonesia. Dengan semakin meningkatnya jumlah pasien yang terjangkit virus covid 19 tersebut. Akhirnya pemerintah menerapkan kebijakan dengan melakukan lockdown dengan tujuan untuk menghambat adanya penyebaran virus dengan tujuan untuk menghambat adanya penyebaran virus covid 19 di Indonesia (Jaya, 2021).

Adanya kebijakan pemerintah tersebut berdampak kepada pendapatan masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan akibat banyak pertokoan yang tutup, karyawan banyak yang di PHK karena berkurangnya kegiatan produksi, dan banyak pegawai yang dirumahkan akibat adanya PSBB.

Tabel Produk Domestik Regional Bruto
Atas Dasar Harga Berlaku Menurut
Lapangan Usaha (Miliar Rupiah) di
Kabupaten Jombang Tahun 2018-2020

Lapangan Usaha/Sektor	2018 (Miliar Rupiah)	2019 (Miliar Rupiah)	2020 (Miliar Rupiah)
Pertanian, Perhutanan, dan Perikanan	7.354,73	7.522,11	7.542,46
Pertambangan dan Pengalihan	248,58	260,56	243,24
Industri Pengolahan	7.592,47	7.971,04	8.315,68
Pengadaan Listrik dan Gas	25,64	27,06	26,83
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	33,80	34,49	26,83
Konstruksi	4.044,79	4.327,15	36,16
Perdagangan Besar dan Eceran	8.996,70	9.877,43	4.062,55
Reparasi Mobil dan Sepeda Motor			
Transportasi dan Pergudangan	457,44	509,69	472,63
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	886,66	981,18	908,50
Informasi dan Komunikasi	2.372,06	2.588,10	2.773,88
Jasa Keuangan dan Asuransi	994,90	1.051,90	1.053,73
Real Estate	759,35	832,43	853,05
Jasa Perusahaan	104,01	115,70	108,03
Administrasi Pemerintah, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	1.214,27	1.309,04	1.324,66
Jasa Pendidikan	1.899,49	2.077,55	2.193,64
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	317,48	345,50	380,64
Jasa Lainnya	577,86	621,54	531,71
PDRB	37.880,23	40.452,48	39.870,88

Berdasarkan data BPS Kabupaten Jombang, PDRB Kabupaten Jombang ditahun 2018-2020 mengalami perubahan, khususnya ditahun-tahun dari adanya covid 19 yaitu tahun 2020. Angka penurunan PDRB Kabupaten Jombang menurun signifikan ditahun 2020. Dimana pada tahun 2019 dengan nilai 40.452,48 miliar rupiah dan tahun 2020 dengan nilai 39.870,88 miliar rupiah. Dengan adanya penurunan tersebut berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Minat menabung adalah kecenderungan seseorang dalam memilih suatu objek guna untuk memenuhi kebutuhannya. Ketertarikan peneliti dalam mengambil permasalahan ini adalah untuk mengetahui minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah dimasa pandemic covid 19 pada BMT NU Jombang KC Jombang Kota.

Beberapa riset terkati yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yakni, (Harhap, 2016) hasil penelitian ini menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan mudharabah di BMT Muamalat Cabang Balai Kota Medan adalah pelayanan, pendapatan, religi. Penelitian dari (*Elsha Natasha.Pdf*, n.d.) hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh 4 indikator yaitu, Ketertarikan, Kesukaan/Perasaan Senang, Perhatian, dan Keterlibatan dalam Proses.

Berdasarkan riset terdahulu, maka rumusan masalah yang akan dibahas peneliti yakni 1) bagaimana minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota pada masa pandemik. 2) Upaya apa yang dilakukan BMT NU Jombang KC

Jombang Kota untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah pada masa pandemic

Riset ini mempunyai tujuan 1) untuk mengetahui seberapa besar minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah pada masa pandemic. 2) untuk mengetahui upaya yang dilakukan BMT NU Jombang KC Jombang Kota dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan produk deposito mudharabah.

B. METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Krik dan Miler penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang memuat mengenai gambaran umum terkait kehidupan masyarakat, tingka laku masyarakat, dan aktivitas social. Dimana lebih menonjolkan proses dan makna dalam suatu penelitian (Agustinova, 2015). Jenis riset yang dilakukan adalah jenis riset deskriptif yang mana menjelaskan mengenai data yang berkaitan dengan fenomena dan fakta-fakta yang terjadi dilapangan selama penelitian ini berlangsung (Agam, 2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada riset ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel sumber data atau informan yang digunakan dalam riset ini adalah pimpinan kantor cabang, marketing, dan nasabah deposito mudharabah BMT NU Jombang KC Jombang Kota. sumber data yang digunakan dalam riset ini yaitu 1) data primer yang diperoleh dari hasil wawan. sumber data yang digunakan dalam riset ini yaitu 1) data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa pegawai dan nasabah BMT NU Jombang KC Jombang Kota untuk mendapatkan informasi terkait minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah. 2) data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal dan dokumen milik BMT NU Jombang KC Jombang Kota.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Minat nasabah dalam menabung di BMT NU Jombang KC Jombang Kota pada masa pandemic covid 19 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal ini dibuktikan dengan laporan jumlah nasabah deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota sebagai berikut:

Data Jumlah Nasabah
Deposito Mudharabah
Tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Nominal
1.	2018	0	0
2.	2019	11	442.000.000
3.	2020	26	640.000.000
4.	2021	38	2.565.250.000

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah dan jumlah deposito mudharabah pada tahun 2018 jumlah nasabah 0 dan jumlah nominal tabungan senilai 0, pada tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 11 nasabah dengan nominal tabungan Rp. 442.000.000, pada tahun 2020 jumlah nasabah sebanyak 26 dengan nominal tabungan sebesar Rp. 640.000.000, dan pada tahun 2021 jumlah nasabah sebanyak 38 dengan nominal tabungan sebesar 2.565.250.000.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah pada masa pandemic covid 19 di BMT NU Jombang KC Jombang Kota mengalami peningkatan baik dari jumlah nasabah maupun jumlah nominal tabungannya. Hanya saja pada tahun 2018 jumlah nasabah masih 0 dan jumlah nominal Rp. 0 hal tersebut disebabkan karena pada tahun tersebut tabungan deposito mudharabah masih belum ada di BMT NU Jombang KC Jombang Kota dan baru mulai ada pada tahun 2019.

Menurut Hurlock terdapat 4 indikator yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung yakni, ketertarikan (*Interest*), Kesukaan/Perasaan Senang, Perhatian (*Attention*), dan Keterlibatan

Dalam Proses (Busro, 2017). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa nasabah BMT NU Jombang KC Jombang Kota terkait indikator yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung pada masa pandemic covid 19 yakni:

a. Ketertarikan (Interest)

Ketertarikan merupakan suatu rasa keingintahuan dalam suatu aktivitas yang membuat seseorang terdorong untuk melakukan hal tersebut. Ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota dipengaruhi oleh banyak faktor. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Zumaroh mengatakan bahwa “saya tertarik karena menggunakan sistem bagi hasil.” Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak Buhari “karena adanya sistem bagi hasil.” Ibu Widarti mengatakan “saya tertarik karena menggunakan prinsip syariah dan terbebas dari unsur riba.” Ibu Maruti mengatakan bahwa “saya tertarik karena menggunakan prinsip syariah dalam transaksinya” Bapak sholiqin mengatakan “saya tertarik karena sistem bagi hasil yang diberikan oleh BMT NU Jombang KC Jombang Kota.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota, dapat diketahui bahwa kebanyakan nasabah berminat menggunakan produk deposito tersebut karena adanya sistem bagi hasil yang mana hal tersebut berbeda dengan bank konvensional. Selain itu juga dalam sistem operasionalnya selalu menggunakan prinsip syariah sehingga bisa dipastikan tidak terdapat unsur kemudharatan.

b. Kesukaan/Perasaan Senang

Perasaan senang yang dirasakan oleh nasabah disebabkan oleh adanya pelayanan, keramahan serta kesopanan para pegawai BMT NU Jombang KC Jombang Kota sangat baik, sehingga menimbulkan loyalitas nasabah.

Sebagaimana hasil wawancara dari Ibu Zumaroh “karena pegawainya ramah dan tidak perlu antrian lama.” Hal tersebut juga dibenarkan Bapak Buhari “karena pelayanan yang diberikan dan juga keamanan yang ditawarkan.” Ibu Widarti mengatakan “karena pelayanannya bagus dan keramahan para pegawai.” Ibu Maruti mengatakan “karena keamanan dan kesopanan para pegawai BMT NU Jombang KC Jombang Kota.” Bapak Sholiqin “karena pelayanan yang baik serta tidak perlu melakukan antrian lama.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota, dapat diketahui bahwa kebanyakan dari mereka merasa senang dan suka dengan pelayanan, keramahan, kesopanan para pegawai BMT NU Jombang KC Jombang Kota. Nasabah juga merasa senang sebab mereka tidak perlu antrian lama untuk membuka ataupun menyetorkan dananya ke BMT NU Jombang KC Jombang Kota, sebab dari pihak lembaga menerapkan adanya sistem jemput bola.

c. Perhatian (*Attention*)

Menurut Shaffer dan Kipp perhatian merupakan pemfokusan seseorang terhadap suatu objek baik berupa bau, suara, atau objek yang terlihat yang mana akan dibawah kedalam sistem informasi atau pengetahuan (Kuntjojo, 2021). Adapun perhatian yang dilakukan oleh BMT NU Jombang KC Jombang Kota sendiri yaitu dengan memperkenalkan produk deposito mudharabah yang ada di BMT NU Jombang KC Jombang Kota.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Zumaroh menjelaskan bahwa “Dari sosialisasi pihak bank kepasar yang mana memperkenalkan adanya produk deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota.” Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak Buhari “Dari sosialisasi kepada banom-banom NU pada saat pembukaan BMT NU Jombang KC Jombang Kota.” Ibu Widarti mengatakan “Informasi yang saya dapat dari saudara saya menjelaskan bahwa deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota sangat menguntungkan karena menggunakan sistem bagi hasil.” Ibu Maruti mengatakan bahwa “Informasi yang didapat dari teman saya bahwa di BMT NU Jombang KC Jombang Kota memiliki produk deposito mudharabah yang menggunakan prinsip

syariah.” Bapak Sholiqin mengatakan “ Dari teman saya yang kebetulan juga menjadi nasabah disana.”

Berdasarkan hasil wawancara

d. Keterlibatan Dalam Proses

Keterlibatan seseorang pada suatu objek akan membuat seseorang tersebut akan melakukan suatu aktivitas atau kegiatan dari objek tersebut. BMT NU Jombang KC Jombang Kota sendiri selalu melibatkan nasabahnya pada saat melakukan proses mulai dari awal hingga selesai.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Zumaroh menjelaskan bahwa " saya terlibat langsung pada saat pembukaan tabungan deposito mudharabah hingga melakukan kad dengan pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota.” Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak Bukhari “ saya terlibat langsung pada saat melakukan akad bersama pimpinan BMT NU Jombang KC Jombang Kota.” Ibu Widarti mengatakan “ saya terlibat langsung karena sebelum membuka tabungan pihak BMT menjelaskan persyaratan yang harus dipenuhi dan setelah selesai baru saya melakukan akad dengan pimpinan.” Ibu Maruti mengatakan bahwa “ saya terlibat langsung pada saat akad dilakukan.” Bapak Sholiqin mengatakan “ saya terlibat langsung pada saat melakukan akad dengan pimpinan BMT NU Jombang KC Jombang Kota.”

Menurut (Kotler, 1987) terdapat 4 strategi dalam menarik minat nasabah yakni, Promosi (*Promotion*), Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*). Berdasarkan hasil riset peneliti ada beberapa upaya yang dilakukan BMT NU Jombang KC Jombang Kota untuk menarik minat nasabah dalam menabung pada masa pandemic covid 19 diantaranya yaitu:

a. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan faktor yang paling penting dalam suatu pemasaran karena dengan adanya promosi dapat meningkatkan penjualan. Promosi sendiri dapat melalui iklan televisi, spanduk, brosur, media sosial, maupun dengan promosi langsung (Musfar, 2020). Hasil wawancara dengan Ibu Ririn “ promosi yang kami lakukan dengan cara sosialisasi langsung melalui majlis ta’lim, media sosial dan dari mulut ke mulut.” Hal tersebut dibenarkan oleh bapak Afriza selaku marketing mengatakan “ untuk promosi yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan brosur, mempositing dimedia sosial dan juga dengan sosialisasi langsung kepada masyarakat, instansi, maupun sekolah.”

b. Produk (*Product*)

Suatu produk akan mengalami perubahan seiring dengan tingkat kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu suatu produk harus memiliki suatu ciri khas atau keistimewaan agar lebih menarik. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Ririn selaku pimpinan BMT NU Jombang KC Jombang Kota “ Deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota lebih menguntungkan karena tidak ada potongannya dan yang menjadi ciri khas yaitu adanya prinsip syariah dalam sistem operasionalnya.” Hal tersebut dibenarkan oleh Bapak Afriza selaku marketing mengatakan “ Deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota lebih menguntungkan dan simple, sebab untuk membuka tabungan deposito mudharabah nasabah tidak perlu datang ke kantor karena ada sistem jemput bola dan untuk pencairannya lebih mudah, serta tidak ada penalty/denda ketika uang deposito ditarik sebelum masa jatuh tempo.”

c. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam suatu pemasaran. Karena dengan adanya tempat yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mengetahui dan mengamati suatu produk yang ditawarkan oleh lembaga atau perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ririn selaku pimpinan BMT NU Jombang NU KC Jombang Kota mengatakan bahwa “ lokasi sangat strategis msehingga untuk dijangkau dan diketahui oleh masyarakat lebih mudah.” Hal tersebut dibenarkan oleh Bapak Afrizal selaku marketing mengatakan “ dengan lokasi yang strategis membuat nasabah lebih mudah untuk menemukannya, karena berada ditengah kota.”

d. Harga (*Price*)

harga merupakan indikator yang sangat penting dalam pemasaran sebab dengan adanya harga perusahaan bisa menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ririn selaku pimpinan BMT NU Jombang KC Jombang Kota mengatakan “ untuk setoran awal pembukaan deposito mudharabah regular minimal 1.000.000 sedangkan untuk deposito berhadia minimal 10.000.000.” hal tersebut dibenarkan oleh Bapak Afrizal selaku marketing mengatakan “ untuk harga yang kami tawarkan sangat terjangkau karena untuk deposito mudharabah regular setoran awal minimal 1.000.000 dan untuk deposito mudharabah berhadia minimal 10.000.000, sehingga dengan harga tersebut sangat mudah terjangkau untuk kalangan masyarakat.”

D. KESIMPULAN

Kesimpulan dari riset ini yaitu minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah di BMT NU Jombang KC Jombang Kota mengalami kenaikan setiap tahunnya. Terdapat 4 komponen yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan deposito mudharabah pada BMT NU Jombang KC Jombang Kota selama masa pandemic covid 19 yakni, Ketertarikan (*Interest*), Kesukaan/Perasaan Senang, perhatian (*Attation*), Keterlibatan dalam Proses. Upaya yang dilakukan oleh pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah pada masa pandemic covid 19 dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu Promosi (Promotion), Produk (Product), Tempat (Place), Harga (Price). Akan tetapi untuk melakukan sosialisasi secara langsung disekolah tidak bisa dilakukan sebab sekolah dilakukan secara daring sehingga hal tersebut sulit untuk dilakukan. Untuk menghadapi adanya permasalahan tersebut pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat namun masih tetap mematuhi protocol kesehatan dan terus melakukan promosi melalui media sosial. Riset ini diharapkan peneliti bisa digunakan acuan untuk riset selanjutnya dengan tema yang sama dan dapat memperkuat riset yang akan datang untuk mendapatkan data yang valid terkait minat nasabah dalam menggunakan produk deposito mudharabah.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari riset diatas, adapun saran yang akan diberikan oleh penulis yaitu, 1) diharapkan pihak BMT NU Jombang KC Jombang Kota bisa lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui akan adanya produk deposito mudharabah yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan bank lain. 2) BMT NU Jombang KC Jombang Kota harus memiliki strategi dalam pengelolaan dana pihak ketiga khususnya pada produk deposito mudharabah agar keuntungan yang didapat lebih besar namun tidak dengan melanggar adanya prinsip syariah.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Agam, R. (2015). *Menulis Karya Ilmiah*. Familia.
- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Calpulis.
- Busro, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Expert.
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- elsha natasha.pdf*. (n.d.).
- Harhap, R. S. P. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. *Jurnal Al-Qasd*, 1(1), 21–39. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16812>
- Jaya, I. (2021). *Penguatan Sistem Kesehatan dalam Pengendalian Covid 19*. <http://p2p.kemkes.go.id>
- K, N. S. S. (2020). *Awal Mula Wabah Covid 19 di Wuhan di Klaim Berasal Dari Makanan Beku*

- Impor*. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5286363/awal-mula-wabah-covid-19-di-wuhan-diklaim-berasal-dari-makanan-beku-impor>
- Kambuaya, C. (2015). Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afirmasi Pendidikan Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung. *Share : Social Work Journal*, 5(2), 157–166.
<https://doi.org/10.24198/share.v5i2.13140>
- Kotler, P. (1987). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 3, J). CV. Intermedia.
- Kuntjojo. (2021). *Psikologi Pendidikan*. GUEPEDIA.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88.
<https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1086>
- Wiyono, E. H. (2007). *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Palanta.