



**Juhanperak**  
e-ISSN : 2722-984X  
p-ISSN : 2745-7761

## **MINAT MASYARAKAT DESA TERATAK AIR HITAM TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN DI BTPN SYARIAH KCP PEKANBARU**

**Tiara Puspita Sari**

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singingi  
Jl. Gatot Subroto KM 7 Kebun Nenas Teluk Kuantan, Kabupaten Kuantan Singingi  
email: tiarav29@gmail.com

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya Bank BTPN Syariah KCP Pekanbaru yang beroperasi di Desa Teratak Air Hitam Kecamatan Sentajo Raya dengan pertemuan setiap hari Rabu dua kali dalam sebulan, yang sudah meluncurkan produk baru yaitu produk pembiayaan paket masa depan yang diberikan kepada sekelompok wanita pedesaan yang ingin berusaha dan mewujudkan impian untuk merubah hidup, yang ternyata belum sepenuhnya mampu mempengaruhi minat masyarakat Desa Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana minat masyarakat Desa Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah dan apa saja faktor pendorong dan penghambat minat masyarakat Desa Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat Desa Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah dan apa saja faktor pendorong dan penghambat minat masyarakat Teratak Air Hitam terhadap produk paket masa depan di BTPN Syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Setelah datanya terkumpul maka diklasifikasikan menjadi dua kelompok data, data kualitatif dan data kuantitatif. Terhadap data yang kualitatif digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, sedangkan data kuantitatif dipersentasekan dengan angka-angka dan dipisah-pisahkan untuk memperoleh kesimpulan.*

*Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat Desa Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru termasuk dalam kategori tinggi yang ditunjukkan dengan angka 59,52%. Sedangkan faktor pendorong minat masyarakat Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah yaitu persyaratan mudah, prosedur pencairan dana mudah, pembayaran angsuran mudah. Sedangkan faktor penghambat minat masyarakat Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan yaitu kondisi ekonomi, ketersediaan waktu, belum pernah mendapatkan informasi.*

**Kata Kunci : Minat Masyarakat, Paket Masa Depan, BTPN Syariah**

### **Abstract**

*This research is motivated by the existence of Bank BTPN Syariah KCP Pekanbaru which operates in Teratak Air Hitam Village, Sentajo Raya District with meetings every Wednesday twice a month, has launched a new product namely Future Package Financing Products that is given to a*



*group of women trying to change their lives who have not be able to influence the interest of Teratak Air Hitam's community to future package financing products in BTPN Syariah KCP Pekanbaru. The formulation of the problem in this research is how the interest of the people of Teratak Air Hitam Village in the future package financing products at BTPN Syariah and what are the driving factors and obstacles for the interest of the people of Teratak Air Hitam Village in the future package financing products at BTPN Syariah.*

*This study purpose to know how the interest of Teratak Air Hitam's community to future package financing products in BTPN Syariah and also to determine the supporting and inhibiting factors that influence the interest of Teratak Air Hitam's community to future package financing products in BTPN Syariah. It was qualitative research. In this case writer trying to collect data and classify into two data group, that is *Qualitative Data* and *Quantitative Data*. *Qualitative data* described by words or sentences, and *Quantitative data* presented by numbers grouped to reach conclusions.*

*Based on the data, the writer found that supporting factors that influence the interest of Teratak Air Hitam's community to future package financing products in BTPN Syariah are easy requirements, easy disburment of fund's procedure, and easy installment payment. The writer also found that inhibiting factors that influence the interest of Teratak Air Hitam's community to future package financing products in BTPN Syariah are economic conditions, time availability, complicated installment payment's procedure, and incompleted information.*

***Keywords : The community's interest, Future Package, BTPN Syariah.***

## **1. PENDAHULUAN**

Kebutuhan hidup manusia ada berbagai macam mulai dari kebutuhan primer, sekunder hingga tersier. Untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut manusia harus bekerja.

Setiap orang yang ingin melakukan usaha tentu memerlukan modal untuk menjalankannya. Namun, sering kali mereka mengalami berbagai kendala dalam menjalankan usahanya tersebut, terutama masalah kekurangan modal. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha melakukan berbagai cara untuk mendapatkan tambahan modal agar usahanya bisa tetap berjalan dan terus berkembang. Salah satu cara yang dilakukan ialah meminjam uang kepada lembaga keuangan.

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan lembaga keuangan dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema atau melakukan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana sekaligus, di mana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa, sesuai dengan sistem keuangan yang ada, maka dalam operasionalnya lembaga keuangan dapakt berupa lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. (Andri Soemitra, 2009: 52).

Salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yaitu lembaga keuangan bank. Menurut UU No.10 tahun 1998 mengenai pengertian perbankan adalah : Bank adalah 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.

Kita ketahui di Indonesia terdapat dua jenis bank dari segi prinsipnya, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Sekarang ini disamping bank konvensional, ada lagi bank syariah, yang cukup mengalami



**Juhanperak**  
**e-ISSN : 2722-984X**  
**p-ISSN : 2745-7761**

kemajuan dan mendapat sambutan masyarakat. Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang mana aturan perjanjiannya berdasarkan hukum islam, untuk menghimpun dana, pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah. Veitzhal menjelaskan lebih lanjut, bank syariah adalah lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), perjudian (masyir), hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal (Veitzhal, 2007:733-759).

BTPN Syariah adalah anak perusahaan BTPN, dengan kepemilikan saham 70% dan merupakan bank syariah ke 12 di Indonesia. Bank beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpencil yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra sejahtera. Selain menyediakan akses layanan keuangan kepada masyarakat tersebut, BTPN Syariah juga menyediakan pelatihan keuangan sederhana untuk membantu mata pencaharian nasabahnya agar dapat terus berlanjut serta membina masyarakat yang lebih sehat melalui program Daya-nya. Visi, Misi dan Nilai BTPN Syariah mencerminkan arah usahanya agar tujuannya mengembangkan jutaan rakyat Indonesia terpenuhi. Visinya adalah untuk menjadi Bank Syariah yang terbaik dan sekaligus mengembangkan keuangan inklusi sehingga dapat mengubah kehidupan jutaan masyarakat. Sejalan dengan ini, adalah misi-nya untuk bekerja sama menciptakan peluang pertumbuhanusaha dan mencapai kehidupan yang lebih berarti. Bank berusaha untuk mencapai visi dan misi-nya dengan membina empat nilai utama, yaitu profesionalisme, integritas, saling menghargai dan kerja sama.

BTPN Syariah dibentuk dari konversi PT Bank Sahabat Purba Danarta (Bank Sahabat) yang berpusat di Semarang, menjadi Bank Syariah dan kemudian spin-off Unit Usaha Syariah BTPN ke Bank Syariah yang baru ini.

BTPN Syariah menyediakan berbagai macam produk diantaranya ialah produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD), dimana pembiayaan tersebut ditujukan bagi wanita Indonesia yang ingin mewujudkan impiannya dengan semangat Berani Berusaha, Disiplin, Kerja Keras dan Saling Bantu (BDKS).

Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) ini menggunakan akad murābahah (jual beli) dan akad wākalah (perwakilan). Sesuai akad pembiayaan harus digunakan untuk pembelian barang untuk usaha dan tidak boleh digunakan untuk pembelian barang konsumtif dan atau usaha yang bertentangan dengan syariah Islam seperti memberikan pinjaman kepada orang (rentenir), jual beli minuman keras, jual beli daging babi dan lain-lain. Nasabah diminta untuk menyerahkan bukti pembelian barang/kwitansi pembelian dari penjual barang-barang tersebut dan apabila tidak ada bukti pembelian, maka nasabah wajib membuat surat pernyataan pembelian barang.

Jangka waktu pembiayaan adalah satu tahun atau 26 (dua puluh enam) kali angsuran dan nasabah dibebaskan pembayaran satu kali angsuran pada waktu lebaran, jadi nasabah hanya mengangsur sebanyak 25 kali.

Manfaat dari Paket Masa Depan (PMD) yaitu, pembiayaan dari Rp. 1.000.000,- dan terus meningkat, tanpa potongan dan biaya administrasi, tabungan untuk mewujudkan impian, pinjaman lunas jika nasabah meninggal, santunan Rp. 500.000,- jika suami meninggal dunia dan pelatihan gratis.

Beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) yaitu, wanita berusia 18-59 tahun, mau berusaha dan bekerja keras, disiplin bertemu rutin dalam satu sentra (kelompok), saling membantu sesama anggota kelompok mempunyai rumah sendiri.



Sejak Tahun 2015, BTPN syariah mulai masuk ke Desa Teratak Air Hitam. Dengan seorang marketing mendatangi langsung calon nasabah. Dengan melakukan silaturahmi dan mulai mengenalkan Bank BTPN syariah kepada calon nasabah. Disini seorang marketing mulai menjelaskan produk yang ditawarkan oleh BTPN syariah ini dengan produk Paket Masa Depan atau disingkat dengan PMD. Dengan persyaratannya yang sangat mudah, cukup Foto Copy KTP suami istri dan Foto Copy KK (Wawancara dengan Ibu Rika selaku marketing BTPN Syariah).

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Paket Masa Depan (PMD) di Desa Teratak Air Hitam Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2015-2020**

<b>Nama Kelompok</b>	<b>Nasabah</b>
1. Sejahtera	14
2. Makmur	18
3. Putri Malu	23
4. Jaya	29
5. Bunga Tanjung	11
6. Seiya Sekata	10
Jumlah	105

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan PMD di Desa Teratak Air Hitam berjumlah 105 orang.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Minat Masyarakat Desa Teratak Air Hitam Terhadap Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Di BTPN Syariah KCP Pekanbaru.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Minat**

Secara bahasa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Menurut Ensiklopedi Indonesia, istilah minat dalam bahasa Inggris adalah interest yang berarti perhatian, yakni kecenderungan bertingkah laku secara terarah terhadap objek, kegiatan atau pengalaman tertentu. (<http://kbbi.web.id/minat> di akses Kamis 16 Januari 2020)

Menurut Djaali, minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pengertian minat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa minat adalah kecenderungan hati atau keinginan terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang tanpa ada yang menyuruh. (Djaali, 2008: 121)

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan, sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Crow and Crow dalam Dimiyati Mahmud (2001: 56), ada tiga faktor yang menimbulkan minat yaitu faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor sosial dan faktor emosional. Pendapat tersebut sejalan dengan yang dikemukakan Sudarsono, faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut :



- 1) Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

## **2.2 Masyarakat**

Dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern, masyarakat diartikan sebagai pergaulan hidup manusia; sehimpunan manusia yang hidup bersama dalam suatu tempat dengan ikatan-ikatan aturan yang tertentu (Ali, 2006: 244).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, masyarakat diartikan sebagai sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama (<http://kbbi.web.id/masyarakat> di akses Sabtu 18 Januari 2020).

Masyarakat (sebagai terjemahan istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.

## **2.3 Bank BTPN Syariah**

BTPN Syariah adalah anak perusahaan BTPN, dengan kepemilikan saham 70% dan merupakan bank syariah ke 12 di Indonesia. Bank beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpencil yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra sejahtera. Selain menyediakan akses layanan keuangan kepada masyarakat tersebut, BTPN Syariah juga menyediakan pelatihan keuangan sederhana untuk membantu mata pencaharian nasabahnya agar dapat terus berlanjut serta membina masyarakat yang lebih sehat melalui program Daya-nya. Visi, Misi dan Nilai BTPN Syariah mencerminkan arah usahanya agar tujuannya mengembangkan jutaan rakyat Indonesia terpenuhi. Visinya adalah untuk menjadi Bank Syariah yang terbaik dan sekaligus mengembangkan keuangan inklusi sehingga dapat mengubah kehidupan jutaan masyarakat. Sejalan dengan ini, adalah misi-nya untuk bekerja sama menciptakan peluang pertumbuhan usaha dan mencapai kehidupan yang lebih berarti. Bank berusaha untuk mencapai visi dan misi-nya dengan membina empat nilai utama, yaitu profesionalisme, integritas, saling menghargai dan kerja sama.

BTPN Syariah dibentuk dari konversi PT Bank Sahabat Purba Danarta (Bank Sahabat) yang berpusat di Semarang, menjadi Bank Syariah dan kemudian *spin-off* Unit Usaha Syariah BTPN ke Bank Syariah yang baru ini.

## **2.4 Produk Paket Masa Depan (PMD)**

Paket Masa Depan (PMD). PMD merupakan program terpadu BTPN Syariah yang diberikan kepada sekelompok wanita di pedesaan yang ingin berusaha dan memiliki impian untuk merubah hidup tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan.

PMD menawarkan beberapa manfaat bagi nasabah yang menggunakannya, yaitu: Pembiayaan, Tabungan, dan Manfaat Asuransi. Dengan fasilitas pembiayaan mulai dari Rp 1.000.000,- hingga Rp 50.000.000,-. Dan pembayaran yang dapat dilakukan dengan cicilan yang dilakukan setiap dua minggu dalam waktu satu tahun.



Akad yang digunakan dalam Produk Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah adalah Akad Pembiayaan Murabahah. Pembiayaan adalah kesepakatan atas pembiayaan antara pihak Bank dan Nasabah (berfungsi sebagai ijab qabul) yang dibuat secara tertulis sebagai bukti kesepakatan yang diberikan oleh Bank. Jika tidak dilakukan penandatanganan akad, maka Bank tidak memiliki bukti tertulis telah memberikan pembiayaan, sehingga resiko yang muncul adalah Bank tidak dapat menuntut pembayaran angsuran, akibatnya resiko pembiayaan akan menjadi tanggung jawab pribadi dari pihak Bank. Oleh sebab itu team Mini Marketing harus memastikan bahwa akad ditandatangani oleh pihak Bank dan Nasabah. Hal yang harus diperhatikan dalam Akad Pembiayaan adalah Prosedur Akad Pembiayaan (pengisian formulir pengajuan pembiayaan dan Pembukaan Rekening, Pembacaan Akad Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD), Bukti Akad) dan Surat Kuasa.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian penulis menggunakan metode kualitatif, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan analisa data kualitatif. Dalam penelitian kualitatif dilakukan untuk mengumpulkan data yang berupa data yang dinyatakan dalam bentuk bukan angka, tetapi berbentuk kalimat, kata dan gambar.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan atau field research yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti. Yang menjadi objek peneliti adalah masyarakat desa Teratak Air Hitam. Fungsi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat masyarakatdesa Teratak Air Hitam terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru. Lokasi penelitian ini adalah Desa Teratak Air Hitam Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. Waktu penelitian pada bulan Mei 2020. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Teratak Air Hitam Kecamatan Sentajo Raya yang diambil dari jumlah jenis pekerjaan petani, pedagang dan PNS yang berjumlah 641 orang. Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki sifat karakteristik yang sama sehingga betul-betul mewakili populasi . Mengingat kemampuan penulis yang sangat terbatas, baik dari segi biaya, waktu, dan tenaga, maka penulis memutuskan dari 641 jiwa ini penulis hanya mengambil 42 orang sebagai sampelnya. Teknik pengambilan sampel dengan cara Rumus Slovin, sebagai berikut : (Nanang G, 2012:55).

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel yang digunakan maka jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan batas toleransi kesalahan 15% (0,15) adalah:

$$n = \frac{N}{1+ N.e^2}$$

$$n = \frac{641}{1+641 (0,15)^2}$$

$$n = 42$$



15,42

n = 41,56 (dibulatkan menjadi 42 orang)

Jadi, untuk memudahkan penghitungan data dalam penelitian ini penulis akan menggenapkan sampel menjadi 42 orang.

Dalam penulisan ini penulis menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail dengan menggunakan rumus presentase, sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

P : Angka Persentase (Minat Masyarakat)

F : Jumlah frekuensi jawaban responden

N : Jumlah Responden

Tolak ukur jika diperoleh angka persentase akhir berkisar antara :

0% sampai 25% dikategorikan sangat rendah

26% sampai 50% dikategorikan rendah

51% sampai 75% dikategorikan tinggi

76% sampai 100% dikategorikan sangat tinggi (Arikunto: 2010)

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini melakukan penelitian dalam mengumpulkan data menggunakan angket, dan angket yang telah sedia disebarkan kepada responden, setelah dijawab oleh responden dikumpul kembali dan angket terkumpul sesuai dengan jumlah angket yang tersebar, dari angket yang telah tersebar penulis kemudian melakukan tabulasi terhadap angket tersebut sesuai dengan karakteristik angket tersebut, dan untuk lebih jelas dapat di uraikan sebagai berikut.

Maka masyarakat Teratak Air Hitam di tinjau dari segi karakteristik responden dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Respondens Berdasarkan Umur/Usia**

No	Umur/Usia	Frekuensi	Persentase
1	29 – 39 tahun	15	15%
2	39 – 49 tahun	13	13%
3	49 – 59 tahun	10	10%
4	>59 tahun	4	4%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*



Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa respondens yang berusia 29 - 39 tahun berjumlah 15 orang (15%), respondens yang berusia 39 - 49 tahun berjumlah 13 orang (13%), respondens yang berusia 49 - 59 tahun berjumlah 10 orang (10%), responden yang berusia > 59 tahun berjumlah 4 orang (4%).

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Respondens Berdasarkan Jenis Pendidikan**

No	Jenis Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	16	16%
2	SLTA/Sederajat	23	23%
3	Diploma	2	2%
4	Sarjana	1	1%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa respondens yang berpendidikan SD berjumlah 16 orang (16%), berpendidikan SLTA/Sederajat berjumlah 23 orang (23%), respondens yang berpendidikan Diploma berjumlah 2 orang (2%), respondens yang berpendidikan Sarjana berjumlah 1 orang (1%).

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Respondens Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Petani	26	26%
2	Pedagang	16	16%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa respondens yang bekerja sebagai Petani berjumlah 26 orang (26%), bekerja sebagai Pedagang berjumlah 16 orang (16%).

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Respondens Berdasarkan Penghasilan/Bulan**

No	Penghasilan/bulan	Frekuensi	Persentase
1	Rp <1.000.000	8	8%
2	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	28	28%



3	Rp3.000.000 - Rp 4.000.000	6	6%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa respondens yang berpenghasilan/bulan Rp < 1.000.000 berjumlah 8 orang (8%), yang berpenghasilan/bulan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 28 orang (28%), yang berpenghasilan/bulan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 berjumlah 6 orang (6%).

### Hasil Angket Berupa Jawaban Responden

**Tabel 4.8**

**Jawaban Responden Mengenai Sudah Mengetahui Marketing Bank BTPN Syariah ada di Desa Teratak Air Hitam**

No	Klasifikasi Jawaban Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya	26	61,90%
2	Tidak	16	38,09%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan sudah mengetahui adanya Marketing Bank BTPN Syariah ada di Desa Teratak Air Hitam, 26 orang (61,90%) menjawab Ya, 16 orang (38,09%) menjawab Tidak. Dari persentase jawaban ini dapat diketahui bahwa lebih banyak masyarakat Teratak Air Hitam mengetahui Marketing Bank BTPN Syariah ada di desa Teratak Air Hitam.

Sehingga masyarakat sangat berminat untuk melakukan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh marketing Bank BTPN Syariah kepada masyarakat.

**Tabel 4.9**

**Jawaban Responden Mengenai Sudah Mengetahui Adanya Produk Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam**

No	Klasifikasi Jawaban Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya	26	61,90%
2	Tidak	16	38,09%
Jumlah		42	100%



**Sumber: Data olahan 2020**

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan sudah mengetahui adanya produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam, ternyata 26 orang (61,90%) menjawab Ya dan 16 orang (38,09%) menjawab Tidak mengetahui adanya produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam. Dilihat dari presentase di atas ternyata masyarakat lebih besar jumlahnya yang mengetahui adanya produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam.

Hal ini ditandai berperan aktifnya marketing Bank BTPN Syariah dalam menawarkan produknya kepada masyarakat. Dalam menawarkan produk marketing Bank BTPN Syariah selalu giat dan masyarakat antusias dan bisa memanfaatkan produk yang ditawarkan itu untuk masa depan seperti keberlangsungan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

**Tabel 4.10**  
**Jawaban Responden Mengenai Mendapatkan Informasi Tentang Produk**  
**Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) Dari Tim Marketing Bank BTPN Syariah**  
**Yang Ada di Desa Teratak Air Hitam**

No	Klasifikasi Responden	Jawaban	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya		28	66,66%
2	Tidak		14	33,33%
	Jumlah		42	100%

**Sumber: Data olahan 2020**

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan mendapatkan informasi tentang produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) dari tim Marketing Bank BTPN Syariah yang ada di Desa Teratak Air Hitam, 28 orang (66,66%) menjawab Ya dan 14 orang (33,33%) menjawab Tidak. Dari presentase jawaban ini dapat diketahui bahwa responden lebih besar yang Mendapatkan informasi tentang produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) dari tim Marketing Bank BTPN Syariah yang ada di Desa Teratak Air Hitam dengan persennya 66,66% dan yang Tidak 14 orang dengan persen 33,33%.

Dalam mendapatkan informasi produk yang ditawarkan oleh marketing BTPN Syariah sangat mudah didapatkan baik secara langsung maupun melalui media sosial. Tetapi lebih dominan didapatkan masyarakat secara langsung dibandingkan media sosial, karena masyarakat desa Teratak Air Hitam kurang menguasai teknologi khususnya teknologi informasi.

**Tabel 4.11**  
**Jawaban Responden Mengenai Sudah Mengetahui Prosedur Produk Pembiayaan Paket**  
**Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam**



No	Klasifikasi Responden	Jawaban	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya		26	61,90%
2	Tidak		16	38,09%
Jumlah			42	100%

**Sumber: Data olahan 2020**

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan sudah mengetahui prosedur produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam, 26 orang (61,90%) menjawab Ya dan 16 orang (38,09%) menjawab Tidak.

Dari presentase jawaban ini dapat diketahui bahwa banyak masyarakat Teratak Air Hitam yang sudah mengetahui prosedur produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam.

Dalam prosedur produk pembiayaan ini seringkali dijelaskan oleh marketing tetapi prosedurnya masih agak rumit atau berbelit-belit. Sehingga masyarakat mengalami kesulitan dan masyarakat kurang memahami penjelasan marketing Bank BTPN Syariah ini disebabkan rendahnya sumber daya manusia yang ada di desa Teratak Air Hitam.

**Tabel 4.12**  
**Jawaban Responden Mengenai Mengajukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Desa Teratak Air Hitam**

No	Klasifikasi Responden	Jawaban	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya		25	59,52%
2	Tidak		17	40,47%
Jumlah			42	100%

**Sumber: Data olahan 2020**

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan mengajukan pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Desa Teratak Air Hitam, 25 orang (59,52%) menjawab Ya dan 17 orang (40,47%) menjawab Tidak.

Dari presentase jawaban ini dapat diketahui bahwa masyarakat Teratak Air Hitam banyak mengajukan pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di Desa Teratak Air Hitam dengan persennya 59,52%.

Dalam mengajukan pembiayaan paket masa depan oleh masyarakat desa Teratak Air Hitam ini langsung difasilitasi oleh tim marketing yang turun ke lapangan sehingga memudahkan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan. Untuk saat ini data yang terhimpun dalam pengajuan pembiayaan tersebut berjumlah 105 orang. Ini ditandai dengan antusiasnya masyarakat dalam mengajukan produk pembiayaan paket masa depan dan sangat bermanfaat oleh masyarakat dan dapat membantu perekonomian masyarakat.

**Tabel 4.13**



**Jawaban Responden Mengenai Minat Menjadi Nasabah Bank BTPN Syariah**

No	Klasifikasi Jawaban Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya	25	59,52%
2	Tidak	17	40,47%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan berminat untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah, 25 orang (59,52%) menjawab Ya dan 17 orang (40,47%) menjawab Tidak berminat untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah.

Dari presentase jawaban ini dapat diketahui bahwa masyarakat lebih besar jumlah berminat dengan presentase 59,52% berjumlah 25 orang untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah. Yang membuat mereka tidak berminat dilihat dari kondisi ekonomi yang responden dapatkan tiap bulannya.

Dalam peminatan untuk menjadi nasabah sangat antusias menjadi nasabah bank BTPN Syariah ditandai oleh antusiasnya tim marketing dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat Desa Teratak Air Hitam, dengan pelayanan tersebut masyarakat merasa senang dan mudah dalam mendapatkan pelayanan dari Bank BTPN Syariah.

**Tabel 4.14**

**Jawaban Responden Mengenai Responden Adalah nasabah Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam**

No	Klasifikasi Jawaban Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ya	25	59,52%
2	Tidak	17	40,47%
Jumlah		42	100%

*Sumber: Data olahan 2020*

Berdasarkan Tabel di atas diketahui tanggapan masyarakat mengenai pernyataan responden adalah nasabah Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam, 25 orang (59,52%) menjawab Ya dan 17 orang (40,47%) menjawab Tidak.

Dari presentase jawaban ini dapat diketahui bahwa masyarakat Teratak Air Hitam masih banyak yang sudah menjadi nasabah Bank BTPN Syariah di Desa Teratak Air Hitam.

Sehingga masyarakat desa Teratak Air Hitam saat ini sudah banyak menjadi nasabah bank BTPN Syariah. Hal ini ditandai oleh sangat menguntungkannya kehadiran Bank BTPN Syariah karena sudah banyak membantu masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya



melalui produk pembiayaan paket masa depan yang ditawarkan oleh bank BTPN Syariah. Adapun produk yang ditawarkan itu berupa simpan pinjam dan ini sudah bergulir mulai dari tahun 2015 sampai sekarang ini.

### **Minat Masyarakat Teratak Air Hitam untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah**

Tabel 4.13 menunjukkan masih banyak masyarakat Teratak Air Hitam yang berminat untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah dari pada yang tidak berminat untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah tersebut.

Dalam menentukan kriteria penilaian, penelitian ini menggunakan tolak ukur jika diperoleh angka persentase akhir berkisar antara :

- a. 0% sampai 25%, dikategorikan sangat rendah
- b. 26% sampai 50%, dikategorikan rendah
- c. 51% sampai 75%, dikategorikan tinggi
- d. 76% sampai 100%, dikategorikan sangat tinggi (Arikunto, 2010)

Hasil angket yang telah dikemukakan melalui tabel 4.13 yang berbentuk angka dimasukkan kedalam rumus dengan rincian sebagai berikut :  
Yang menjawab “Ya”

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$P = \frac{25}{42} \times 100\%$$

$$P = \frac{2.500}{42}$$

$$P = 59,52\%$$

Dari hasil analisa dengan menggunakan rumus presentase di atas dapat dilihat bahwa masyarakat Teratak Air Hitam berminat untuk menjadi nasabah Bank BTPN Syariah termasuk dalam kategori **Tinggi** yang ditunjukkan dengan angka 59,52%.

### **Faktor Pendorong dan Penghambat Minat Masyarakat Desa Teratak Air Hitam Terhadap Produk Pembiayaan Paket Masa Depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru**

#### **a. Pendorong**

Faktor pendorong yang menyebabkan mereka berminat berdasarkan angket bahwa masyarakat Teratak Air Hitam yang berminat dibawah ini adalah disebabkan sudah mengetahui prosedurnya, disebabkan sudah mengetahui prosedurnya berdasarkan angket yang disebarakan itu responden menjawab 26 orang , dari 26 orang itu jika di presentasekan adalah berkisar 61,90% , 61,90% itu adalah datang dari jumlah yang



berminat itu 26 orang dibagikan jumlah responden 42 orang di kali 100 maka dijawabnya presentase.

Berdasarkan faktor pendorong yang menyebabkan mereka berminat untuk berencana mengambil produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru di desa Teratak Air Hitam sebagai berikut:

1. Persyaratan Mudah
2. Prosedur Pencairan Dana Mudah
3. Pembayaran Angsuran Mudah

**b. Penghambat**

Faktor penghambat yang menyebabkan mereka tidak berminat disebabkan oleh kondisi ekonomi dan kurangnya informasi adanya produk pembiayaan paket masa depan di desa tertak air hitam. Dan ini dapat dilihat diangket tabel 4.10 jumlah (33,33%) maka presentase ini diambil ataupun dihasilkan berdasarkan responden jumlah yang menjawab 14 orang dibagi 42 respondens.

Berdasarkan faktor penghambat terhadap produk pembiayaan paket masa depan di desa teratak air hitam sebagai berikut:

1. Kondisi Ekonomi
2. Ketersediaan Waktu
3. Belum pernah mendapatkan informasi

## **5. SIMPULAN**

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Minat Masyarakat Desa Teratak Air Hitam Terhadap Produk Pembiayaan Paket Masa Depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru maka berikut ini penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu Minat Masyarakat Desa Teratak Air Hitam Terhadap Produk Pembiayaan Paket Masa Depan di BTPN Syariah KCP Pekanbaru termasuk dalam kategori Tinggi yang ditunjukkan dengan angka 59,52% yang berarti berminat.
- 2) Sedangkan faktor pendorong yang menyebabkan Masyarakat Teratak Air Hitam Berminat untuk berencana mengambil Produk Pembiayaan Paket Masa Depan di BTPN Syariah adalah persyaratan mudah, prosedur pencairan dana mudah, dan pembayaran angsurannya mudah. Sedangkan faktor penghambat yang menyebabkan masyarakat tidak berminat terhadap produk pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah adalah kondisi ekonomi, ketersediaan waktu, cara pembayaran angsuran agak rumit, belum pernah mendapatkan informasi.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan sungguh tak terhingga, kepada:

1. Bapak Dr.H.Nopriadi, SKM.,M.Kes selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi.
2. Ibu Rika Ramadhanti, S.IP.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial yang telah memberikan sumbangsih yang cukup besar kepada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Kuantan Singingi.



**Juhanperak**  
**e-ISSN : 2722-984X**  
**p-ISSN : 2745-7761**

3. Ibu Meri Yuliani, SE.Sy.,ME.Sy selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
4. Ibu Wigati Iswandhiari, ST.,MM selaku pembimbing I yang telah memberi bimbingan dan waktu serta saran-saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dian Meliza, S.HI.,MA selaku pembimbing II yang telah membimbing dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah membantu dan memberikan ilmu selama penulis menuntut ilmu hingga selesai.
7. Bapak Kepala Desa Teratak Air Hitam beserta perangkatnya yang telah memberikan informasi tentang Desa Teratak Air Hitam dan telah mendukung dalam pembuatan Skripsi ini.
8. Masyarakat Desa Teratak Air Hitam yang senantiasa meluangkan waktunya untuk mengisi Angket (kuesioner) penelitian dan wawancara dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Orang Tuaku Tercinta Ayahanda Tormizi, Ibunda Lisar Yanis, A.Md dan Kakak Fitri Lisvionita, S.Pd serta anggota keluarga yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga penulis dapat mencapai gelar sarjana S1.
10. Boyke Mahru yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
11. Teman Metria Triksi, Anggun Septia Ningrum dan teman-teman yang telah memberikan dukungan maupun menemani penulis untuk sama-sama berjuang meraih gelar sarjana.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adisasmita, Rahardjo. 2010. *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Penerbit Graha ilmu
- Ali, M. & Asrori, M. 2006. *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Andri Soemitra. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Prenada Media.
- Arifin, Rois & Helmi Muhammad. 2016. *Pengantar Manajemen*. Malang : EMPATDUA.
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto Suharsimi, Suhardjono & Supardi. 2006. *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ascarya. 2013. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bukhari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Dimiyati Mahmud. 2001. *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta : BPFE.
- Hurlock, Elizabeth B. 2004. *Developmental Psychology*. Jakarta: Erlangga.



**Juhanperak**  
**e-ISSN : 2722-984X**  
**p-ISSN : 2745-7761**

- Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Makhalul Ilmi, 2002. *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, UII Press, Yogyakarta : UII Press.
- Muhammad Adam. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Nasehudin, Toto Syatori & Nanang Gozali. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sudarsono Heri. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Supardi. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Veithzal Rivai. 2007. *Bank and Financial Institute Management*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- W Sujarweni. 2018. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* Yogyakarta: Pustaka Baru Press

**Internet :**

(<http://kbbi.web.id/minat> di akses Kamis 16 Januari 2020)

**Jurnal :s**

- Dhakhirah Fadhilatu. 2016. *Analisis Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Bertransaksi Pembiayaan Murabahah di BTPN Syariah KCP Salatiga*. Other thesis, IAIN Salatiga.
- Laila. 2017. *Minat masyarakat sungai tabuk terhadap pembiayaan paket masa depan pada btpn syariah*. Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.