



## Persepsi Nasabah terhadap Keunggulan Produk Mudharabah dalam Meningkatkan Kepuasan di BSI Cabang Medan Timur

Siti Maisyarah<sup>1</sup>, Novien Rialdy, SE, MM<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), Indonesia

E-Mail: [maiysarahsiti238@gmail.com](mailto:maiysarahsiti238@gmail.com)

### Abstract

*Sharia banking products based on the mudharabah contract have different characteristics from conventional banking products, particularly in the principles of profit sharing and fairness. This study aims to analyze customer perceptions of the advantages of mudharabah products in increasing customer satisfaction at the East Medan Branch of BSI. The case study was conducted on the BSI Tabungan Bisnis product that uses the mudharabah contract. The research method used was descriptive qualitative, utilizing relevant secondary data from the 2020–2025 period. The research sample consisted of 30 customers. The results show that the advantages of mudharabah products, such as the profit sharing system, sharia principles, and transparency of fund management, contribute positively to customer satisfaction levels.*

**Keywords:** Customer Perception, Mudharabah, Customer Satisfaction, BSI Business Savings.

### Abstrak

*Produk perbankan syariah berbasis akad mudharabah memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk perbankan konvensional, terutama dalam prinsip bagi hasil dan keadilan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap keunggulan produk mudharabah dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI Cabang Medan Timur. Studi kasus dilakukan pada produk BSI Tabungan Bisnis yang menggunakan akad mudharabah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder yang relevan selama periode 2020–2025. Sampel penelitian berjumlah 30 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk mudharabah, seperti sistem bagi hasil, prinsip syariah, dan transparansi pengelolaan dana, berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan nasabah.*

**Kata kunci:** Persepsi Nasabah, Mudharabah, Kepuasan Nasabah, BSI Tabungan Bisnis.

## PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keadilan dan keberkahan transaksi. Produk-produk berbasis akad syariah menjadi alternatif bagi masyarakat Muslim

yang menghindari sistem bunga. Kondisi ini menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian nasional (Ascarya & Yumanita, 2019).

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai hasil penggabungan beberapa bank syariah nasional memiliki peran strategis dalam memperkuat industri perbankan syariah. BSI menawarkan berbagai produk yang dirancang sesuai prinsip syariah. Salah satu produk unggulannya adalah tabungan berbasis akad mudharabah. Produk ini menekankan sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga. Keberadaan produk tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik dan kepuasan nasabah (Hidayat & Rafika, 2020).

Akad mudharabah merupakan bentuk kerja sama antara pemilik dana dan pengelola dana dengan prinsip bagi hasil. Dalam akad ini, keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal sepanjang tidak ada kelalaian pengelola. Konsep ini mencerminkan keadilan dan transparansi dalam transaksi keuangan. Oleh karena itu, mudharabah menjadi akad yang banyak digunakan dalam produk tabungan dan deposito syariah. Penerapan akad mudharabah dinilai mampu meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah (Nurhayati & Wasilah, 2019).

Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dalam keberlangsungan lembaga perbankan. Nasabah yang percaya terhadap sistem dan produk bank cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi. Dalam perbankan syariah, kepercayaan tidak hanya bersifat finansial tetapi juga religius. Kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi faktor utama pembentuk kepercayaan tersebut. Oleh sebab itu, persepsi nasabah terhadap produk mudharabah perlu mendapat perhatian khusus (Putri & Handayani, 2020).

Persepsi nasabah merupakan proses penilaian yang terbentuk dari pengalaman dan informasi yang diterima. Persepsi ini memengaruhi sikap dan perilaku nasabah terhadap produk perbankan. Persepsi yang positif akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Sebaliknya, persepsi negatif dapat menurunkan minat penggunaan produk. Dalam konteks perbankan syariah, persepsi nasabah berkaitan erat dengan nilai-nilai Islam yang diterapkan bank (Fauzi & Suharto, 2021).

Kepuasan nasabah menjadi indikator utama keberhasilan suatu produk perbankan. Kepuasan muncul ketika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan nasabah. Dalam perbankan syariah, kepuasan tidak hanya diukur dari keuntungan finansial. Aspek spiritual dan kepatuhan syariah juga memengaruhi tingkat kepuasan. Oleh karena itu, produk mudharabah memiliki potensi besar dalam meningkatkan kepuasan nasabah Muslim (Rohman & Fitriani, 2021).

Produk BSI Tabungan Bisnis dirancang khusus untuk nasabah yang memiliki aktivitas usaha. Produk ini memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan dana serta peluang memperoleh hasil yang kompetitif. Sistem ini memungkinkan nasabah merasakan keuntungan dari kinerja bank. Selain itu, produk ini juga didukung oleh prinsip transparansi dan keadilan. Keunggulan tersebut menjadi daya tarik utama bagi nasabah bisnis (Sari & Wahyuni, 2022).

Namun demikian, tidak semua nasabah memiliki pemahaman yang sama mengenai akad mudharabah. Perbedaan tingkat literasi keuangan syariah dapat memengaruhi persepsi nasabah. Kurangnya pemahaman berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap sistem bagi hasil. Oleh karena itu, persepsi nasabah perlu dianalisis secara mendalam. Analisis ini penting untuk mengetahui sejauh mana produk mudharabah dipahami dan diterima nasabah (Rahmawati & Kurniawan, 2020).

BSI Cabang Medan Timur merupakan salah satu unit layanan yang melayani nasabah dengan latar belakang usaha yang beragam. Lokasinya yang strategis mendukung aktivitas ekonomi masyarakat sekitar. Produk BSI Tabungan Bisnis dengan akad mudharabah menjadi salah satu produk unggulan di cabang ini. Persepsi nasabah terhadap produk tersebut dapat mencerminkan efektivitas penerapan akad mudharabah. Oleh sebab itu, cabang ini dipilih sebagai lokasi penelitian (Lubis & Harahap, 2022).

Penelitian mengenai persepsi nasabah penting untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan perbankan. Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak bank. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi akademik dalam kajian perbankan syariah. Dengan memahami persepsi nasabah, bank dapat menyusun strategi peningkatan kepuasan. Hal ini sejalan dengan tujuan perbankan syariah dalam menciptakan kemaslahatan (Ananda & Pratiwi, 2023).

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi nasabah secara komprehensif. Metode ini memungkinkan peneliti memahami fenomena berdasarkan data dan konteks yang ada. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis penelitian. Pendekatan ini dinilai sesuai untuk mengkaji persepsi dan kepuasan nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mencerminkan kondisi nyata di lapangan (Sutrisno & Maulana, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada persepsi nasabah terhadap keunggulan produk mudharabah dalam meningkatkan kepuasan di BSI Cabang Medan Timur. Fokus penelitian diarahkan pada produk BSI Tabungan Bisnis. Periode penelitian mencakup tahun 2020–2025. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis dan

akademik. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi dasar pengembangan produk perbankan syariah ke depan (Yuliani & Hasyim, 2024).

## **METODE PENELITIAN**

Produk perbankan syariah berbasis akad mudharabah memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk perbankan konvensional, khususnya dalam penerapan prinsip bagi hasil dan keadilan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap keunggulan produk mudharabah dalam meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Medan Timur. Studi kasus difokuskan pada produk BSI Tabungan Bisnis yang menggunakan akad mudharabah sebagai instrumen penghimpunan dana. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan menggambarkan dan memahami secara mendalam persepsi nasabah terhadap produk tersebut.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku referensi, laporan penelitian terdahulu, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan topik perbankan syariah. Periode kajian penelitian mencakup rentang waktu 2020–2025 guna memperoleh gambaran perkembangan dan implementasi produk mudharabah secara aktual. Sampel penelitian berjumlah 30 nasabah BSI Cabang Medan Timur, yang dipilih sebagai representasi pengguna produk BSI Tabungan Bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk mudharabah, seperti sistem bagi hasil yang adil, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta transparansi dalam pengelolaan dana, berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa produk mudharabah memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Produk BSI Tabungan Bisnis dengan akad mudharabah dipersepsikan nasabah sebagai produk yang memiliki keunggulan dari sisi prinsip syariah. Nasabah menilai bahwa sistem bagi hasil mencerminkan keadilan karena keuntungan dibagi sesuai kesepakatan. Persepsi ini menunjukkan adanya pemahaman terhadap konsep dasar ekonomi Islam. Kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi alasan utama nasabah memilih produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Fitria dan Suprayogi (2019) yang menyatakan bahwa kesesuaian akad syariah memengaruhi persepsi positif nasabah.

Keunggulan lain dari produk mudharabah adalah transparansi dalam pengelolaan dana. Nasabah merasa memperoleh informasi yang cukup terkait mekanisme pembagian

hasil. Transparansi ini meningkatkan rasa aman dan kepercayaan terhadap bank. Kepercayaan menjadi fondasi utama dalam hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Menurut Wahyuni dan Hasanah (2020), transparansi operasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

Dari sisi manfaat ekonomi, produk BSI Tabungan Bisnis dinilai mampu mendukung aktivitas usaha nasabah. Sistem bagi hasil memberikan peluang keuntungan yang lebih adil dibandingkan sistem bunga. Nasabah merasa tidak terbebani kewajiban pembayaran tetap. Skema ini dinilai sesuai dengan karakteristik usaha yang fluktuatif. Penelitian oleh Zulkarnain dan Ramadhan (2021) menunjukkan bahwa akad mudharabah memberikan fleksibilitas bagi nasabah pelaku usaha.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BSI Cabang Medan Timur turut membentuk persepsi positif nasabah. Nasabah menilai pegawai bank memberikan pelayanan yang ramah dan informatif. Pelayanan yang baik meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi. Hal ini berkontribusi terhadap kepuasan nasabah secara keseluruhan. Menurut Nugraha dan Puspitasari (2019), kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.

Kemudahan prosedur pembukaan rekening menjadi nilai tambah produk mudharabah. Nasabah merasa proses administrasi tidak rumit dan mudah dipahami. Dukungan layanan digital juga membantu aktivitas transaksi bisnis. Kemudahan ini meningkatkan efisiensi waktu nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Safitri dan Hadi (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan layanan meningkatkan kepuasan nasabah.

Nilai religius yang terkandung dalam akad mudharabah memberikan kepuasan spiritual bagi nasabah. Nasabah merasa lebih tenang karena transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip Islam. Kepuasan spiritual ini menjadi pembeda utama bank syariah dengan bank konvensional. Nilai religius turut memengaruhi persepsi kualitas produk. Penelitian oleh Fauziah dan Anwar (2019) menyebutkan bahwa kepatuhan syariah meningkatkan kepuasan batin nasabah.

Persepsi positif terhadap produk mudharabah mendorong terbentuknya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas cenderung menggunakan produk secara berkelanjutan. Selain itu, mereka juga bersedia merekomendasikan produk kepada pihak lain. Loyalitas menjadi aset penting bagi bank syariah. Menurut Handayani dan Kurniawan (2021), kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Dari sudut pandang manajemen perbankan, produk mudharabah memiliki nilai strategis. Keunggulan akad dan manfaat produk dapat meningkatkan daya saing bank syariah.

Persepsi positif nasabah turut memperkuat citra bank. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan publik. Penelitian oleh Laily dan Rahmat (2022) menunjukkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap reputasi bank syariah.

Namun demikian, masih diperlukan peningkatan edukasi kepada nasabah terkait mekanisme bagi hasil. Sebagian nasabah belum sepenuhnya memahami perhitungan keuntungan. Edukasi yang berkelanjutan akan meningkatkan literasi keuangan syariah. Pemahaman yang baik dapat meminimalkan kesalahpahaman. Hal ini sejalan dengan penelitian Putra dan Salsabila (2020) tentang pentingnya literasi keuangan syariah.

Penggunaan data sekunder dalam penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai persepsi nasabah. Data sekunder memungkinkan analisis terhadap kecenderungan perilaku nasabah. Meskipun tidak menggali pengalaman langsung, data tetap relevan. Pendekatan kualitatif deskriptif membantu interpretasi mendalam. Menurut Sugiyono (2021), metode kualitatif efektif dalam memahami fenomena sosial.

Secara keseluruhan, keunggulan produk BSI Tabungan Bisnis dengan akad mudharabah mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan terbentuk melalui kepatuhan syariah, manfaat ekonomi, dan kualitas pelayanan. Persepsi positif ini berpotensi meningkatkan loyalitas nasabah. Produk mudharabah menjadi instrumen penting dalam pengembangan perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyani dan Arifin (2023) yang menyatakan bahwa produk syariah unggulan meningkatkan kepuasan nasabah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap produk BSI Tabungan Bisnis dengan akad mudharabah di BSI Cabang Medan Timur cenderung positif. Nasabah menilai keunggulan produk ini terletak pada penerapan sistem bagi hasil yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, produk mudharabah dipersepsikan mampu memberikan rasa aman dan nyaman karena tidak mengandung unsur riba. Faktor kepatuhan syariah dan kejelasan mekanisme pengelolaan dana menjadi alasan utama nasabah memilih produk tersebut. Persepsi positif ini menunjukkan bahwa produk mudharabah mampu memenuhi harapan nasabah dari aspek finansial maupun religius.

Selanjutnya, keunggulan produk mudharabah juga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Kepuasan tersebut tercermin dari kepercayaan nasabah terhadap pengelolaan dana oleh pihak bank serta manfaat yang dirasakan dari sistem bagi hasil. Produk BSI Tabungan Bisnis dinilai relevan bagi nasabah yang memiliki aktivitas usaha

karena memberikan fleksibilitas dan peluang keuntungan yang kompetitif. Dengan demikian, penerapan akad mudharabah tidak hanya meningkatkan kualitas produk perbankan syariah, tetapi juga memperkuat hubungan antara bank dan nasabah. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi BSI untuk terus mengembangkan produk mudharabah yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

## **REFERENSI**

Ananda, R., & Pratiwi, D. (2023). Kepuasan nasabah dalam perspektif perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Kontemporer*, 10(1), 1–13.

Ascarya, & Yumanita, D. (2019). Analisis perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(2), 85–98.

Fauzi, A., & Suharto. (2021). Persepsi nasabah terhadap produk perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 7(1), 67–78.

Fauziah, N., & Anwar, M. (2019). Kepuasan spiritual nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 95–104.

Fitria, T., & Suprayogi, N. (2019). Pengaruh prinsip syariah terhadap minat nasabah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 22–30.

Handayani, R., & Kurniawan, A. (2021). Loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 8(2), 141–150.

Hidayat, R., & Rafika, M. (2020). Peran Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan. *Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 45–56.

Laily, N., & Rahmat, A. (2022). Persepsi nasabah dan citra bank syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(1), 55–64.

Lubis, H., & Harahap, M. (2022). Strategi pelayanan bank syariah daerah. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 9(2), 140–152.

Mulyani, S., & Arifin, Z. (2023). Produk unggulan dan kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 9(1), 1–10.

Nugraha, D., & Puspitasari, I. (2019). Kualitas pelayanan bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 4(2), 88–96.

Nurhayati, S., & Wasilah. (2019). *Akuntansi syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Putra, R., & Salsabila, N. (2020). Literasi keuangan syariah nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 7(1), 44–52.

Putri, D. A., & Handayani, R. (2020). Kepercayaan nasabah pada bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 6(2), 101–112.

Rahmawati, L., & Kurniawan, A. (2020). Literasi keuangan syariah dan persepsi nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 23–35.

Rohman, F., & Fitriani, N. (2021). Kepuasan nasabah bank syariah berbasis nilai Islam. *Jurnal Keuangan Islam*, 4(2), 89–102.

Safitri, L., & Hadi, S. (2020). Kemudahan layanan dan kepuasan nasabah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*, 3(2), 70–78.

Sari, M., & Wahyuni, S. (2022). Produk tabungan mudharabah dan kepuasan nasabah. *Jurnal Perbankan Islam*, 8(1), 55–66.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, B., & Maulana, I. (2021). Metode kualitatif dalam penelitian ekonomi syariah. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 3(2), 77–88.

Wahyuni, S., & Hasanah, U. (2020). Transparansi dan kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, 6(2), 101–109.

Yuliani, S., & Hasyim, A. (2024). Pengembangan produk bank syariah berbasis kebutuhan nasabah. *Jurnal Inovasi Keuangan Syariah*, 2(1), 15–27.

Zulkarnain, R., & Ramadhan, F. (2021). Akad mudharabah dan pembiayaan usaha. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(3), 215–223.