

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia saat ini cukup berkembang pesat, mengingat Indonesia memiliki penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Sampai saat ini saja penduduk muslim di Indonesia telah mencapai sekitar 200 juta jiwa.<sup>1</sup> Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari kebutuhan masyarakat yang menghendaki suatu sistem perbankan yang mampu menyediakan jasa keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah.<sup>2</sup>

Memang kalau hanya dilihat dari sisi jumlah, Indonesia merupakan pasar yang cukup menggiurkan. Tapi kalau kita lihat dari sisi peluang bisnis, ternyata pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia baru sekitar 1,3 persen dari total asset industry perbankan nasional. Sedangkan Malaysia sudah sekitar 10 persen, dan Negara-negara timur tengah mencapai 20 persen dari total *asset industry* perbankan nasionalnya. Memang, kita tidak bisa memungkiri

---

<sup>1</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h.26.

<sup>2</sup>Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta : UII press 2008), h.4.

kenyataan bahwa kawasan timur tengah merupakan lokomotif industry perbankan syariah dunia.<sup>3</sup>

Namun disisi lain, menurut berbagai kalangan ekonom maupun bankir, bank-bank syariah dapat memiliki reputasi yang baik diantara bank-bank international. Hal ini dapat dicapai bila bank-bank syariah melakukan usaha percepatan dalam pengembangan regulasi yang mengacu pada standar international.<sup>4</sup> Tingkat profitabilitas bank syariah di Indonesia merupakan yang terbaik di dunia dilihat dari rasio laba terhadap asset (*return on asset-ROA*). Indonesia juga merupakan Negara yang perbankan syariahnya memiliki pertumbuhan yang amat pesat, baik dilihat dari penambahan jumlah bank yang menawarkan produk perbankan syariah maupun peningkatan asetnya.

Berdasarkan proyeksi bank Indonesia (BI), pada tahun – tahun ke depan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia akan berlangsung lebih lambat. Salah satu penyebab lambatnya pertumbuhan ini karena perbankan syariah pada kenyataannya masih berada di tengah-tengah “dunia “ perbankan konvensional. Tingginya laju inflasi setelah kenaikan bahan bakar minyak (BBM) oktober 2005 memaksa BI rate yang memicu perpindahan dana pihak ketiga (DPK), terutama dari kalangan korporat, ke bank konvensional yang menjanjikan pendapatan bunga lebih tinggi daripada pendapatan bagi hasil bank syariah.

---

<sup>3</sup>Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *loc. cit.*

<sup>4</sup>Muhammad, *Bank syariah, Analisis keuangan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*, (Yogyakarta: EKONISIA : 2002), h. 2.

Oleh karena itu diperlukan pendekatan-pendekatan baru dan juga langkah-langkah terobosan untuk mengembangkan pasar syariah di Indonesia ini.<sup>5</sup>

Persepsi yang selama ini ada di benak masyarakat, pasar non-syariah atau pasar konvensional selalu lebih menguntungkan secara financial dibandingkan pasar syariah karena sistem bunganya. Pasar syariah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum muslim saja, pasar yang tertutup untuk kalangan non-muslim. Padahal, sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syariah sudah sejak lama diterapkan di negara-negara Eropa, terutama Inggris. Maka persepsi bahwa pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syariah adalah “pasarnya” kaum muslim semata tidaklah tepat. Namun, memang tidak mudah mengubah persepsi yang sudah mengakar di benak masyarakat ini. Apalagi dalam dunia marketing ada jargon yang sangat terkenal, “*perception is much more important than reality*”. Walaupun begitu, penulis menilai bahwa perubahan persepsi bukanlah suatu hal yang tidak mungkin. Sejalan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan manusia, dimasa depan penulis mengamati ada pergeseran pasar dari tingkat intelektual atau rasional, menuju ke emosional, dan akhirnya bertransformasi ke spiritual yang diyakininya.

Namun, tidak serta merta pasar rasional akan berpindah ke spiritual.

Disinilah tantangan system syariah dalam membidik pasar rasional. Pasar

---

<sup>5</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h.27.

rasional dan pasar yang mengambang masih merupakan pasar terbesar. Contoh pasar ini adalah pasar korporasi dan kelas menengah ke atas. Mereka tidak terlalu fanatik terhadap salah satu sistem, tetapi lebih melihat prospek finansialnya.<sup>6</sup>

Lihatlah Nabi Muhammad SAW yang dalam hidupnya melakukan perdagangan atau bisnis. Disini, kami menekankan pada karakter dan sifat Nabi Muhammad dalam melakukan proses bisnis. Nabi Muhammad telah menunjukkan bagaimana cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah sekaligus bisa tetap memperoleh keuntungan yang optimal.

Dengan berpegang teguh pada nilai-nilai yang terdapat pada al-Quran dan al-Hadits, Nabi Muhammad melakukan bisnis secara profesional. Nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan yang dapat mengarahkan untuk tetap dalam dalam koridor yang adil dan benar. Landasan atau aturan-aturan inilah yang menjadi suatu syariah atau hukum dalam melakukan suatu bisnis.

Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis. *Pertama*, adalah jujur atau benar. Dalam bergadag, Nabi Muhammad SAW selalu dikenang sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Jika ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, tanpa perlu ditanyakan Nabi Muhammad SAW langsung menyampaikan dengan jujur dan benar.

---

<sup>6</sup>*Ibid, h.28*

*Kedua*, amanah atau dapat dipercaya. Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang.<sup>7</sup>

Sifat Nabi Muhammad yang ketiga adalah *fathanah* atau cerdas dan bijaksana. Dalam hal ini, pebisnis yang *fathanah* merupakan pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal, tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, pebisnis dapat menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Kita perlu menggunakan sifat ini agar menjadi seorang bisnis yang sukses.

Dan *keempat*, Nabi Muhammad memiliki sifat *tabligh* atau argumentatif dan komunikatif. Jika anda seorang pemasar, anda harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

Lebih dari itu, anda juga harus memiliki gagasan-gagasan segar dan mampu mengomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkan. Dengan begitu, pelanggan dapat mudah memahami pesan bisnis yang ingin anda sampaikan.

Di Indonesia sendiri, contoh paling mutakhir dari penerapan syariah marketing ini ada pada bisnis yang dijalankan Aa Gym. Banyak dari kita pasti

---

<sup>7</sup>*Ibid, h. 29-31*

telah mengenal Aa Gym sebagai sosok agamawan yang bersahaja, baik dikalangan islam maupun non islam. Banyak pula yang sudah tahu jika Aa Gym merupakan pendiri dan pemilik banyak unit bisnis. Sampai saat ini , bisnis Aa Gym sudah semakin berkembang di bawah payung MQ *corporation*.<sup>8</sup>

Bisnis yang dilakukan Aa Gym tidak hanya berhubungan dengan agama atau ibadah. Namun, berbagai macam bisnis dilakukannya dengan tujuan utama untuk memberikan kebahagiaan kepada setiap orang yang terlibat didalamnya. Baik dari sendiri, pelanggan, pemasok, distributor, pemilik modal, dan juga bahkan pesaing. Dalam prosesnya, bisnis yang dilakukan Aa Gym ini bersandar pada prinsip syariah yang mengedepankan sikap dan perilaku bersahabat.

Mari kita lihat Bank Muamalat Indonesia (BMI). Sejak berdiri, BMI terus meningkatkan konten dan konteks produknya agar nasabah semakin terpicat. Walau telah memiliki *positioning* yang kuat di benak nasabah, BMI terus mengembangkan infrastrukturnya, terutama di bidang teknologi informasi, jaringan, dan sumber daya manusia. Selain itu, sebagai upaya meningkatkan kualitas servis, BMI melakukan analisi strategis. Diantara aliansi strategis yang dilakukan adalah bergabung dengan ATM bersama dan ATM BCA yang memungkinkan nasabah BMI dapat mengakses lebih dari 9000 ATM di seluruh

---

<sup>8</sup>*Ibid*, h. 31

Indonesia. Hal ini tentunya akan membuat layanan terhadap nasabah semakin optimal. Alhasil, nasabah akan semakin loyal dan terpuaskan.<sup>9</sup>

Kesuksesan memimpin suatu organisasi atau masyarakat tidak dapat terjadi begitu saja tanpa memiliki kemampuan dan strategi dalam memimpin diri sendiri (*self leadership*). Kesuksesan seseorang tidak akan lengkap tanpa memiliki kompetensi yang satu ini. Sebuah ungkapan mengatakan, “Anda tidak akan mampu memimpin orang lain jika anda tidak mampu memimpin diri sendiri”.<sup>10</sup>

Kepemimpinan dan manajemen telah menjadi topic pembicaraan dan pembahasan sejak lebih dari 2000 tahun yang lalu. Dalam kitab injil pun di temukan pembahasan tentang kepemimpinan. Misalnya, dalam Mattius 15:14 dikatakan bahwa, “jika seorang buta menuntun buta, keduanya akan jatuh kedalam jurang,”. Artinya, kepemimpinan dan teladan yang baik diperlukan dalam mengarahkan seseorang atau kelompok ke arah yang benar.<sup>11</sup>

Dalam hadits rasul juga mengemukakan tentang kepemimpinan.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ أَلَا مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ فَإِلِمَامُ الْأَعْظَمِ الَّذِي عَلَى النَّاسِ رَاعٍ وَهُوَ كَلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ

---

<sup>9</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung, Mizan Pustaka, 2006), h.34.

<sup>10</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, “*The Super Leader Super Manager*” (Jakarta: ProLM, Center: 2007), h.15.

<sup>11</sup> *Ibid*, hal.15.

مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى  
 أَهْلِ بَيْتِ زَوْجِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ وَعَبْدُ الرَّجُلِ رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَهُوَ  
 مَسْئُولٌ عَنْهُ إِلَّا فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ (رواه البخاري)

*Abdullah bin Umar r.a. berkata bahwa Rasulullah saw telah bersabda, "Ketahuilah: kalian semua adalah pemimpin (pemelihara) dan bertanggung jawab terhadap rakyatnya. Pemimpin akan dimintai pertanggungjawabannya tentang rakyat yang dipimpinnnya. Suami adalah pemimpin bagi keluarganya dan akan dimintai pertanggungjawabannya tentang keluarga yang dipimpinnnya. Isteri adalah pemelihara rumah suami dan anak-anaknya. Budak adalah pemelihara harta tuannya dan ia bertanggung jawab mengenai hal itu. Maka camkanlah bahwa kalian semua adalah pemimpin dan akan dituntut (diminta pertanggungjawaban) tentang hal yang dipimpinnnya" (H.R. Bukhari)<sup>12</sup>.*

Berdasarkan uraian di atas penulis dalam peninjauan awal penulis mengamati bahwa Bank Muamalat Indonesia cukup berkembang secara umumnya. Pada tahun 2010, total aset Bank Muamalat tercatat sebesar Rp 21.400,79 miliar, meningkat sebesar 33,53% dibandingkan aset pada tahun 2009 sebesar Rp 16.027,17 miliar. Dan secara khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mengalami perkembangan yang cukup pesat, cabang ini meraih ranking ke-3 dari seluruh cabang Muamalat di Indonesia pada tahun 2013 dalam segi aset. Maksud dari aset disini adalah total dana nasabah yang berhasil dikumpulkan oleh pihak bank baik dari tabungan, giro, dan deposito. Aset merupakan kekayaan yang ada pada sebuah perusahaan

<sup>12</sup>Abu> 'Abdilla>h Muh}ammad ibn Isma>il al-Bukha>ri>, *al-Ja>mi' al-S{ah}i>h} al-Musnad min H{adi>s\ Rasu>lilla>h S{allalla>hu 'alai>hi wa Sallam wa Sunanihi wa Ayya>mih*, jil. III (Kairo: al-Mat}ba'ah al-Salafiyah, 1403 H), h. 328.



(bank) Tidak terlepas dari itu penulis mengamati dari aspek strategi yang diterapkan oleh *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia cabang Banjarmasin dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia (Karyawan) khususnya karyawan *Funding Officer* (FO) karena mereka yang mempunyai andil besar dalam menarik minat nasabah. Memimpin karyawan dalam suatu perusahaan memerlukan strategi dalam mengembangkan pengetahuan karyawan terhadap produk-produk yang akan di tawarkan kepada nasabah (bank), ini merupakan tugas berat bagi *Branch Manager* (BM) selaku pimpinan di cabang perusahaannya, karena pemahaman karyawan terhadap produk akan berpengaruh kepada pemasaran produk nantinya. Dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti strategi yang di terapkan *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia cabang Banjarmasin. Hasil penelitian ini akan penulis tuangkan dalam karya tulis ilmiah yang berjudul :

**“ Strategi *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia dalam pengembangan pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap karyawan *Funding Officer* (FO).**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pihak *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam mengembangkan pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap karyawan *Funding Officer* (FO)?

2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pelaksanaan strategi pihak *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam mengembangkan pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap karyawan *Funding Officer* (FO)?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui strategi yang di rencanakan oleh pihak *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia cabang Banjarmasin dalam mengembangkan pengetahuan karyawan *Funding Officer* (FO) terhadap produk.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan strategi *Branch Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia cabang Banjarmasin dalam mengembangkan pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap karyawan *Funding Officer* (FO).

### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat berguna untuk :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca umumnya yang ingin mengetahui permasalahan ini lebih mendalam.
2. Bahan literatur masyarakat umum mengenai Bank Muamalat Indonesia sebagai salah satu Bank Syariah pertama di Indonesia.

3. Sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Syariah khususnya dan IAIN Antasari pada umumnya.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional agar lebih terarahnya penelitian ini :

1. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Seorang yang yang berperan dalam mengatur strategi, untuk memenangkan peperangan sebelum melakukan suatu tindakan, ia akan menimbang bagaimana kekuatan pasukan yang dimilikinya baik dilihat dari kuantitas maupun kualitas; misalnya kemampuan setiap personel, jumlah dan kekuatan persenjataan, motivasi pasukannya, dan lain sebagainya.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2008) Ed.1, Cet.5, h. 125.

2. *Branch*<sup>14</sup> *Manager* (BM) Bank Muamalat Indonesia adalah pimpinan cabang perusahaan yang tugasnya adalah mengawasi, menegur, memperbaiki kinerja cabang perusahaan tersebut, yang bertugas pada wilayah Kota Banjarmasin.
3. Pengembangan adalah suatu proses, cara pembuatan. Pengembangan yang dimaksud penulis disini adalah pengembangan sumber daya manusia . sedangkan menurut Soekidjo Notoatmodjo adalah suatu proses pendidikan, pelatihan dan pengelolaan tenaga atau karyawan untuk mencapai suatu hasil optimal.<sup>15</sup>
4. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki, yang pantas melekat di benak seseorang. Pada umumnya, pengetahuan memiliki kemampuan prediktif terhadap sesuatu sebagai hasil hasil pengenalan atas suatu pola. Manakala informasi dan data sekedar berkemampuan untuk menginformasikan atau bahkan menimbulkan kebingungan, maka pengetahuan berkemampuan untuk mengarahkan tindakan. Inilah yang disebut potensi untuk mendaki.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta, Gramedia, 1997) Cet. ke-24, h.24.

<sup>15</sup> Soekidjo Notoatmojo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta, RINEKA CIPTA, 2003) Cet. Ketiga, h. 4.

<sup>16</sup> Pengetahuan di akses dari <http://id.m.wikipedia.org/wiki/pengetahuan>. Pada tanggal 19 feb 2013,pukul 09.00 Wita

5. Produk Perbankan Syariah adalah hasil atau buatan<sup>17</sup> dari perbankan syariah dalam menarik minat nasabah untuk bertransaksi baik dari segi pendanaan ataupun pembiayaan.
6. Karyawan adalah pegawai<sup>18</sup> dalam perusahaan yang bersangkutan.
7. *Funding officer* (FO) adalah karyawan yang bertugas menghimpun dana masyarakat, baik dari segi tabungan, deposito, giro, dan lain-lain, yang artinya mencari dana ketiga dari masyarakat.<sup>19</sup>

## F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan strategi pihak bank, diantaranya adalah : “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Mudharabah (studi Kasus Bank BPD Syariah Banjarmasin)*” Penelitian ini dilakukan oleh Siti Lini Rahmawati (0601158018) yang membahas tentang strategi pemasaran oleh pihak bank BPD syariah Banjarmasin, beserta kendala yang di hadapi.

Yang kedua adalah “*Strategi Pengelola Pembiayaan Dalam Upaya Meminimalkan Pembiayaan Bermasalah Pada BMT Amanah Banjarmasin*”. Peneleitian ini dilakukan oleh Nurma Alinda (0701158009). Penelitian ini

---

<sup>17</sup> M.Dahlan Al Barry, *Kamus ilmiah Populer*, (Surabaya ,ARKOLA, 1994), h. 626.

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 311.

<sup>19</sup> Funding officer di akses dari <http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20120601044123AAT64vE>.

membahas tentang upaya-upaya meminimalkan pembiayaan bermasalah pada BMT Amanah Banjarmasin beserta kendala-kendalanya.

Dan yang ketiga adalah “*Strategi Pengembangan Asuransi Takaful Banjarmasin*”. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Arsyad (0701157955) yang membahas tentang sistem operasional Asuransi Takaful Banjarmasin dan strategi yang dikembangkan Asuransi Takaful Banjarmasin dalam menghadapi persaingan dengan asuransi konvensional.

Semua skripsi diatas hanya membahas tentang strategi pemasaran, dan pengembangan produk-produk, tidak menyinggung strategi pimpinan cabang dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia terhadap karyawannya khususnya *Funding Officer* (FO) pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Maka dari kesimpulan diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam usaha pimpinan cabang (*Branch Manager*) dalam mengembangkan pengetahuan karyawan *Funding Officer* (FO) terhadap produk-produk perbankan syariah, agar kinerja di lapangan lebih maksimal hasilnya dalam menarik minat nasabah.

### **G. Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari arah dan tujuan penelitian maka penulis membatasi permasalahan terkait Strategi *Branch*

*Manager (BM) Bank Muamalat Indonesia dalam pengembangan pengetahuan karyawan Funding Officer (FO) pada Cabang Banjarmasin.*

## **H. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam rumusan masalah. Sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini akan ditegaskan dengan tujuan penelitian secara final agar lebih jelas dan terarah serta manfaat dari penelitian itu sendiri baik secara teoritis maupun praktis. Sistematika penulisan yang merujuk pada panduan skripsi dan beberapa buku yang mengulas tentang metode riset lainnya.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan obyek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lain.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini akan difokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian. Penelusuran obyek serta subyek penelitian secara singkat pada bagian yang akan dikaji termasuk dalam pembahasan pada bagian-bagian ini.

Bab IV Penyajian Data Dan Analisis Data, bab ini berisi tentang hasil penelitian di Bank Muamalat cabang Banjarmasin. Selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam perumusan masalah.

Bab V Penutup. Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.