

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK MUAMALAT CABANG CIKARANG

Kristina Salindri¹, Deni Lesmana²

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam (STEBI) Global Mulia Cikarang^{1,2}
kristina@globalmulia.ac.id¹, denilesmana@globalmulia.ac.id²

Abstract

Bank Muamalat is the first commercial bank in Indonesia to implement Islamic sharia principles in conducting its operations. Established in 1991, initiated by the MUI and the Government of Indonesia, and commenced operations in 1992, supported by Muslim scholars and businessmen well as the wider community. The purpose of this study is to determine whether there is influence of services, influence sharing and location to customer interest. The population of this study is that the data obtained from the questionnaire Muamalat customer savings with the sample are 70 respondent. This study uses a quantitative approach to the data measured by questionnaires distributed to customers Muamalat interest associated. The technique of data analysis uses the double analysis regresi with the program SPSS 23 Version to see the aim of connection. The question that used for this research has been tested in reliability and validity with reliability and validity tested, and the instruments are reliable and valid as a measuring instrument. The results of this study, partially that services (0.008) and location (0.000) have a significant effect on customer interest at PT Bank Muamalat Branch Cikarang. But variable influence sharing have not significant effect on customer interest with value of significant 0.228.

Keywords: *services, influence sharing, location, customer influence.*

Abstrak

Bank Muamalat merupakan bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada tahun 1991, diprakarsai oleh MUI dan Pemerintah Indonesia, dan mulai beroperasi pada tahun 1992, didukung oleh para cendekiawan dan pengusaha Muslim serta masyarakat luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh service, influence sharing dan location terhadap minat pelanggan. Populasi penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuisioner tabungan nasabah Muamalat dengan sampel sebanyak 70 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diukur dengan kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan Muamalat terkait minat. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS Versi 23 untuk melihat tujuan koneksi. Soal yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji reliabilitas dan validitasnya dengan uji reliabilitas dan validitas, dan instrumen tersebut reliabel dan valid sebagai alat ukur. Hasil penelitian ini secara parsial bahwa pelayanan (0,008) dan lokasi (0,000) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada PT Bank Muamalat Cabang Cikarang. Tetapi variabel sharing pengaruh tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai signifikan 0,228.

Kata kunci: layanan, berbagi pengaruh, lokasi, pengaruh pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia sekarang ini, memerlukan peran serta lembaga keuangan bagi pembangunan ekonomi, terutama peran perbankan dalam memajukan perekonomian. Pada masa mendatang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan jika hendak menjalankan aktifitas keuangan, baik perorangan ataupun perusahaan. Bank merupakan badan usaha yang

kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan lalu menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit dan atau lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Kegiatan perbankan meliputi, menghimpun dan menyalurkan dana serta memberikan jasa bank lainnya. (Kasmir, 2014)

Kehadiran Bank Syariah di Indonesia ditimbulkan oleh keinginan masyarakat Indonesia (terutama masyarakat Islam) yang berpendapat bahwa bunga merupakan riba, sehingga dilarang oleh agama. Dari aspek hukum, yang mendasari perkembangan bank syariah di Indonesia, salah satunya Bank Muamala. Perbankan syariah secara tegas menyatakan prinsip dalam Undang-undang nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 Tahun 2004. Oleh karena itu, perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dimulai pada tahun 1992.

Keyakinan masyarakat Indonesia yang muslim berpendapat bahwa bunga merupakan riba, sehingga dilarang oleh agama. Dari aspek hukum, yang mendasari perkembangan bank syariah di Indonesia, salah satunya Bank Muamala. Oleh karena itu, perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dimulai pada tahun 1992. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan perantara keuangan dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam, tanpa adanya bunga kepada nasabahnya.

Bank syariah mempunyai produk dan jasa yang tidak terdapat dalam bank konvensional. Bank syariah telah mengalami perkembangan yang menimbulkan perbedaan signifikan dalam hal penentuan harga serta imbalan atas penggunaan dana. Perbankan syariah suatu system perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum islam (syariah), dengan adanya larangan untuk meminjamkan atau memungut bunga pinjaman (riba) serta larangan berinvestasi pada usaha yang bersifat haram. Bank syariah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah jual beli dan bagi hasil sehingga bank ini bias disebut dengan bank tanpa bunga. (Wahab, 2016)

Bagaimana sektor perbankan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaannya dapat berkembang merupakan masalah utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah. Strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan demi terwujudnya tujuan tersebut dikarenakan pemasaran merupakan hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Agar pemasaran sesuai dengan sasaran maka diperlukan perhatian seputar perilaku konsumen dengan baik. Seperti penciptaan produk, penentuan sasaran dan promosi yang tepat. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain- lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi penunjuk bagi pemasar untuk memasarkan produknya secara efektif.

Minat menabung merupakan salah satu bagian yang cukup penting dalam mempengaruhi pandangan nasabah untuk menabung. Faktor pertama yang berpengaruh terhadap minat adalah pelayanan. Pelayanan yang baik mampu memahami kebutuhan semua pihak yang berkepentingan, terutama untuk nasabah atau calon nasabah sehingga kepuasan nasabah terpenuhi. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan menjadi penilaian yang utama tentang bagaimana pihak bank mampu memberikan yang terbaik kepada setiap nasabahnya.

Dalam membentuk perilaku konsumen selain factor pelayanan yang berpengaruh yang telah disebutkan tadi, ada faktor lain yang juga mempengaruhi yaitu adalah bagi hasil. Bagi hasil merupakan suatu pengelolaan dana dalam perekonomian islam, yaitu hasil usaha antara pemilik modal (*Shaibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). (Harahap, 2016) Karakteristik sistem perbankan syariah yang berjalan sesuai prinsip bagi hasil memberikan keuntungan bagi masyarakat dan bank, mengutamakan keadilan dalam bertransaksi dan investasi mengedepankan nilai-nilai kebersamaan serta menghindari kegiatan spekulatif dalam

melakukan transaksi keuangan yang berpengaruh positif dalam memilih menabung di bank syariah.

Faktor selanjutnya lokasi. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan didirikan untuk melakukan suatu kegiatan usaha atau penyedia jasa (Lupiyoadi, 2014). Penentuan lokasi berkaitan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan terkait dimana kegiatan dan stafnya akan ditempatkan, yang terutama dalam penentuan lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Lokasi mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di perbankan syariah. Lokasi yang strategis mampu memberikan pengaruh yang besar kepada minat nasabah atau konsumen dalam menabung. (Akhmad Darmawan., 2019)

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012). Sedangkan menurut Wyckof dalam Lovelock merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2012). Disisi lain, kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah atas layanan yang mereka terima atau peroleh. (Hanif, 2018)

Dalam Bank Syariah, pelayanan perlu diketahui karena masyarakat dalam menabung disuatu bank memerlukan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas. Unsur pokok pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak unggul apabila salah satu unsur kurang. Mencapai tingkat suatu pelayanan Mudharabah, maka pihak *customer service* harus memiliki keterampilan tertentu, keandalan, berpenampilan baik, rapi, bersikap ramah serta mampu berkomunikasi dan menciptakan hubungan pelanggan yang baik. (Harahap, 2016)

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Terdapat lima faktor pelayanan (*servequal*), yakni sebagai berikut : Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Empati (*Emphaty*), bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Jaminan (*Assurance*), perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. (Tjiptono, 2012)

Prinsip-prinsip Pelayanan

Prinsip kualitas pelayanan meliputi : (Tjiptono, 2008) : Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan yang merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak yang berarti memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Pendidikan, Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Pemasaran Strategik Proses, perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya, diantaranya: *Review Proses review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Komunikasi Implementasi, strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun stakeholder lainnya

dan Total *human reward Reward* dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Dengan salah satu cara seperti mengakui dan memberi *reward* untuk karyawan yang berprestasi, memotivasi, memberi semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkatkan

Bagi Hasil

Bagi hasil antar kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dengan kerelaan dan tanpa paksaan. (Harahap, 2016)

Pembiayaan dengan menggunakan prinsip bagi hasil

Pembiayaan *Musyarakah*. Pembiayaan *Musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*amal/expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan *Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

Jenis-jenis Akad Bagi Hasil

Pada umumnya bank syariah menggunakan kontrak kerjasama pada akad sebagai berikut (Wahab, 2016) :

Musyarakah (Joint Venture Profit & Loss Sharing) adalah mencampurkan salah satu dari macam harta dengan harta lainnya sehingga tidak dapat dibedakan di antara keduanya.

Mudharabah (Trustee Profit Sharing), adalah suatu pernyataan yang mengandung pengertian bahwa seseorang memberi modal niaga kepada orang lain agar modal itu diniagakan dengan perjanjian keuntungannya dibagi antara dua belah pihak, sedang kerugian ditanggung oleh pemilik modal. Adapun bentuk-bentuk yang dilakukan dalam perbankan syariah dari penghimpunan dan penyaluran dana adalah: Tabungan *Mudharabah*, simpanan pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai perjanjian. Deposito *Mudharabah*, merupakan investasi melalui simpanan pihak ketiga (perseorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu (jatuh tempo), dengan mendapat imbalan bagi hasil.

Investasi *Mudharabah* antar Bank (IMA), sarana kegiatan investasi jangka pendek dalam rupiah antar peserta pasar uang antar Bank Syariah berdasarkan prinsip mudharabah dimana keuntungan akan dibagikan kepada kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil, dibagi menjadi dua: faktor langsung dan faktor tidak langsung, yaitu sebagai berikut :

Faktor langsung di antara faktor-faktor langsung (*direct factors*) yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil adalah *investment rate*, jumlah dana yang tersedia, dan nisbah bagi hasil (*profit sharing ratio*): *Investment rate* merupakan presentase aktual dana yang di investasikan dari total dana. Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan dana yang dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode ini yaitu rata-rata saldo minimum bulanan dan harian, serta Nisbah (*profit sharing ratio*), salah satu ciri al-Mudharabah adalah nisbah yang harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian. Nisbah berbeda-beda dari waktu ke waktu dalam satu bank, misalnya deposit 1, 3, 6 atau 12 bulan, serta nisbah juga dapat berbeda antara satu account dan account lainnya sesuai dengan besarnya dana dan jatuh temponya.

Faktor Tidak Langsung

Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *mudharabah* : Bank dan nasabah melakukan share dalam pendapatan dan biaya (*Profit and sharing*). Jika semua di tanggung bank hal ini disebut *revenue sharing*. Kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting).

Lokasi

Lokasi adalah tempat secara fisik dalam arti kantor bank dan saluran bagi nasabah untuk mengakses berbagai produk dan jasa perbankan. Penyampaian jasa perbankan multi saluran menunjukkan bahwa meskipun teknologi internet berkembang, namun peran kantor bank sebagai tempat nasabah untuk mengakses layanan produk dan jasa berkembang masih diperlukan. Sesuai dengan fungsinya sebagai saluran distribusi, kantor bank harus dapat menjalankan fungsi-fungsi antara lain informasi, promosi, kontak, penyesuaian, dan negosiasi. (Akhmad Darmawan., 2019) Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank.

Minat Nasabah Menabung

Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. Minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. (Harahap, 2016)

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung

Crow and Crow 2001 berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu (Ro'uf, 2011) : Faktor dorongan dari dalam Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya. Faktor motif sosial Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan. Faktor emosional atau perasaan Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

Bank Syariah

Kata bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa perancis, dan dari *banco* dalam bahasa italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti atau lemari selalu menyiratkan fungsi sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga seperti peti emas, peti berlian, peti uang dan sebagainya. Pengertian bank umum menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998: Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kegiatan dan fungsi bank akan selalu berkaitan dengan komoditas antara lain (Sudarsono, 2005, p. 127) : Peminjaman uang. Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat-surat berharga lainnya. Membeli dan menjual surat-surat berharga. Membeli dan menjual cek wesel, surat wesel, kertas dagang. Memberi kredit dan Memberi jaminan¹³

Pada dasarnya falsafah perbankan syariah ialah mengacu kepada ajaran agama Islam yang bersumber kepada Al Quran, Al hadist dan Al Ijtihad. Sedangkan tujuan syariat Islam sendiri ialah untuk memberikan petunjuk kepada manusia agar mendapatkan kesejahteraan lahir dan batin. Islam melarang menghalalkan segala cara dalam mengejar kehidupan dunia, oleh sebab itu Islam memberikan batasan-batasan dan aturan kepada manusia dalam kegiatan ibadah maupun muamalah. (Wahab, 2016)

Undang-undang RI No. 7 Tahun 1992, menyatakan bahwa : Bank Syariah dalam bentuk umum, sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan Undang-Undang No.10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah, dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip

syariah.(Rizal, 2018)

Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, lembaga keuangan yang usaha pokoknya mmeberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Disisi lain bank syariah juga dpat diartikan sebagai bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-qur'an dan Hadits. (Muhammad, 2018)

Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah sebagai berikut (Rizal, 2018) : Penghapusan riba. Pelayanan kepentingan publik dan merealisasikan sosio-ekonomi islam. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersil dan bank investasi. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersil syariah menerapkan *profit and loss sharing* dalam konsinyasi, ventura, bisnis atau industri. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen bank pasar uang antar bank syariah dan instrumen syariah berbasis syariah.

Prinsip-prinsip Bank Syariah

Bank syariah menerapkan prinsip-prinsip yang konsisten berdasarkan tuntutan al Qur-an dan hadis. Prinsip-prinsip bank syariah menyangkut beberapa permasalahan pokok, antara lain (Rizal, 2018) : Prinsip titipan atau simpanan (*wadi'ah*). Prinsip Bagi Hasil (*profit sharing*). Prinsip jual beli (*tijarah*). Prinsip Sewa (*ijaroh*). Prinsip jasa (*fee based service*)

Tujuan Bank Syariah

Bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut :Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek praktek riba atau jenis jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan) dimana jenis jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islamjuga telah menimbulkan dampak negatif terhadap ekonomi rakyat. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat manusia dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama negara negara yang sedang berkembang. Usaha bank syariah yang sedang mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan konsumen, program pembinaan modal kerjadan pengembangan usaha Bersama. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat islam terhadap bank non syariah

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. "Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". (Sugiyono, 2016)

Jenis dan Sumber Data

Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Jenis penelitian atau metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya (Sugiyono, 2016)

Data yang digunakan berupa data primer. Data primer adalah data yang digunakan oleh peneliti dari para responden dan bukan berasal dari pengumpulan data yang pernah dilakukan sebelumnya.

Populasi

Populasi adalah sekelompok individu-individu atau obyek yang memiliki standar-standar tertentu dan ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Cabang Cikarang, yang berjumlah 230 jiwa

Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja anggota yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Kriteria yang akan digunakan adalah responden dengan usia minimal 20 tahun. Kriteria ini dipilih karena responden yang telah berusia 20 tahun dianggap telah dewasa dan dapat membuat keputusan yang lebih baik. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$\frac{n}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N: Ukuran Populasi

e : Persen Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini digunakan e sebesar 10 %

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{230}{1 + 230 (0,1)^2}$$
$$n = 70$$

Diperoleh sampel sebanyak 70 orang. Dengan demikian sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 70 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data merupakan kegiatan penting karena dari kegiatan ini akan diperoleh data yang disajikan sebagai hasil penelitian. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian Kepustakaan

Berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain (nilai, budaya, norma) yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2016, p. 29). Dalam hal ini peneliti berusaha untuk mencari dan membaca serta

mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat dalam buku-buku manajemen, perpustakaan serta *website*, khususnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan ini menggunakan data primer dengan cara pengumpulan data-data dengan jalan pendekatan langsung pada objek penelitian, melalui cara-cara sebagai berikut: Wawancara, metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan nasabah Bank Muamalat Cabang Cikarang untuk mendapatkan data. (Sugiyono, 2014) Kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Penelitian dilakukan dengan cara melakukan penyebaran angket berupa pertanyaan-pertanyaan melalui suatu variabel dengan menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2014). Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 70 responden atau nasabah Bank Muamalat Cabang Cikarang menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Nilai signifikansi variabel pelayanan adalah sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah diterima.

Dari teori yang dikemukakan oleh Tjiptono bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Cabang Cikarang kepada nasabahnya dapat dikategorikan cukup baik. Bank Muamalat Cabang Cikarang selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas. Dengan ini dapat dilihat jika pegawai bank sudah dapat melayani nasabah sesuai dengan standar operasional perusahaan, peraturan, dan prosedur yang berlaku. Dapat dilihat hasil penelitian ini yaitu pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Akhmad (2019) yang dalam penelitiannya mengatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. pelayanan merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dan kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak komplain yang diterima bank menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan, begitu pula sebaliknya. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Raja (2016) dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Dari hasil penemuan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Cabang Cikarang mampu untuk membuat para nasabah merasa puas terhadap perusahaan.

Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 70 responden atau nasabah Bank Muamalat Cabang Cikarang menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Nilai signifikansi variabel bagi hasil adalah sebesar 0,228 yang lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi adalah bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Bagi hasil yang merupakan prinsip syariah akhir-akhir ini merupakan suatu fenomena aktual yang menarik, menjadikan variabel bagi hasil memberikan kontribusi dalam meningkatkan minat nasabah untuk menabung. Dimana semakin baik bagi hasil yang ditawarkan oleh pihak bank maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung. Pada Bank Muamalat Cabang Cikarang yang penulis teliti ternyata memberikan tingkat bagi hasil yang cukup tinggi, dimana tingkat bagi hasil memiliki nilai saing dengan bank syariah yang lain dan pembagiannya sesuai dengan teori-teori dan penjelasan sebelumnya bahwa bagi hasil akan dilakukan sesuai dengan akad awal yang sudah disepakati.

Hasil ini kurang mendukung minat menabung nasabah tidak seperti yang diutarakan oleh Wirdayani (2016) dan Raja (2016) yang dalam penelitiannya mengatakan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Namun penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Andriani dan Halmawati (2019) yang menyatakan bahwa bagi hasil tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Dari hari penemuan di atas maka dapat disimpulkan bahwa bagi hasil Bank Muamalat Cabang Cikarang belum mampu untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang.

Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 70 responden atau nasabah Bank Muamalat Cabang Cikarang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Nilai signifikansi variabel lokasi adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi adalah lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah diterima.

Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank, sehingga lokasi yang strategis juga dapat meningkatkan minat para nasabah. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha perbankan. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Dengan penentuan lokasi yang strategis dan sesuai dengan keinginan nasabah akan terus meningkatkan jumlah nasabah yang menyimpan tabungannya di bank. Lokasi bank yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk datang dan menyimpan dana tabungan di bank tersebut. Hal ini terjadi karena nasabah akan kesulitan dalam bertransaksi, oleh karena itu, bank harus senantiasa memperhatikan lokasi cabang bank, sehingga mempermudah nasabah untuk bertransaksi dan pada akhirnya nasabah akan menyimpan dananya di bank.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Akhmad (2019) yang dalam penelitiannya mengatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Dari hari penemuan di atas maka dapat disimpulkan bahwa lokasi Bank Muamalat Cabang Cikarang mampu untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pelayanan, bagi hasil, dan lokasi terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang. Berdasarkan penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 23.0, maka hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang. Dengan angka probabilitas signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari nilai signifikan yang dikehendaki yakni, 0,05. Dapat dikatakan bahwa baik atau buruknya pelayanan yang di berikan Bank Muamalat Cabang Cikarang berpengaruh terhadap minat nasabah menabung . Hal ini dikarenakan semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang.

Variabel bagi hasil berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang. Dengan angka probabilitas signifikan sebesar 0,228 lebih besar dari nilai signifikan yang dikehendaki yakni, 0,05. Hal ini disebabkan oleh tingkat nisbah bagi hasil dalam penelitian ini kurang jelas ketentuan pengolahan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal dan pengelola dalam pembagian bagi hasil maka dapat mengurangi kemungkinan nasabah dalam mempengaruhi minat untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa bagi hasil Bank Muamalat Cabang Cikarang belum mampu untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang.

Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Cikarang. Dengan angka probabilitas signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan yang dikehendaki yakni, 0,05. Bank Muamalat Cabang Cikarang terletak dalam lokasi yang strategis dan sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Dengan penentuan lokasi yang strategis dan sesuai dengan keinginan nasabah akan terus meningkatkan jumlah nasabah yang menyimpan tabungannya di bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Darmawan et al. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. Jurnal Fokus Bisnis Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto Vol. 18 No. 01
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhamad. 2018. *Manajemen Bank Syariah Edisi Kedua*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Raja Sakti Putra Harahap. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan*. Jurnal Al-Qasd Fakultas Bisnis Syariah Universitas Potensi Utama Vol. 1 No. 1
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998. *Tentang Perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. <http://dispenda.jabarprov.go.id>
- Wirdayani Wahab. 2016. *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. JEI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau Vol. 1 No. 2.