

**PENGARUH BAGI HASIL, PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN, TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK
SYARIAH (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP
UNGERAN)**

Th.Susetyarsi⁽¹⁾

Jefri Heridiansyah⁽²⁾

Purnomo Ari Wibowo⁽³⁾

^(1,2) STIE Semarang

⁽³⁾ UNIMART AMNI Semarang

susetyarsi@stiesemarang.ac.id

jefri@stiesemarang.ac.id

aribanteng@yahoo.com

Abstract

The goal of this study is to see how much profit sharing, product, and service quality affect interest in saving in Islamic banks. A total of 100 customers from the Indonesian Islamic bank KCP Ungaran were employed in the study. Purposive sampling was used in this investigation, and the data used were primary data kinds. SPSS 22 was used to process the data in this investigation (IBM Statistical Package for Social Science). Profit sharing has a good but not significant effect on saving interest in Indonesian Islamic bank clients at KCP Ungaran, according to the findings of this study. This study also demonstrates the positive impact of Indonesian Islamic bank products on client savings motivation. Furthermore, this research demonstrates that service quality has a positive and significant impact.

Keywords: Profit Sharing, Product, Service Quality, Interest in Saving

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama dan pelopor bagi bank

syariah lainnya menerapkan sistem ini di tengah menjamurnya bank konvensional. Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 melanda bank konvensional dan banyak yang dilikuidasi karena kegagalan sistem suku bunga. Sementara itu, bank-bank yang menerapkan sistem syariah masih bisa eksis dan berpotensi bertahan.

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, menjelaskan pengertian bank yaitu: “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.” Dengan demikian, usaha perbankan meliputi empat kegiatan utama Usaha Bank Umum meliputi : Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu, Memberikan kredit, Menerbitkan surat pengakuan utang, Membeli, menjual atau menjamin atas risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya.

Bank Syariah merupakan bank yang pada aktivitasnya, baik pada penghimpunan dana (funding) juga pada rangka penyaluran dananya (financing) menaruh atau mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariat Islam. Dengan istilah lain bank syariah merupakan forum keuangan bank yg pada menjalankan aktifitas bisnisnya tanpa memakai sistem bunga lantaran bunga merupakan riba dan riba dihentikan pada Islam (Djuwita & Muhammad, 2016). Berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha yang berkategori terlarang (haram) di bentuklah sistem perbankan syariah. (Satria, 2018:108) mengatakan Bank syariah adalah bank yang secara operasional tidak selaras menggunakan bank konvensional. Bank syariah memiliki karakteristik spesial tersendiri yaitu memberikan beban bunga pada nasabah, akan tetapi menerima atau membereikan beban bagi hasil dan imbalan lain yang relevan menggunakan akad-akad yg telah diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah itu berlandaskan dalam Al-quran & Hadist, begitu pula menggunakan produk-produk bank syariah yang seharusnya tidak terdapat bertentangan menggunakan Al-quran dan Hadist Rosulullah SAW. Secara *fundamental* terdapat beberapa karakteristik bank syariah antara lain: Penghapusan riba, Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam, Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi, Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan profit and loss sharing dalam konsinyasi, ventura, bisnis, atau industri, Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.

Menurut (Suparyanto, 2018:185) perkembangan bank syariah ini merupakan bukti nyata eksistensi perjuangan pendirian bank – bank islam di Indonesia menanggapi kegelisahan masyarakat muslim di Indonesia tentang adanya konsep – konsep yang diharamkan oleh agama Islam. Kementerian Keuangan menyatakan bahwa kinerja perbankan syariah di Indonesia relatif stabil di masa pandemi covid-19 dibandingkan dengan perbankan konvensional terutama pada masa krisis ekonomi.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional.

Adapun fenomena penggabungan ketiga Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan. Selain itu, merger bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja. Melalui merger bank syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank.

Bank Syariah memainkan peran penting sebagai fasilitator dalam semua kegiatan ekonomi ekosistem industri halal. Keberadaan sektor perbankan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan selama tiga dekade terakhir. Inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat akselerasi juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang menindak pelaku usaha. Tak terkecuali dengan bank syariah milik bank umum seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H hal ini menandai sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kekuatan ketiga bank syariah untuk memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan keterlibatan pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia terdorong untuk berdaya saing global. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat, menjadi sumber energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara umum. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, populer dan bermanfaat bagi seluruh dunia.

Tabel 1. Produk Bank Syariah Indonesia

No	Produk
1	BSI Bisnis
2	BSI Tabungan Easy Mudharabah
3	BSI Tabungan Easy Wadiah
4	BSI Tabungan Efek Syariah
5	BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
6	BSI Tabungan Junior
7	BSI Tabungan Mahasiswa
8	BSI Tabungan Payroll
9	BSI Tabungan Pendidikan
10	BSI Tabungan Pensiun
11	BSI Tabungan Prima
12	BSI Tabungan Rencana
13	BSI Tabungan Simpanan Pelajar
14	BSI Tabungan Smart
15	BSI Tabungan Valas
16	BSI Tabungan Ku
17	BSI Tapenas Kolektif

Sumber: <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu/1622101375Tabungan>

Berdasarkan tabel 1, Bank Syariah Indonesia memiliki 17 produk yang di tawarkan pada nasabah. Produk – produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia ini memiliki fungsi masing – masing. Produk yang di tawarkan Bank Syariah Indonesia tidak hanya menawarkan produk untuk menabung sehari – hari, tetapi juga menawarkan tabungan untuk berhaji dan juga memberikan nasabah untuk hari tua setelah pensiun dari keuntungan nisbah yang diberikan pada nasabah. Setiap produk memiliki keunggulan dan kegunaan masing sesuai dengan spesifikasi yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia. Sehingga nasabah dapat memilih produk yang di tawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Tabel 2. Jumlah Jaringan Kantor Perbankan Syariah Mei 2021

No	Kelompok Bank Umum	KPO/KC	KCP/UPS	KK
		HOO/BO	SBO/SUU	CO
	Bank Umum Syariah	505	1,350	191
1	PT Bank Aceh Syariah	27	90	31
2	PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	12	24	6
3	PT Bank Muamalat Indonesia	81	131	30
4	PT Bank Victoria Syariah	6	1	-
5	PT Bank Syariah Indonesia	-	-	-
6	PT Jabar Banten Syariah	9	55	2
7	PT Bank BNI Syariah	-	-	-
8	PT Bank Syariah Mandiri	-	-	-
9	PT Bank Mega Syariah	30	29	4
10	PT Bank Panin Syariah	12	-	-
11	PT Bank Syariah Bukopin	12	7	4
12	PT BCA Syariah	15	15	41
13	PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	2	-
14	PT Bank Net Indonesia Syariah	1	-	-
15	PT Bank Syariah Indonesia	273	996	73

Sumber : Statistik SPS OJK, 2021

Penelitian yang dilakukan oleh (Wahab, 2016) Hasil penelitian menemukan bahwa antar variabel independent (tingkat bagi hasil) dengan variabel dependent (minat menabung nasabah) memiliki hubungan yang sangat kuat. Penelitian yang dilakukan oleh (Roni, 2019) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil terhadap Minan Nasabah Pada Tabungan BSM Bank Syari'ah Mandiri Muara Bungo. Penelitian yang dilakukan oleh (Romdhoni & Sari, 2018) menyatakan bahwa Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura dan Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.

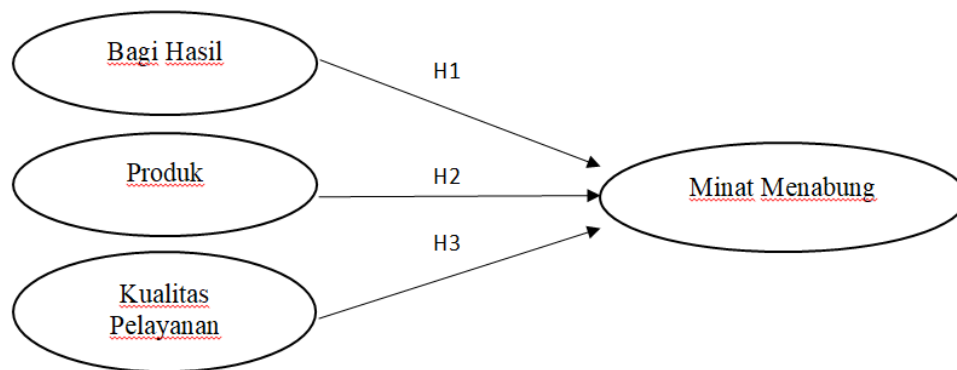
Minat menabung adalah perilaku nasabah sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mengakui dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Peter dan Olson, 2013:19).

Bagi hasil adalah prinsip perhitungan untuk mendistribusikan keuntungan yang diperoleh bank umum syariah dan nasabah atas jenis usaha yang ditanamkan pada sektor riil sesuai dengan prinsip syariah. Perhitungan tingkat bagi hasil harus ditentukan diawal dan disetujui oleh nasabah dan bank umum syariah karena apabila hal ini tidak dilakukan maka transaksi tersebut telah menjadi *gharar* atau tidak adil, sehingga transaksi menjadi tidak sesuai dengan prinsip syariah (Marifat, 2016).

Produk adalah segala sesuatu yang berupa barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide yang dita-warkan pasar kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Kotler, 2010)

Kualitas merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka (Sopiah, 2010). Kualitas pelayanan adalah ukuran untuk menentukan tingkat pelayanan yang diberikan agar mampu dan sesuai dengan harapan dari pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis perlu menganalisis lebih mendalam tentang "Pengaruh Bagi Hasil, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran)".



2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan metode kuesioner pada nasabah yang menabung di Bank Syariah KCP Ungaran. Data primer adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran. Penelitian ini berupa *field research* (Penelitian Lapangan) dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mendapatkan data – data yang ditemukan di lapangan serta menganalisisnya untuk mendapatkan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran. Teknik pengumpulan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yaitu metode *Purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan criteria tertentu. sebanyak 100 sampel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, minimal transaksi di Bank Syariah Indonesia, pekerjaan dan pendidikan terakhir. Pengisian kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung di outlet Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran.

Tabel 3 Respon Rate

Responden Rate	
Penyebaran Kuesioner	110 Kuesioner
Kembali	102 Kuesioner
Terisi Lengkap	100 Kuesioner
Tingkat Responden Rate	$100 / 110 \times 100\%$

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden rate dalam penelitian ini adalah 90,90%. Yang menunjukkan bahwa tingkat responden rate >50% yang berarti penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Tabel 4 Usia Responden

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia			
No	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	17 - 25 Th	29	29%
2	26 - 35 Th	24	24%
3	36 - 45 Th	22	22%
4	46 - 50 Th	10	10%
5	> 50 Th	15	15%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan table 4. dapat diketahui bahwa responden dengan usia 17 tahun sampai 25 tahun memperoleh nilai tertinggi. Yang berarti bahwa rata-rata nasabah Bank Syariah Indonesia yang sering melakukan transaksi secara langsung ke bank merupakan remaja. Dilihat dari kusioner yang diperoleh bahwa usia mereka mendapatkan hasil tertinggi. Sebagian dari mereka melakukan transaksi langsung ke Bank Syariah Indonesia adalah untuk keperluan pembukaan tabungan, pembuatan kartu atm dan lain sebagainya.

Tabel 5. Pendidikan responden

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir			
No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	SD	2	2%
2	SMP	0	0
3	SMA/SMK	34	34%
4	Diploma	2	2%
5	Sarjana	54	54%
6	Lainnya	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan table 5 dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir yang memperoleh nilai tertinggi adalah sarjana. Mayoritas nasabah Bank Syariah Indonesia merupakan seorang lulusan sarjana. Hal ini menunjukkan jika mereka lebih antusias dalam pengisian kusioner. Mereka cenderung ingin menyampaikan apa yang mereka dapatkan atau benefit yang didapatkan selama menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Ungaran melalui kusioner yang peneliti ajukan.

Tabel 6 latar belakang pekerjaan responden.

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan			
No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	6	6%
2	PNS/TNI/POLRI	24	24%
3	Wiraswasta	16	16%
4	Pegawai Swasta	38	38%
5	Ibu Rumah Tangga	12	12%
6	Buruh/Petani	3	3%
7	Lainnya	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan table 6 menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia dengan latar belakang pekerjaan pegawai swasta memperoleh nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan jika rata-rata dari nasabah Bank Syariah Indonesia merupakan seorang pegawai swasta yang ada dari sebagian tempat mereka bekerja yang memiliki kerja sama dengan Bank Syariah Indonesia sehingga untuk keperluan tabungan gaji karyawan, insentif dan lainnya mereka mempercayakan kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang bertanggung jawab. Namun, ada pula dari mereka yang memang lebih memilih Bank Syariah Indonesia untuk menabung dan bertransaksi karena dianggap lebih terpercaya dan tidak ada unsur riba.

Tabel 7 Data Responden Berdasarkan Lama Menabung

Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menabung			
No	Lama Menabung	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	5 - 7 bulan	13	13%
2	8 - 9 bulan	26	26%
3	10 - 12 bulan	21	21%
4	>1 tahun	40	40%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan table 7 dapat diketahui bahwa hampir dari separuh responden yang sudah memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia lebih dari 1 tahun. Yang berarti jika rata-rata responden sudah memiliki tingkat kepercayaan atau loyalitas tinggi terhadap Bank Syariah Indonesia sehingga mereka lebih memilih untuk tetap menabung dan mempercayakan tabungan mereka di Bank Syariah Indonesia dibandingkan dengan bank syariah yang lain ataupun pada bank konvensional.

Tabel 8. Data Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

Data Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi			
No	Transaksi	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	2 Kali	13	13%
2	> 3 Kali	87	87%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan table 8 dapat dilihat bahwa 87% nasabah Bank Syariah Indonesia sudah melakukan lebih dari 3 kali transaksi dalam 1 bulan terakhir yang langsung datang ke kantor bank tersebut. Dapat dikatakan bahwa hampir dari setiap nasabah Bank Syariah Indonesia memiliki loyalitas dan minat yang tinggi untuk bertransaksi langsung khususnya menabung. Mereka memiliki kepercayaan yang penuh terhadap produk yang ada dalam Bank Syariah Indonesia sudah terbebas dari unsur riba dan lebih aman.

Tabel 9. Data Responden Berdasarkan Jenis Tabungan di Bank Syariah Indonesia

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Tabungan			
No	Jenis Tabungan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Tabungan Bisnis	11	11%
2	Tabungan Easy Mudharabah	57	57%
3	Tabungan Easy Wadiah	25	25%
4	Tabungan Efek Syariah	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan hasil dari tabel 9 dapat dilihat jika minat menabung pada produk tabungan easy mudharabah memperoleh nilai tertinggi. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran hampir dari 57% menggunakan produk tabungan easy mudharabah. Hal ini dikarenakan pada produk tabungan easy mudharabah memiliki beberapa keunggulan yaitu seperti gratis biaya tarik tunai ATM BSM & ATM Bank Mandiri, bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjangkaran Prima, dapat dibuka melalui pembukaan rekening online serta kemudahan dalam bertransaksi dengan mobile dan internet banking. Dari beberapa fasilitas yang didapat inilah yang membuat nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran lebih memilih produk tabungan easy mudharabah.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi IBM SPSS Statistic 22.

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.684	3.720		2.603	.011
	Bagi_Hasil	.125	.084	.132	1.496	.138
	Produk	.199	.094	.212	2.124	.036
	Kualitas_Pelayanan	.351	.101	.353	3.483	.001

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

Sumber : Data primer, diolah 2022

Dari persamaan regresi linier dapat diartikan bahwa nilai Constant bertanda positif, apabila variable bagi hasil, produk dan kualitas pelayanan dapat diterima maka minat menabung di Bank Syariah Indonesia akan meningkat. Koefisien Bagi Hasil (X1) : 0,125 (positif), yang berarti jika pengaruh bagi hasil berbanding lurus dengan minat menabung. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap akad bagi hasil maka minat menabung di Bank Syariah Indonesia akan semakin meningkat. Koefisien Produk (X2) : 0,199 (positif), yang berarti bahwa variable produk berbanding lurus dengan minat menabung. Semakin banyak nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia khususnya produk akad dalam menabung maka minat menabung di Bank Syariah Indonesia akan semakin meningkat. Koefisien Kualitas Pelayanan (X3) : 0,351 (positif), yang berarti bahwa variabel produk berbanding lurus dengan minat menabung. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia maksimal baik dari pelayanan pegawai, fasilitas yang didapat dan kemudahan dalam bertransaksi maka nasabah akan senang untuk melakukan transaksinya dan minat menabung pada Bank Syariah Indonesia juga akan semakin meningkat.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.292	.269	2.495

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Produk

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan table 11 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R²) dilihat dari *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,269 atau jika dalam bentuk persen menjadi 26,9%. Yang artinya, variable bagi hasil, produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh 26,9% terhadap minat menabung. Sedangkan sisanya sebesar 73,1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 12. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.004	3	82.001	13.174	.000 ^b
	Residual	597.556	96	6.225		
	Total	843.560	99			
a. Dependent Variable: Minat_Menabung						
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Produk						

Sumber : Data primer, diolah 2022

Uji F ini berfungsi untuk mengetahui seberapa layak atau tidaknya suatu model regresi dalam suatu penelitian. F table dapat diketahui dengan menggunakan rumus persamaan $df1 = \text{Jumlah variable bebas} - 1$ dan $df2 = \text{Jumlah responden} - \text{jumlah variable bebas} - 1$. Berdasarkan table 4.22 dapat diketahui bahwa F hitung memiliki nilai 13,174 lebih besar dari F table yaitu 3,091 maka H_0 ditolak dan H_a **diterima**. Artinya semua variable bebas seperti bagi hasil (X1), produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara nyata terhadap minat menabung (Y). Sedangkan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat **diterima** dan secara simultan semua variable independent berpengaruh terhadap variable dependen.

Tabel 13. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.684	3.720		2.603	.011
	Bagi_Hasil	.125	.084	.132	1.496	.138
	Produk	.199	.094	.212	2.124	.036
	Kualitas_Pelayanan	.351	.101	.353	3.483	.001
a. Dependent Variable: Minat_Menabung						

Sumber : Data primer, diolah 2022

Pengujian dari hipotesis 1 yaitu Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap Minat Menabung. Hasil dari analisis regresi menunjukkan perolehan koefisien bagi hasil sebesar 0,125 dengan arah hubungan positif, perolehan nilai t sebesar $1,496 < 1,660$ sedangkan tingkat signifikansinya adalah sebesar $0,138 > 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Diterimanya hipotesis pertama ini adalah banyaknya jawaban responden yang setuju jika adanya akad bagi hasil dapat menambah atau meningkatkan minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Adanya akad bagi hasil membuat responden khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia lebih aman karena sudah terbebas dari unsur riba. Unsur riba tersebut merupakan perolehan bunga yang biasanya terdapat pada bank konvensional yang dilarang oleh islam. Sehingga adanya system bagi hasil dapat mempermudah serta menjauhkan nasabah dari unsur riba dalam transaksi perbankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Roni, 2019) yang menyatakan jika bagi hasil memberi pengaruh positif terhadap produk tabungan BSM.

Pengujian hipotesis 2 yaitu Produk berpengaruh positif terhadap Minat Menabung. Hasil analisis regresi menunjukkan perolehan koefisien produk sebesar 0,199 dengan arah hubungan positif, perolehan nilai t sebesar $2,124 > 1,660$ serta perolehan tingkat signifikansinya adalah $0,036 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Diterimanya hipotesis kedua ini dikarenakan tingginya kepercayaan nasabah terhadap produk yang ada di Bank Syariah Indonesia. Dengan mengedepankan syariat islam, seluruh produk Bank Syariah Indonesia sudah terbebas dari unsur riba dan judi. Memegang teguh prinsip-prinsip islam khususnya pada produk

tabungan seperti Tabungan Mudharabah, Tabungan Wadiah, Tabungan Efek Syariah dan Tabungan Bisnis yang memberikan pelayanan dan kemudahan bertransaksi sesuai syariat islam sehingga dapat diaertikan jika semakin tinggi produk Bank Syariah Indonesia yang diminati oleh nasabah maka minat menabung pada nasabah juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Kristinae, 2018) yang menyatakan jika produk berpengaruh terhadap minat.

Pengujian hipotesis 3 yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Menabung. hasil dari analisis regresi menunjukkan perolehan koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,351 dengan arah hubungan positif, perolehan nilai t sebesar $3,483 > 1,660$ serta perolehan dari tingkat signifikansinya adalah sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Diterimanya hipotesis ketiga disebabkan karena tingginya jawaban responden mengenai kualitas pelayanan yang mereka dapat saat bertransaksi langsung di Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Tegal. Rata-rata dari jawaban responden sudah mendekati sangat baik, mereka sangat puas dengan pelayanan yang Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran. berikan, baik dari pelayanan bertransaksi, pegawai dan staff bank yang ramah serta fasilitas yang sangat memadai sehingga nasabah merasa nyaman ketika sedang bertransaksi. Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang pihak bank berikan kepada nasabah maka minat menabung akan semakin meningkat. Mereka akan tertarik dan ingin berinvestasi di Bank Syariah Indonesia dengan menabung yang sesuai pada syariat islam. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Cahyadi, 2017) yang menyatakan kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan jika bagi hasil memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran. Hal ini diakibatkan karena banyaknya masyarakat yang mempercayai jika akad bagi hasil dalam bank syariah sudah terbebas dari unsur riba serta karena mayoritas penduduk di Tegal hampir sebagian bergama Islam sehingga mereka lebih mempercayakan simpanan mereka dalam bank syariah. Selain bagi hasil, dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh positif dari produk Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung nasabah. Dengan mengedepankan syariat islam, seluruh produk Bank Syariah Indonesia sudah terbebas dari unsur riba dan judi. Memegang teguh prinsip-prinsip islam khususnya pada produk tabungan seperti Tabungan Mudharabah, Tabungan Wadiah, Tabungan Efek Syariah dan Tabungan Bisnis yang memberikan pelayanan dan kemudahan bertransaksi sesuai syariat islam sehingga dapat diaertikan jika semakin tinggi produk Bank Syariah Indonesia yang diminati oleh nasabah maka minat menabung pada nasabah juga akan semakin meningkat. Dalam penelitian ini juga menunjukkan jika kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran berikan, baik dari pelayanan bertransaksi, pegawai dan staff bank yang ramah serta fasilitas yang sangat memadai sehingga nasabah merasa nyaman ketika sedang bertransaksi. Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang pihak bank berikan kepada nasabah maka minat menabung akan semakin meningkat.

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini hanya berfokus pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran yang memiliki produk tabungan. Serta item atau pertanyaan dalam kuisisioner juga masih lemah, sehingga jawaban yang didapat dari responden cenderung tidak konsisten. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi yang berbeda dari penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti minat menabung maka dapat menambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap minat menabung

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A. F. (2021). *Manajemen Kurikulum Pembelajaran Basaha Arab*. Kencana.
- Angraini, I. A. (2020). Mengidentifikasi Minat Bakat Siswa Sejak Usia Dini di SD Adiwijaya. *Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*, 2 No 1.
- Ayu Aulia Yossiana. (2018). *PENGARUH BAGI HASIL PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) ULEE KARENG*.
- Bantu, A., Investasi, K., & Pembiayaan, D. A. N. (2013). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 2, Nomor 2, Agustus 2013*. 2(April), 95–107.
- Cahyadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus pada Bank Sumsel Babel Cabang Tebing Tinggi). *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 22(3), 53–65.
- Djuwita, D., & Muhammad, A. F. (2016). Pengaruh Total DPK, FDR, NPF dan ROA terhadap Total Asset Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 8(1), 281–297.
- Ely, N., & Riris, A. (1967). SISTEM PERHITUNGAN BAGI HASIL PADA PRODUK PENDANAAN MUDHARABAH DI BPRS AL SALAAM Ely. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 118–130.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2012). *Marketing*. PT Buku Kita.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah. Kencana Prenada Media Grup*.
- Kartikasari, A. dan. (1995). *Materi Pokok Bimbingan dan Konseling*. Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kristinae, V. (2018). Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 25–30. <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i1.154>
- Kurniasari, N. D., & Santoso, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 2(2), 1–12.
- Lupiyoadi. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Marifat, I. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Jumlah Kantor Layanan, Inflasi, Dan PDB Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah (BUS) Di Indonesia. In *Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Nasution. (2014). *Manajemen Jasa Terpadu*. Graha Ilmu.
- Peter;Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Putra, A. S., Handoyo, S. S., & Rochadi, D. (2018). Kualitas Layanan Akademik Mahasiswa di Program Studi Pendidikan Vokasional Konstruksi Bangunan Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal PenSil*, 7(2), 63–70. <https://doi.org/10.21009/pensil.7.2.1>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>

- Roni, A. (2019). Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Muara Bungo. *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 6(2), 14–36. <https://doi.org/10.51311/nuris.v6i2.125>
- Satria, M. R. (2018). Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah.