

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENYIMPAN DANA DI KSU BMT DARUZZAKAH MANDIRI SYARI'AH

Shofia Mauizotun Hasanah

UIN Mataram

Shofia.mauizotun@uinmataram.ac.id

Yuni Susmita

IAI Hamzanwadi NW Pancor

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Lokasi, Produk, Kualitas Pelayanan terhadap minat masyarakat menyimpan dana di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang. Untuk variabel independen (X) dalam penelitian ini meliputi, lokasi (X1), produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3). Untuk variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat masyarakat menyimpan dana. Sampel yang digunakan sebanyak 50 orang nasabah KSU BMT Daruzzakah Mandiri syari'ah Rarang dengan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dalam analisis. Dari penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji t, variabel lokasi (X1) nilai signifikansi $0,016 < 0,05$, kualitas pelayanan (X3) nilai signifikansi $0,036 < 0,05$, memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menyimpan dana (Y) sedangkan variabel produk (X2) tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menyimpan dana di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang karena nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,526 > 0,05$).

Kata kunci : minat menabung, lokasi, produk, kualitas pelayanan.

Pendahuluan

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang prinsip operasionalnya berdasarkan nilai-nilai syariah dan harus terbebas dari riba, karena tujuan dari pendirian lembaga keuangan syariah yaitu untuk mengerjakan perintah Allah SWT dalam bidang ekonomi dan melayani masyarakat dalam kegiatan ekonomi modern yang berdasarkan atas dasar prinsip bagi hasil.. Sejak pada zaman Nabi Muhammad SAW kegiatan transaksi yang mengandung riba merupakan kegiatan transaksi yang secara tegas di haramkan dan telah di percaya dalam ajaran Islam.

Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Ar-Ruum (30) ayat 39 yang artinya: ‘Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridoan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya) (Departmen Agama RI, 2006; 575)

Adapun pendapat dari fatwa MUI No.1 Tahun 2004 mengenai bunga. Fatwa pertama dari MUI mengenai bunga dan riba. Menurut MUI, bunga merupakan tambahan yang didapat karna proses transaksi peminjaman orang yang diperhitungkan dari pokok pinjaman, dihitung berdasarkan tempo waktu pinjam dan umunnya berupa prosentase (Fatwa MUI No.Tahun 2004).

Koperasi merupakan bentuk organisasi bisnis baru, berasal dari barat (Eropa), yang masuk ke tengah umat Islam. Menurut *the statemen on the cooperative identity the internasional cooperative alliance (ICA)*, (Habibie;2006) koperasi adalah kumpulan otonom dari orang-orang yang bergabung secara sukarela untuk merealisasikan kebutuhan dan aspirasi bersama yang bersifat ekonomi, sosial dan budaya melalui badan usaha yang dimiliki secara bersama dan di control secara demokratis. Istilah koperasi berasal dari bahasa inggris, yaitu kata *co* yang berarti bersama-sama dan *operation* yang berarti bekerja (Burhanuddin,2013 ;1) dan *cooperation (copetative)* berarti kerja sama. Kata cooperation kemudian diserap kedalam bahasa Indonesia menjadi koperasi.

Menurut UU Nomor 25 tahun 1992, koperasi Indonesia didefinisikan sebagai “badan usaha yang berangotakan orang atau seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-

prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan” (Burhanuddin, 2013 ;1). Dengan demikian agar bisa diterima masyarakat luas, maka KSU mengemas produk-produknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dengan menjalankan koperasi yang berlandaskan konsep syari’ah. Diantaranya, pembiayaan dengan akad *Murobahah* (jual beli), *Musyarakah* (bagi hasil yang modal dan pengelola dari investor), *Mudharabah* (bagi hasil yang hanya modal dari investor), *Rahn* (gadai), *Ijarah* (Jasa), dan lain-lain. Dan untuk menarik minat masyarakat supaya tertarik untuk menyimpan uangnya di KSU (koperasi serba usaha) pihak koperasi melakukan sosialisasi dan memperkenalkan ke masyarakat tentang produk-produk apa saja yang ditawarkan oleh pihak koperasi itu sendiri.

Masyarakat akan berminat ke koperasi jika ada produk dari lembaga tersebut yang dianggap menarik dan menguntungkan bagi nasabah, salah satunya karna faktor bagi hasil. Dari beberapa konsep tentang minat nasabah dalam menabung di lembaga keuangan syariah diharapkan pihak manajemen pengelolaan lembaga keuangan syariah dapat memahami faktor-faktor /sikap nasabah dalam memutuskan untuk memilih lembaga keuangan syariah. Minat beli merupakan sesuatu yang didapat dari proses belajar dan pemikiran yang berbentuk persepsi dan nantinya akan terus terekam oleh nasabah yang menjadi keinginan yang sangat kuat dan nasabah harus mengaktualisasikan keinginannya tersebut.

Masyarakat yang ada di desa Rarang lebih memilih menyimpan dana di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari’ah dibandingkan dengan BMT yang lain, karna di desa Rarang terdapat banyak BMT diantaranya BMT Al-Hidayah dan BMT Al-Hasan Mitra Ummat.

Berikut jumlah orang yang menabung di masing-masing KSU dan BMT yang ada di desa Rarang diuraikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1.1
Jumlah nasabah yang menabung

No	Nama KSU dan BMT	Jumlah orang yang menabung
1	KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang	± 2831 orang

2	Al-Hidayah	±1500 orang
3	Al-Hasan Mitra Umat	±750 orang

Sumber: KSU dan BMT 2019

Berdasarkan uraian diatas peneliti mengambil judul ini karna peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat menyimpan dana di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang di bandingkan dengan BMT Al-Hidayah dan BMT Al-Hasan Mitra Ummat.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang yaitu: 1). Lokasi, 2). Produk, 3). Kualitas Pelayanan.

Kajian Pustaka

Lokasi

Lokasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas usaha yang dilakukan. Salah satu kunci menuju sukses dalam suatu usaha yaitu faktor lokasi (Alma, 2018) Lokasi dimulai dari memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis, stabilitas dan persaingan. Lokasi akan mempengaruhi pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan.

Sedangkan daam pemasaran bank, lokasi adalah jejaring (*net working*) dimana produk dan jasa disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah. (Diana, 2017) Secara umum tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah untuk menabung di Bank dikarenakan kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengatur ruangan, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman(Diana, 2017).

Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk menarik perhatian yang dapat memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan. (Ginting, 2011)

Produk juga di artikan sebagai barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam marketing, pruduk adalah apapun yang ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Pada KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah ini, menyediakan produk simpan pinjam dan kredit barang (murabahah).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau pennggunanya.artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan keinginan, kebutiuhan atau harapan pelanggan/ pengguna-nya.

Umumnya kualitas banyak digunakan sebagai dasar produk jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah sesuatu kinerja yang berkualitas, dan kinerja tersebut yang nantinya akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karna itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah kualitas pelayanan lebih di utamakan, karna di KSU ini kepuasan nasabah menjadi prioritas.

Minat

Minat merupakan suatu penangkap atau pemilihan terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap seseorang (Maghfiroh , 2018; 12). Minat merupakan daya Tarik yang timbul oleh obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang serta mempunyai keinginan akan obyek tertentu.

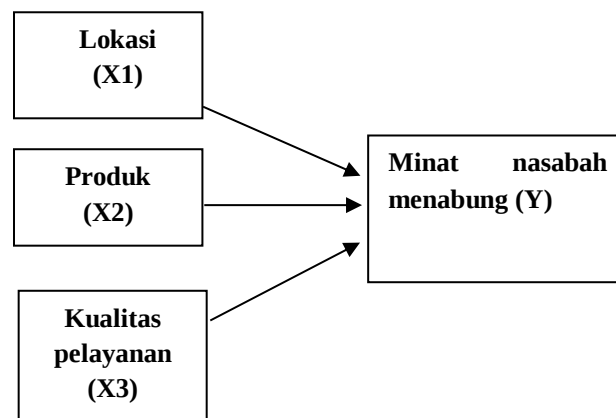
Minat merupakan keinginan atau kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya serta keperibadian seseorang. Menurut Kotler, minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli dan dasar merek ataupun minat.

Tabungan atau Simpanan

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian untuk penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan, maupun bentuk lainnya yang dipersamakan.

Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui indikator-indikator yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka perlu adanya kerangka pemikiran sebagai landasan dalam meneliti suatu masalah untuk, menemukan, mengembangkan dan menguji kebenarannya, faktor lokasi (X1), faktor produk (X2), faktor pelayanan (X3), apakah berpengaruh terhadap Minat Menabung Masyarakat (Y) di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.



Hipotesis

Dalam statistik Hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan statistik tentang parameter populasi. Hipotesis adalah taksiran terhadap parameter populasi, melalui data-data sampel. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1. H_0 : Faktor lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.

- H1: Faktor lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.
2. Ho: Faktor produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.
H2: Faktor produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.
3. Ho: Faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.
H3: Faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Peneliti penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif Menurut Sugiyono (2018), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Arikunto, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak dituntut dengan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, dan penampilan dari hasilnya.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu melalui pendekatan survey dimana pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data berasal dari tempat tertentu untuk penelitian secara alamiah (bukan buatan). Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner, serta wawancara tidak terstruktur.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (*independent variables*) dan satu variabel terikat (*dependent variables*). (Sugiono, 2013) Dengan rincian sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*independent variables*), merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu:
 - a. Faktor Lokasi (X1) terdapat 5 indikator, antara lain:
 - Lokasi yang strategis
 - Mudah dijangkau
 - Dekat dengan pasar
 - Dekat dengan area pertokoan
 - Dekat dengan tempat tinggal
 - b. Faktor Produk (X2) terdapat 5 indikator, antara lain:
 - Kinerja dan produk sudah sesuai dengan prinsip Islam
 - Terbebas dari riba
 - Tidak bertentangan dengan agama
 - Sesuai dengan keinginan nasabah
 - c. Faktor kualitas pelayanan (X3) terdapat 5 indikator, antara lain:
 - Keramahan dan kesopanan karyawan
 - Kantor yang aman dan nyaman
 - Kejelasan karyawan dalam memberikan informasi
 - Pemrosesan tabungan secara cepat
 - Kemudahan dalam bertransaksi
2. Variabel Terikat (*dependent variables*), Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yaitu: faktor lokasi (X1), faktor produk (X2), faktor pelayanan (X3). Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu minat menyimpan dana/menabung (Y) di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah Rarang.

Definisi Operasional

Untuk memahami penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menyimpan Dana di KSU BMT

Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang''. Maka penulis perlu memberikan pemahaman mengenai istilah-istilah yang ada di penelitian ini, antara lain:

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan dan berkaitan dengan pengoperasian perusahaan dan penempatan sifatnya. Pemilihan lokasi. (Ginting, 2011)

1. Indikator lokasi:

- a. Lokasi yang strategis
- b. Mudah dijangkau
- c. Dekat dengan pasar
- d. Dekat dengan area pertokoan
- e. Dekat dengan tempat tinggal

1. Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen (Alma, 2018).

Indikator produk:

- a. Kinerja dan produk sudah sesuai dengan prinsip islam
- b. Terbebas dari riba
- c. Tidak bertentangan dengan agama
- d. Sesuai dengan keinginan nasabah

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan (Diana, 2017). Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

Indikator kualitas pelayanan:

- a. Keramahan dan kesopanan karyawan
- b. Kantor yang aman dan nyaman
- c. Kejelasan karyawan dalam memberikan informasi
- d. Pemerosesan tabungan secara cepat
- e. Kemudahan dalam bertransaksi

3. Minat Nasabah

Minat merupakan keinginan konsumen untuk berbelanja. Dengan kata lain, minat merupakan keinginan pembeli dalam melakukan pembelian pada penyediaan jasa untuk waktu yang akan datang (Diana, 2017).

Nasabah merupakan sekelompok konsumen yang bertindak sebagai pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, orang lain, keluarga, ataupun untuk makhluk hidup lainnya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). (duwicosultan, blogsot. Com/2011) Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel devenden apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

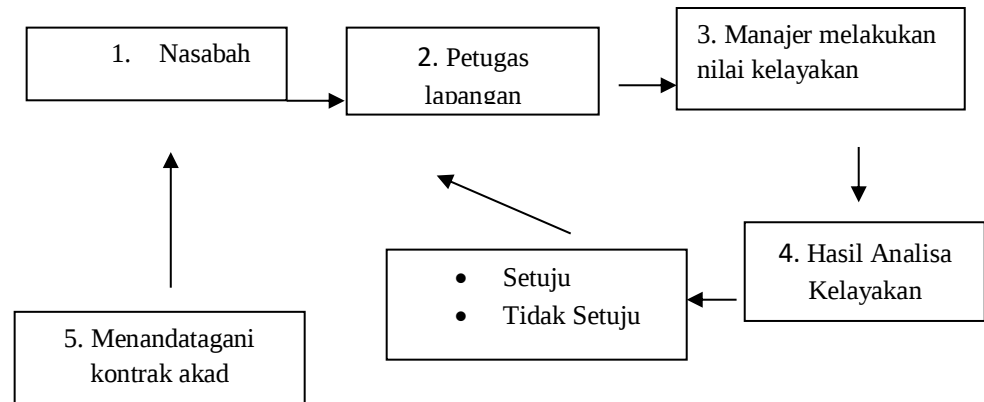
Keterangan:

Y'	= Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
X_1 dan X_2	= Variabel indeviden
a	= Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
b	= Koefisien regresi

Hasil dan pembahasan

Prosedur Pelaksanaan Pembiayaan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah

Sebagaimana yang telah kita ketahui tujuan dari suatu lembaga keuangan Bank Syari'ah maupun konvensional yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada nasabah dalam bentuk simpanan dan pembiayaan. Oleh karena itu bentuk prosedur pelaksanaan pembiayaan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah adalah sebagai berikut:



Berdasarkan gambar di atas prosedur pembiayaan pada KSU BMT Daruzzakah Mandiri syari'ah Rarang sebagai berikut:

1. Nasabah yang akan melakukan pembiayaan menyampaikan keinginannya lewat petugas lapangan
2. Petugas lapangan mengajukan pembiayaan nasabah kepada manajer
3. Manajer melakukan nilai kelayakan kepada pihak nasabah yang akan melakukan pembiayaan
4. Pada hasil analisa kelayakan manajer akan memberikan pembiayaan kepada nasabah apabila nasabahnya sudah menabung selama 2 minggu
5. Setelah nasabah menabung selama 2 minggu maka pihak manajer akan merealisasikan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah
6. Setelah pembiayaan yang di ajukan oleh nasabah sudah terealisasikan oleh manajer maka, selanjutnya pihak nasabah menandatangani kontrak akad yang sudah disepakati bersama.

Pengujian dan Hasil Analisis Data

Analisis Responden

Pada penelitian ini, sampel yang digunakan sebagai responden yaitu nasabah yang menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang yaitu sebesar 50 Responden. Adapun karakteristik responden dari hasil penelitian ini mengenai jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, lama menjadi nasabah, dan jarak dari KSU BMT ke tempat tinggal sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Analisa Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase Responden
Laki-laki	22 Responden	(0,44) 44 %
Prempuan	28 Responden	(0,56) 56 %
Total	50 Responden	100 %

Sumber: data diolah 2019

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa dari 50 responden nasabah KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah yang melakukan produk tabungan/ simpanan yang diteliti, terdapat prosentase sebesar 44 % atau 22 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan terdapat 56 % atau 28 responden yang berjenis kelamin perempuan. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran hasil kuisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang melakukan tabungan / simpanan yang paling dominan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah tersebut yaitu berjenis kelamin perempuan dengan prosentase sebesar 56 % atau 28 Responden.

Tabel 4.3
Hasil Analisa Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentasi Responden
Pegawai Swasta	2 Responden	(0,04) 4 %
Pelajar / Mahasiswa	3 Responden	(0.06) 6 %
Wiraswasta	36 Responden	(0.72) 72 %
Lainnya	9 Responden	(0.18) 18 %
Total	50 Responden	100 %

Sumber: data diolah 2019

Pada Tabel diatas, menunjukkan bahwa dari 50 Responden nasabah KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah yang melakukan produk tabungan/ simpanan yang diteliti, terdapat prosentase sebesar 4% atau 2 Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta, terdapat 6% atau 3 Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa, terdapat 72% atau 36 Responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta, dan terdapat 18% atau 9 Responden dengan pekerjaan lainnya. Jadi, dari keterangan hasil penyebarab

kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan tabungan / simpanan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri syari'ah yaitu sebesar 72 % atau 36 Responden dengan hasil pekerjaan wiraswasta.

Tabel 4.4
Hasil Analisa Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Prosentase Responden
SD	4 Responden	(0.08) 8 %
SMP	24 Responden	(0.48) 48 %
SMA	18 Responden	(0.36) 36 %
Diploma / Sarjana	2 Responden	(0.04) 4 %
Lainnya	2 Responden	(0.04) 4 %
Total	50 Responden	100 %

Sumber: data diolah 2019

Pada tabel diatas, menjelaskan bahwa nasabah KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah yang melakukan produk tabungan/ simpanan yang diteliti sebanyak 50 responden diantaranya yaitu terdapat prosentasi sebesar 8 % atau 4 Responden yang berpendidikan terakhir SD, terdapat 48 % atau 24 Responden yang berpendidikan terakhir SMP, terdapat 36 % atau 18 Responden yang berpendidikan terakhir SMA, terdapat 4 % atau 2 Responden yang berpendidikan terakhir diploma/ sarjana, dan terdapat 4 % atau 2 responden yang berpendidikan terakhir lainnya. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan tabungan / simpanan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah yaitu dengan pendidikan terakhir SMP sebesar 48 % atau 24 Responden.

Tabel 4.5
Hasil Analisa Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Prosentase Responden
1 tahun	1 Responden	(0.02) 2 %
2-3 tahun	6 Responden	(0,12) 12 %
3-4 tahun	24 Responden	(0,48) 48 %
> 4 tahun	19 Responden	(0,38) 38 %

Total	50 Responden	100 %
-------	--------------	-------

Data: diolah tahun 2019

Pada tabel diatas, menjelaskan bahwa nasabah KSU BMT Daruzzakah yang melakukan tabungan / simpanan yang di teliti sebanyak 50 responden diantaranya yaitu 2 % atau 1 Responden yang lama menjadi nasabah selama 1 tahun, terdapat 12 % atau 6 Responden yang lama menjadi nasabah selama 2-3 tahun, terdapat 48 % atau 24 Responden yang lama menjadi nasabah selama 3-4 tahun, dan terdapat 38 % atau 19 Responden yang lama menjadi nasabah selama > 4 tahun. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan tabungan / simpanan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah tersebut berdasarkan lama menjadi nasabah yaitu selama 2-3 tahun dengan prosentasi sebesar 48 % atau 24 responden.

Tabel 4.6
Hasil Analisa Berdasarkan Jarak Dari Tempat Tinggal Responden

Jarak Dari Tempat Tinggal	Jumlah Responden	Prosentasi Responden
1 km	11 Responden	(0,22) 22 %
1-3 km	27 Responden	(0,54) 54 %
4-6 km	10 Responden	(0,2) 20 %
7-10 km	2 Responden	(0,04) 4 %
Total	50 Responden	100 %

Sumber: data diolah 2019

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa dari 50 responden nasabah yang KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah yang melakukan produk tabungan / simpanan yang diteliti, terdapat 22 % atau 11 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak 1 km dengan KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah, terdapat 54 % atau 27 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak 1-3 km KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah, terdapat 20 % atau 10 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak 4-6 km dengan KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah, dan terdapat 4 % atau 2 responden yang bertempat tinggal dengan jarak 7-10 km dengan KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan tabungan / simpanan di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah

yaitu dengan jarak dari KSU BMT ke tempat tinggal antara 1 km-3 km sebesar 54 % atau 27 Responden.

Pengujian Instrumen Penelitian

Prosedur pelaksanaan pengujian ini yaitu dengan pengujian validitas dan reliabilitas dengan sampel 50 responden.

Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk valid atau tidaknya kuisioner. Kuisioner dapat dinyatakan valid jika pertanyaan dari kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Apabila penilaian menunjukkan R hitung lebih dari sama dengan R tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya. (Arikunto,1998)

Tabel 4.7
Validitas Variabel Dimensi Lokasi

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Lokasi strategis	0,576	0,235	Valid
Lokasi mudah dijangkau	0,828	0,235	Valid
Dekat dengan pasar	0,809	0,235	Valid
Dekat dengan area pertokoan	0,724	0,235	Valid
Dekat dengan tempat tinggal	0,390	0,235	Valid

Data: diolah 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *pearson correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari dari R tabel (0,235) dengan nilai singnifikan 0,05 dari dari jumlah data sebanyak 50 responden (nilai Df = 48), dimana Df = n-2. Jadi, pertanyaan diatas mengenai lokasi strategis, lokasi mudah dijangkau, lokasi dekat dengan pasar, dekat dengan area pertokoan, dekat dengan tempat tinggal, dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Validitas Varibel Dimensi Produk

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterang an
Produk sesuai dengan prinsip Islam	0,292	0,235	Valid
Terbebas dari riba	0,462	0,235	Valid
Tidak bertentangan dengan agama	0,741	0,235	Valid
Sesuai dengan keinginan nasabah	0,341	0,235	Valid

Data: diolah 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *pearson correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,235) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 50 responden ($Df = 48$), dimana $Df = n-2$. Jadi, pertanyaan diatas mengenai produk sesuai dengan prinsip islam, terbebas dari riba, tidak bertentangan dengan agama, sesuai dengan keinginan nasabah dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Validitas Variabel Dimensi Kualitas Pelayanan

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterang an
Kesopanan dan keramahan karyawan	0,355	0,235	Valid
Kantor KSU sangat aman dan nyaman	0,430	0,235	Valid
Kejelasan karyawan dalam memberikan informasi	0,496	0,235	Valid
Kemudahan dalam transaksi	0,554	0,235	Valid
Pemerosesan tabungan dengan cepat	0,361	0,235	Valid

Data: diolah 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *pearson correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar

dari R tabel (0,235) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 50 responden ($Df = 48$), dimana $Df = n - 2$. Jadi, pertanyaan diatas mengenai kesopanan keramahan karyawan, kantor KSU sangat aman dan nyaman, kejelasan karyawan dalam memberikan informasi, kemudahan dalam transaksi, pemerosesan tabungan dengan cepat, dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran sebanyak 2 kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama pula. Pada uji reliabilitas, pengukuran kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila *crombach's Alfa* mempunyai nilai $> 0,6$ dan sebaliknya. (Arikunto,1998)

Tabel 4.10
Hasil Analisa Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Crombach Alfa	Keterangan
Lokasi	0,703	Reliabel
Prduk	0,725	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,734	Reliabel
Minat	0,756	Reliabel

Sumber: Data diolah 2019

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa Uji Reliabilitas menunjukkan semua dimensi memiliki nilai *Crombach's Alfa* lebih dari 0,6. Jadi, semua dimensi dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel independent maupun dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara mendeteksinya pengujian normalitas dengan melihat nilai *Asymp sig.* Pada hasil uji normalitas degan menggunakan *one simple kolmogorof-smirnov test.* Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal apabila *probability* dari *kolmogorof-smirnov* lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$).

Tabel 4.11
Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	50
Normal Mean	.0000000
Parameter Std. Deviation	1.63984848
sa	
Most Absolute	.087
Extreme Positive	.063
Differenc Negative	-.087
es	
Kolmogorov-Smirnov Z	.615
Asymp. Sig. (2-tailed)	.844

Data: diolah 2019

Berdasarkan hasil Uji Normalitas dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test*, menunjukkan bahwa nilai *p* dari nilai *asymp sig* sebesar 0,844 lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah varian dari beberapa populasi itu sama atau tidak. Dalam uji ini ada syarat yang harus terpenuhi dalam dasar pengambilan keputusan. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

Tabel 4.12
Uji Homogenitas

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
LOG_X 1	Between Groups	.010	6	.002	2.268	.055
	Within Groups	.032	43	.001		
	Total	.042	49			
LOG_X 2	Between Groups	.006	6	.001	2.925	.339
	Within Groups	.015	43	.000		
	Total	.020	49			
LOG_X 3	Between Groups	.003	6	.000	1.351	.256
	Within Groups	.014	43	.000		
	Total	.016	49			

Data: diolah 2019

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Uji Homogenitas nilai sig dari variabel Lokasi adalah 0,055, Produk adalah 0,339, dan Kualitas Pelayanan adalah 0,256. Nilai sig dari ketiga variabel itu mempunyai nilai sig > dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel homogen.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memprediksi adanya hubungan linear antara variabel X dengan variabel Y. Dengan menggunakan asumsi yaitu apabila nilai sig pada baris *Deviation From Linerity* kurang dari 0,05 maka tidak terdapat linearitas antara kedua variabel (X,Y) tersebut dan sebaliknya jika nilai sig pada baris *Deviation From Linerity* lebih dari 0,05 maka terdapat linearitas antara kedua variabel (X,Y) tersebut. (www.spssindonesia.com)

Tabel 4.13
Tabel uji linearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.247	.310		-.796	.430
LOG_X1	.000	.130	.000	-.004	.997
LOG_X2	.000	.180	.000	-.003	.998
LOG_X3	.201	.193	.158	1.043	.303

Sumber: data diolah 2019

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X1) dengan Minat (Y) terdapat linearitas karna nilai sig > dari 0,05, pada varibel Produk (X2) dengan Minat (Y) terdapat linearitas karna nilai sig > 0,05, begitu juga dengan variabel Kualitas Pelayanan (X3) dengan Minat (Y) terdapat linearitas yaitu nilai sig > 0,05.

Uji Analisis Regresi Berganda

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis regresi linier berganda, Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh lokasi, produk, kualitas pelayanan secara parsial, maupun bersama-sama terhadap keputusan masyarakat menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah. Adapun hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan alat bantu program SPSS 16 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji analisis regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.275	.489		2.607	.012
LOG_X1	.511	.205	.370	2.490	.016
LOG_X2	.181	.284	.092	.639	.526
LOG_X3	.655	.304	.298	2.156	.036

Sumber: data diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dibuat model persamaan regresi berganda yang dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 1,275 + \log 0,511 X_1 + \log 0,181 X_2 + \log 0,655 X_3$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

- $a = 1,275$ menyatakan bahwa, apabila variabel lokasi, produk, kualitas pelayanan dianggap konstan, maka besarnya minat nasabah untuk menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah sebesar 1, 27 5
- $X_1 \log 0,511$ menyatakan bahwa, jika lokasi meningkat sebesar satu satuan maka minat nasabah untuk menabung KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,511 atau sebesar 51,1 %.
- $X_2 = \log 0,181$ menyatakan bahwa, jika produk meningkat satu satuan, maka minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah akan meningkat sebesar 0,181 atau sebesar 18,1%
- $X_3 = \log 0,655$ menyatakan bahwa, jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah akan meningkat sebesar 0,655 atau sebesar 65,5%.

Dalam uji analisis regresi berganda terdapat uji t dan uji f, uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji f bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-

sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam analisis regresi berganda terdapat juga koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa % pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y. (www.spssindonesia.com)

Adapun perumusan hipotesis untuk uji t dan uji F sebagai berikut:

H1= terdapat pengaruh lokasi (X1) terhadap minat Y

H2= terdapat pengaruh produk (X2) terhadap minat Y

H3= terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap minat Y

H4= terdapat pengaruh lokasi (X1), produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap minat Y

Uji hipotesis (Uji t)

Pengambilan keputusan pada uji t :

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > dari t tabel maka terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Rumus mencari t tabel:

$$t \text{ tabel} = t (a/2 \text{ n-k-1}) = t (0,05/2 \text{ 50-3-1}) = 0,025: 46 = 2,012$$

Tabel 4.15
Uji hipotesis (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.275	.489		2.607	.012
LOG_X1	.511	.205	.370	2.490	.016
LOG_X2	.181	.284	.092	.639	.526
LOG_X3	.655	.304	.298	2.156	.036

Sumber: Data diolah 2019

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa variabel lokasi terhadap minat nasabah menabung di dapatkan nilai t hitung sebesar 2,490 sedangkan t tabel sebesar 2,012 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $0,016 < 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_1 , artinya pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzakah Mandiri Syariah.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel produk terhadap minat nasabah menabung didapat nilai t hitung sebesar 0,639 sedangkan t tabel sebesar 2,012 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $0,526 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima dan menolak H_2 artinya produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzakah Mandiri Syariah.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung didapat nilai t hitung sebesar 2,156 sedangkan nilai t tabel 2,012 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $0,036 < 0,05$. Dengan demikian bahwa H_0 ditolak dan menerima H_3 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzakah Mandiri Syariah.

Uji hipotesis (uji F)

Pengambilan keputusan pada uji F sebagai berikut:

1. jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Rumus untuk F tabel = $F(k, n-k) = (3, 50-3) = 3; 47 = 2,80$

Tabel 4.16
Uji hipotesis (uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.015	3	.005	3.623	.020 ^a
Residual	.064	46	.001		
Total	.079	49			

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi untuk pengaruh X1,X2,X3 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar $0,020 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F \text{ tabel}$, $3,623 > 2,80$. Berarti H4 diterima terdaat pengaruh simultan terhadap variabel Y.

Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R Square atau R kuadrat) atau di simbolkan dengan R² yang bermakna sebagai sumbangan yang diberikan variabel bebas atau variabel indevident (X) terhadap variabel terikat atau variabel devendent (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau R square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar

kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.138	.03738

Sumber: data di olah 2019

Berdasarkan tabel output SPSS 16 “Model Summary” di atas diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,191. Nilai R Square 0,191 ini berasal dari nilai pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu $0,437 \times 0,437 = 0,191$. Besarnya angka koefisien data determinasi (R Square) adalah 0,191 atau sama dengan 19,1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel lokasi (X1), produk (X2), kualitas pelayanan (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel minat (Y) sebesar 19,1 %. Sedangkan sisanya ($100 \% - 19,1\% = 80,9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari’ah Rarang

Berdasarkan hasil analisis data pada pembuktian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah Menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari’ah

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha dilaksanakan. Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran, Lokasi yang bagus memudahkan akses ke tempat usaha menarik banyak konsumen. (Alma, 2018|)

Lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan

adanya pengatur ruangan, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman. (Ginting,2011)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung, di tunjukkan dengan nilai t hitung 2,490 dengan nilai signifikansi 0,016. Karena besaran t hitung $2,490 > t$ tabel 2,012 dan tingkat signifikansi $0,016 < 0,05$.

Kedekatan lokasi maupun kestrategisan nasabah dalam bertransaksi dengan KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah. Karna dengan lokasi yang mudah dijangkau dan sangat strategis memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan nasabah juga bisa datang langsung ke kantor KSU BMT untuk menabung. Sehingga minat nasabah untuk menabung di BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah dipengaruhi oleh lokasi.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi dari hasil penelitiannya tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di PD BPR BKK Kendal cabang Patean menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di BPR BKK Kendal cabang Patean.

2. Pengaruh Produk terhadap Minat Nasabah Menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah

Produk pada Lembaga Keuangan merupakan jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Apabila sebuah Lembaga Keuangan dapat memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya, maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Produk yang beragam dan bermacam-macam jenisnya dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung, di tunjukkan dengan nilai t hitung 0,639 dengan nilai signifikansi 0,526. Karena besaran t

hitung $0,639 < t \text{ tabel } 2,012$ dan tingkat signifikansi $0,526 > 0,05$. Karena produk-produk yang ditawarkan oleh pihak KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah belum beragam dan produk yang digunakan dalam KSU BMT ini hanya dua produk yaitu; produk tabungan dan produk pembiayaan.

Produk-produk yang dimiliki oleh pihak KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah tidak mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah. Karena produk yang ditawarkan oleh pihak BMT sudah biasa digunakan oleh nasabah dan nasabah sudah memahami dari produk-produk yang ditawarkan oleh pihak BMT, sehingga minat nasabah menabung tidak dipengaruhi oleh produk.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Imam Jalaluddin, dari hasil penelitiannya tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung survey pada nasabah bank BRI Syari'ah cabang Cirebon menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada bank BRI Syari'ah cabang Cirebon.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan yang terintegrasi sehingga manfaat yang besar akan diperoleh terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar. (Alma, 2018)

kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan. (Diana, 2017)

Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syariah. Ditunjukkan dengan nilai t hitung $2,156$ dengan nilai

signifikan 0,036, karena besaran t hitung $2,156 > t$ tabel 2,012 dan tingkat signifikansi $0,036 < 0,05$. Memberikan kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus dilakukan karena pelayanan yang cepat, mudah serta metode jemput bola akan memuaskan nasabah dalam menyimpan dananya di BMT. Nasabah akan memutuskan terus menggunakan atau tidak, itu tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi, tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di PD BPR BKK Kendal cabang Patean menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di PD BPR BKK Kendal cabang Patean.

Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Minat Nasabah Menyimpan Dana di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang

Adapun faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang. Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian melalui penyebaran kuisioner menghasilkan nilai paling besar yaitu kualitas pelayanan.

Faktor kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang karena mempunyai nilai paling besar yaitu 65,5 %.

Apabila suatu perusahaan atau lembaga keuangan memiliki nilai kualitas pelayanan yang baik di kalangan masyarakat atau nasabah, maka hal tersebut juga akan mempertahankan nasabah lama agar tetap menggunakan produk tersebut. Sama halnya dengan faktor kualitas pelayanan yang ada di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang yang sudah dirasakan oleh nasabah meliputi karyawan yang melayani nasabah dengan sopan dan ramah, kantor KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah aman dan nyaman, informasi yang diberikan KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah dapat dipahami dan dimengerti, karyawan memproses dengan cepat atas transaksi yang dilakukan anggota, KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah memproses tabungan dengan cepat.

Dalam hal ini, responden akan mempertimbangkan kualitas pelayanan dari KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah agar nasabah tersebut percaya untuk menyimpan dananya dan dalam melakukan transaksi di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang ini.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, faktor kualitas pelayanan dapat disebut sebagai salah satu penentu nasabah untuk memutuskan serta melakukan transaksi dan dapat mempengaruhi nasabah untuk menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah Rarang.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat nasabah menabung di KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah. Faktor-faktor dalam penelitian ini adalah lokasi, produk, kualitas pelayanan, berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, kemudian analisis data, serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nilai signifikansi 0,016.
2. Produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dengan tingkat signifikansi 0,526
3. Sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat dengan tingkat signifikansi 0,036

Hal ini diindikasikan bahwa KSU BMT Daruzzakah Mandiri Syari'ah perlu memberikan tingkat pemahaman yang intensif kepada nasabah agar lebih memahmai jenis-jenis produk yang sudah dijalankan pihak BMT.

Referensi

- Buchari Alma. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (edisi Revisi), Bnadung: ALFABETA CV.
- Bungin, M. Burhan.2010. *“metodologi penelitian kuantitatif komunikasi, ekonomi,dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya”*. Jakarta: kencana.
- Burhanuddin.2013. *“Koperasi Syariah Dan Pengaturannya Di Indonesia”* UIN-Maliki Press.

- Dewi, Ayu Nurtika. 2014. *“Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di PD BPR BKK Kendal Cabang Petean”*. Skripsi.
- .Maghfiroh Nur Laili. 2018. *“Analisis Faktor– Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di BMT Rewin Sidoarjo”* Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Nembah F. Hartimbul Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widiya.
- Silviana, Devi. 2018. *“Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah Di Pengadaian Syariah”* skripsi.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*: Bandung: Alfabeta.
- Susanti Mei Diana. 2017. *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe*, Skripsi IAIN Surakarta.