

Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Syari'ah Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menabung Di Bank Syari'ah Indonesia Kcp Stabat

M. Rasyid Ridha

STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat

Email: rasyidridha2022@gmail.com

Khairunnisa

STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat

Email: khairunnisa@staijm.ac.id

Alamat: Jl. Syekh. M. Yusuf No.24 Pekan Tanjung Pura Kec. Tj. Pura Kabupaten Langkat

Korespondensi penulis: rasyidridha2022@gmail.com

Abstrak

Pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank syariah". Yang diukur dalam profit sharing adalah nisbah bagi hasil, dan keuntungan yang diperoleh pihak bank. Dengan nisbah yang tinggi maka nasabah non muslim berminat untuk menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini bentuk instrument yang digunakan adalah berupa angket dengan menggunakan sikap skala *likert* yang telah di modifikasi dengan penilaian sebagai berikut: Sering skor 3, Kadang-kadang skor 2, dan tidak pernah skor 1. Hasil dari penelitian ini yaitu hasil uji regresi linier dan uji t didapatkan hasil bahwasanya variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,331, hal ini menunjukkan bahwa nilai memiliki arah positif. Semenantara untuk uji t didapatkan hasil bahwa nilai sig variabel kualitas produk sebesar 0,001 yang menandakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas Produk Tabungan, Minat Nasabah

Abstract

Sharing the results of operations that have been carried out by the customer and the Islamic bank. What is measured in profit sharing is the profit sharing ratio, and the profit earned by the bank. With a high ratio, non-Muslim customers are interested in saving at PT Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. The type of research used in this study is a quantitative research method. In this study the form of the instrument used was a questionnaire using a Likert scale attitude that had been modified with the following ratings: Often a score of 3, Sometimes a score of 2, and never a score of 1. The results of this study are the results of the linear regression test and t test showed that the product quality variable has a regression coefficient value of 0.331, this shows that the value has a positive direction. Meanwhile, for the t test, it was found that the sig value of the product quality variable was 0.001 which indicated that the product quality variable had a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: *Quality of Savings Products, Customer Interest*

LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri, seakan-akan tak pernah pupus karena pergeseran zaman. Demikian juga dengan perkembangan industri Perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri-industri lainnya. Dengan menyesuaikan zaman dan adanya kebutuhan serta masukan dari masyarakat luas, Perbankan yang ada saat ini banyak mengalami perkembangan. Perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip, sistem operasionalnya serta pergeseran paradigma sampai pada pengembangan diri. Dari pergeseran dan perkembangan yang ada tersebut, dalam kurun waktu terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syari'ah yang mana sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi Islam di Indonesia. Dengan diberlakukannya Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka perkembangan industri perbankan syari'ah nasional. Hal-hal yang mendorong perkembangan Perbankan Islam dalam kebijakan pemerintah yang membolehkan bank-bank umum yang beroperasi dengan sistem konvensional mengkonversi dirinya menjadi bank Islam. Kebijakan lainnya adalah bank-bank konvensional dapat membuka kantor cabang atau kantor di bawah kantor cabang yang beroperasi dengan sistem syari'ah dan atau mengkonversi kantor cabang konvensional ke dalam cabang syari'ah. semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi (Yuliana, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas kebijakan pemerintah dapat memberikan suatu perwujudan dari pemerintah masyarakat yang membutuhkan suatu sistem Perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa Perbankan atau keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syari'ah. Menurut M. Luthfi Hamidi, Kepala Biro Perbankan Syari'ah Bank Indonesia bahwa: Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap keberadaan sistem Perbankan sesuai dengan prinsip Syari'ah mendapat respon positif dari pemerintah yang antara lain melalui dikeluarkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang menetapkan bahwa Perbankan di Indonesia menganut *dual banking system*, yaitu Perbankan konvensional dan Perbankan Syari'ah (Hamidi, 2003).

Keberhasilan sistem keuangan syari'ah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Lembaga Keuangan Syari'ah yang dalam hal ini

adalah perbankan syari'ah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan. Namun di sisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap sistem ekonomi Islam hanya hadir untuk masyarakat Muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita, sehingga persepsi pasar syari'ah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum Muslim saja, pasar yang tertutup untuk kalangan non-Muslim. Padahal sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syari'ah sudah sejak lama diterapkan Negara-negara Eropa, terutama Inggris (Sula, 2006).

Berdasarkan berbagai penjelasan di atas, ekonomi konvensional tidak bisa mengatasi problem perekonomian masyarakat. Karena cenderung meninggalkan nilai agama dan tidak memperdulikan haram halal dalam upaya mencari rizki. Sehingga mulai muncul kesadaran dari masyarakat bahwa praktik ekonomi konvensional keliru, karena mengabaikan nilai moral, agama dan kemanusiaan. Sistem ekonomi Islam menjamin kesejahteraan masyarakat, tidak hanya mensejahterakan kaum atau golongan tertentu. Ekonomi Islam juga berlandaskan etika dengan dasar Al-Qur'an dan Hadits.

Masyarakat Muslim yang menggunakan jasa keuangan syari'ah menganggap bahwa bunga adalah riba. Pelarangan riba tidak hanya tersedia dalam Islam, bahkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan pada Weda, kitab suci yang diterima agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang (Lewis, 2003). Orang-orang Yahudi dilarang mempraktikkan pengambilan bunga, bebas bunga. Pelarangan ini banyak tersedia dalam kitab suci mereka, baik dalam Old Testament (Perjanjian Lama) maupun Undang-undang Talmud. Kitab Ulangan (Ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan: Janganlah engkau membungakan uang kepada saudaramu, baik uang maupun bahan makanan atau apapun yang dapat dibungakan (Antonio, 2001).

Berdasarkan dari uraian di atas bahwa dalam ajaran Muslim dan non Muslim sama-sama telah melarang adanya riba. Karena riba mengandung unsur eksploitasi dan tidak

memakai konsep etika dan moralitas, yang dampaknya merugikan orang lain serta mencelakan umat manusia baik Muslim maupun non-Muslim. Dengan tidak adanya unsur riba dalam perbankan syariah, menjadikan salah satu daya tarik kalangan non-Muslim untuk menginvestasikan dananya di perbankan syariah. Dalam ajaran Islam pun diperbolehkan bermuamalah antara Muslim dan non-Muslim, selama tidak bertransaksi yang mengandung unsur riba, maisir, gharar, dan zalim. 7 Salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki nasabah non-Muslim adalah BSI KCP Stabat. Dalam menjalankan kegiatan usahanya bank syariah berperan sebagai lembaga yang menyalurkan dan menghimpun dana dari Masyarakat. Satu hal diketahui bahwa dari sekian banyak nasabah BSI KCP Stabat hampir seluruh nasabah non-Muslim memilih pembiayaan sertifikasi dan tabungan. Pembiayaan sertifikasi menggunakan akad ijarah multijasa.

Berdasarkan hasil observasi Jumlah nasabah non-Muslim yang aktif bulan oktober 2019 sebanyak 65 nasabah non Muslim. Diminatinya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya internal seperti aspek-aspek perilaku, sikap dan selera, dan bukan hanya faktor internal saja, ada banyak faktor eksternal yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan peneliti terhadap salah satu nasabah non-Muslim yaitu Bapak Aleng. Beliau merupakan nasabah pembiayaan sertifikasi bahwa untuk di BSI KCP Stabat untuk melakukan pembiayaan syarat yang harus di siapkan tidak menyulitkan nasabah. Jika berkas yang disiapkan sudah lengkap pencairan tidak memerlukan waktu lama hanya 2-3 hari. Hal lain yang menjadi pertimbangan nasabah-Non Muslim adalah di BSI KCP Stabat tidak membedakan ras, suku maupun agama. Bapak Aleng pun menambahkan salah satu faktor kenapa beliau memilih menjadi nasabah non-Muslim bahwa pelayanan di BSI KCP Stabat sangat baik dan memuaskan. Selain itu Ibu TC memaparkan bahwa pembiayaan sertifikasi di BSI KCP Stabat, plafon pembiayaan bisa mencapai 80 juta dan tidak memerlukan survey lokasi sebagai croscek ulang untuk agunan.

Beberapa Faktor inilah yang menjadi salah satu penentu keputusan non-Muslim Menjadi nasabah di bank syariah. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi nasabah non-Muslim menjadi nasabah di bank syariah. Karena melihat fenomena menarik, ketika sebagian masyarakat Muslim masih memperdebatkan dan bahkan masih banyak yang belum mengenal produk dan sistem

perbankan syari'ah, justru pada BSI KCP Stabat, kalangan non-Muslim beramai-ramai menikmati produk bank syari'ah tersebut. Peneliti ingin meneliti apakah ada faktor lain yang dapat menarik nasabah non-Muslim dalam mempengaruhi keputusannya untuk memilih jasa perbankan syariah

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Arikunto, 2019). Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat non Muslim di Langkat yang bertransaksi pada Bank syariah Indonesia KCP Stabat. Sampel berjumlah 50 orang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan instrumen angket, observasi, wawancara dan dokumentasi. Data angket atau skala *likert* yang telah di modifikasi dengan penilaian sebagai berikut: Sangat Setuju skor 5, Setuju skor 4, Netral skor 3, Tidak Setuju skor 2, dan Sangat Tidak Setuju skor 1. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan pengujian hipotesis melalui uji t (Sugiyono, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara individu atau sendiri-sendiri. Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

1. Ho = kualitas Produk Tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Stabat.
2. H1 = kualitas Produk Tabungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Stabat.

Tabel 1. Hasil Uji t

Model	T	Sig.
Constant	2,059	0,42
Kualitas Produk	3,313	0,001

Variabel Dependen: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas yaitu kinerja hasil uji t untuk pengaruh variabel kualitas Produk (X) terhadapkepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi (Sig.) dari variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0,001, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansikualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 disetujui. Hasilnya, variabel kualitas produk (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yaitu uji t H_1 dengan variabel kualitas produk sebagai variabel independen (X) nilai signifikansinya sebesar 0,001, artinya nilai signifikansi kualitas layanan dalam uji t lebih kecil daripada 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka kesimpulannya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,331 yang menandakan bahwa nilai koefisien positif menandakan ada hubungan searah antara variabel kualitas produk tabungan dengan kepuasan nasabah.

Hasil ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dan Fianto pada tahun 2020 menunjukkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan dengan dimensi variabel kenyamanan memiliki nilai mean variabel sebesar 3,92 yang berarti kategori baik, kemudian variabel keamanan memiliki nilai mean sebesar 4,23 yang berarti kategori sangat baik, variabel kemudahan memiliki nilai mean sebesar 4,48 yang berarti kategori sangat baik, variabel desain memiliki nilai mean 3,85 yang berarti kategori baik, dan variabel sistem aplikasi dengan nilai mean sebesar 4,18 yang berarti kategori baik. Sementara itu untuk variabelkepuasan nasabah memiliki nilai mean 4,14 yang berarti kategori baik.

Kesimpulan bahwa kualitas produk tabungan mempengaruhi kepuasan nasabah. Selain itu hasil ini juga diperkuat teori terkait kualitas layanan yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016) yaitu totalitas dan karakteristik produk atau layanan dalam hal kemampuannya untuk memenuhi harapan pelanggan disebut kualitas layanan. Definisi ini jelas berpusat pada pelanggan, kita bias mengatakan penjual telah memberikan kualitas dalam produk atau layanan untuk memenuhi harapan pelanggan. Sementara itu menurut Yang (2001), Kualitas layanan elektronik dengan standar yang tinggi merupakan suatu cara untuk memaksimalkan manfaat dari adanya internet dan perkembangan teknologi

Teori terkait atribut dan fitur suatu produk juga mendukung temuan penelitian ini. Menurut Tjiptono (1997) atribut produk merupakan unsur-unsur yang terkandung dalam produk dan dianggap penting oleh konsumen untuk digunakan dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan atau membeli produk tersebut. Suatu produk dapat ditawarkan dengan berbagai model dasar, model tanpa tambahan, dan fitur. Dengan menambahkan lebih banyak fitur, perusahaan dapat membangun tingkat pemodelan yang lebih tinggi dalam suatu produk, karakteristik yang dibangun oleh perusahaan tersebut merupakan saranakompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari pesaing (Firmansah, 2019).

Hal ini menyatakan bahwa agar bank bisa bertahan di era e-banking, bank harus memperoleh loyalitas dan kepuasan nasabah melalui fitur produk dan keunggulan layanan. Konsep teori ekonomi konvensional dan ekonomi Islam ada sebuah perbedaan yang cukup signifikan, dalam teori ekonomi mikro konvensional perilaku individu dalam setiap kegiatan ekonomi ditandai oleh tidak adanya batasan syariah, karena ekonomi konvensional beranggapan bahwa memasukan tatanan norma dalam perilaku individu untuk memenuhi kebutuhan ekonominya dianggap tidak relevan.

Hal ini berbeda dengan konsep ekonomi mikro Islam, faktor moral dan norma terangkum dalam tatanan syariah dan menjadi alat untuk mengambil keputusan, seperti halnya tidak boleh melakukan transaksi secara ribawi dan juga diharuskannya kita untuk peduli dengan kondisi sosial dengan cara bersedekah, infaq, wakaf, dan zakat.

Syariah sebagai batasan juga diterapkan pada lembaga perbankan yang berbasis syariah. Bank Syariah, menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, adalah bank yang melakukan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip Syariah yang telah ditetapkan dan diatur oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan prinsip keadilan dan keseimbangan, manfaat serta universalisme, dan tidak termasuk riba, gharar, maysir, dan benda-benda yang haram. Bank syariah juga wajib menjalankan fungsi sosial seperti lembaga baitul mal yang menerima zakat, wakaf, infaq, dan sedekah.

Salah satu produk digital dari Bank Syariah Indonesia yaitu BSI Mobile memiliki keunggulan dan ciri khas fitur yang membedakan dengan mobile banking dari perbankan konvensional, ciri khas tersebut terletak adanya fitur berbagi-ziswaf yang dimana fitur tersebut memudahkan seseorang untuk bersedekah, infaq, wakaf, dan zakat kapan saja dan dimana saja, selain itu dalam

BSI Mobile juga dilengkapi dengan kalkulator zakat profesi, zakat perdagangan, zakat emas, zakat tabungan, dan zakat maal yang memudahkan nasabah untuk menghitung atau mengetahui berapa besar zakat yang harus dibayarkan. Selain fitur berbagi-ziswaf, BSI Mobile juga memiliki fitur info layanan Islami, hal ini merepresentasikan bahwa keseimbangan dunia dan akhirat harus terpenuhi, jadi dengan adanya fitur layanan Islami juga berfungsi sebagai syiar terhadap agama Islam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai penelitian pengaruh kualitas Produk Tabungan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Stabat dengan menggunakan uji regresi linier uji hipotesis maka didapatkan hasil uji regresi linier dan uji t didapatkan hasil bahwasanya variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,331, hal ini menunjukkan bahwa nilai memiliki arah positif. Sementara untuk uji t didapatkan hasil bahwa nilai sig variabel kualitas produk sebesar 0,001 yang menandakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hendaknya dari hasil penelitian tersebut PT. Bank Syariah Indonesia Tbk yang telah menjadi bank syariah terbesar di Indonesia untuk terus konsisten dalam meningkatkan kualitas produk tabungan, sehingga nasabah akan mendapatkan kenyamanan dan kemudahan akses saat menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, S. (2019). *Penelitian Tindakan Kelas*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Hamidi, M. L. (2003). *Jejak-jejak Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Lewis, L. M. (2003). *Perbankan Syari'ah Prinsip Praktik Prospek*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- Sula, H. K. (2006). *Syari'ah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.

*Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Syari'ah Terhadap Minat Nasabah Non Muslim
Menabung Di Bank Syari'ah Indonesia Kcp Stabat*

Yuliana, R. (2022). *Perkembangan Bank Syariah di Indoneisa*. Jakarta: Media Guru Indonesia.