

Minat Nasabah Bank Konvensional Menggunakan Produk Dan Layanan Bank Syariah Studi Pada Masyarakat Desa Air Payang Kecamatan Pulau Laut

Rofiul Wahyudi¹
Niken Sri Rahayu²

¹Dosen Program Studi Perbankan Syariah
Universitas Ahmad Dahlan
e-mail: rofiul.wahyudi@pbs.uad.ac.id

²Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah
Universitas Ahmad Dahlan
e-mail: niken1700032033@webmail.uad.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian menganalisis dan mengetahui tingkat minat masyarakat nasabah bank konvensional yang ada di Desa Air Payang Kecamatan Pulau Laut untuk menggunakan Bank Syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Air Payang Kecamatan Pulau Laut. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas serta menggunakan teknik analisis data deskriptif *produk moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Desa Air Payang untuk menggunakan bank syariah sebanyak 13,36% hal ini berarti masyarakat berminat menggunakan produk dan layanan di bank syariah. selanjutnya, diikuti oleh faktor agama sebanyak 30,67 %, faktor pendidikan 8,37 %, faktor pribadi 29,90%, faktor promosi 21,67%, faktor lokasi 12,94%. Faktor Agama menjadi faktor yang paling dominan bagi masyarakat untuk berminat menjadi nasabah di bank syariah, kemudian diikuti dengan faktor pribadi, faktor promosi, faktor lokasi, serta faktor Pendidikan. Saran untuk penelitian berikutnya adalah menambahkan jumlah sampel yang lebih besar agar mendapatkan gambaran lebih luas dan mewakili.

Kata Kunci: *Bank Syariah; Bank Konvensional; Minat; Layanan dan Produk*

PENDAHULUAN

Peran lembaga keuangan dalam mobilisasi dana menjadi penting untuk pengaturan *surplus* ke *defisit*. Dalam hal proses transaksi melibatkan dua belah pihak melaksanakan kontrak untuk menjamin hak masing-masing. Sistem informasi menjadi sangat penting dalam elemen pelaksanaan kontrak karena berperan penting atas keberhasilan pasar kompetitif. Namun sebagian besar lembaga keuangan yang berkembang, terdapat informasi asimetris antara pemasok produk dan jasa keuangan, dimana membuat konsumen berada diposisi yang kurang menguntungkan dalam kontrak keuangan ini (Albaity & Rahman, 2019).

Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dalam Pasal 1 ayat (2) No. 10 menyebutkan bahwa perbankan yaitu merupakan sebuah lembaga badan usaha yang digunakan sebagai wadah menghimpun dana dari masyarakat yang dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkan lagi ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak dan terdiri dari dua jenis bank diantaranya bank konvensional dan bank syariah maka, indonesia sekarang ini telah mempercayai bank sebagai tempat penyimpanan uang dan kekayaan (Hakim, 2020).

Bank konvensional maupun bank syariah memiliki fungsi strategis yang umumnya berperan sebagai badan usaha intermediasi yang melayani jasa dan transaksi pembayaran, diantara dua tipe bank konvensional dan bank syariah akan merangsang keinginan nasabah dalam pemilihan terhadap minat menjadi calon nasabah (Rakhmah et al., 2014). Maka perbankan syariah hadir untuk menjalankan fungsinya sebagai perantara (*intermediary*) penghimpun dana yang berdasarkan kaidah-kaidah islam. Perbankan syariah tidak hanya bank yang bebas dari bunga tetapi bank syariah juga memiliki orientasi untuk pencapaian kesejahteraan. Dimana dalam sistem bunga yang ada dalam

bank konvensional telah menyulitkan masyarakat karena terbebani oleh bunga, dalam mengatasi hal tersebut maka masyarakat perlu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, keyakinan, serta kemampuan dalam mengelola informasi serta perjanjian dengan kontrak lembaga keuangan Islam (Mujaddid & Nugroho, 2019).

Munculnya perbankan syariah yang bebas riba menjadi pendorong bagi masyarakat Indonesia yang umumnya mayoritas beragama Islam mulai berpindah dari sebelumnya nasabah bank konvensional menjadi nasabah di bank syariah. Berpindahnya nasabah bank konvensional menjadi nasabah bank syariah disebabkan adanya pengetahuan dalam ajaran Islam untuk menjahui segala jenis perbuatan riba (Addury, 2017). Di era yang penuh dengan persaingan saat ini bank syariah didorong agar bisa lebih berorientasi dalam meningkatkan minat nasabah. melalui berbagai media informasi serta penciptaan produk yang lebih kompetitif dengan menciptakan perubahan, penyesuaian serta pengembangan produk yang bertujuan agar terciptanya kepuasan terhadap minat nasabah untuk menggunakan bank syariah (Andespa, 2017).

Seorang calon nasabah memiliki minat untuk menggunakan bank syariah disaat mereka merasakan adanya produk dan layanan didalam bank syariah menguntungkan bagi dirinya. Menurut Shaleh dan Wahab (2004) minat merupakan keinginan yang dimiliki seseorang dalam bertindak serta melakukan aktivitas dengan didasari atas perasaan senang. Oleh sebab itu minat erat kaitannya terhadap keinginan dari dalam individu untuk mulai berpartisipasi hingga terlibat langsung atas apa yang diminati (Damayanti, 2017).

Produk memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Terdapat produk atau jasa di perbankan syariah namun tidak dimiliki perbankan konvensional yaitu pada prinsip *mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*, *istishna*, *ijarah* dan lainnya, yang tidak mengandung unsur bunga didalamnya seperti yang ada di bank konvensional. Sebab perbankan syariah menerapkan sistem bagi hasil yang mengharamkan segala jenis riba atau bunga (Imran & Hendrawan, 2018). Hal ini tentunya akan dapat mempengaruhi sikap serta persepsi masyarakat terhadap bank syariah, karena masih banyak dari mereka yang menggunakan bank syariah dominan masih di pengaruhi tingkat kepercayaan terhadap agamanya, sehingga belum di dasari dari pemahaman rasional yang baik (Mubarak, 2018).

Ada beberapa faktor yang turut mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan Bank Syariah, diantaranya adalah; Faktor Agama, Pendidikan, Pribadi, Lokasi, dan Promosi.

Faktor Agama/Religiusitas; Agama adalah satu kesatuan tingkah laku yang dilakukan oleh manusia yang merupakan perbuatan terpuji untuk mendapatkan ridho dari Allah yang maha. Agama bukan hanya sekedar bentuk ibadah yang dilakukan dalam bentuk sholat dan melantunkan do'a, namun agama merupakan serangkaian aturan yang mengatur baik dari kegiatan ibadah maupun dalam bentuk lain lebih dari kegiatan itu (Setyaningsih, 2017).

Jika seseorang telah memiliki pemahaman yang baik dan mendalam serta melaksankannya dalam kegiatan sehari-hari maka ajaran agama yang dipercayai tersebut akan berpengaruh pada setiap tindakan dari individu lakukan dalam menjalankan kehidupannya, dengan menunjukkan perilaku & karakteristik yang menggambarkan bentuk ketakwaan terhadap agama yang dianutnya (Setyaningsih, 2017). Agar bisa mencapai kebahagiaan dunia maupun akhirat (Rinuastuti et al., 2018).

Faktor Pendidikan; Pendidikan merupakan proses dari belajar serta mencari pengetahuan melalui berbagai proses pengajaran ataupun pelatihan. Pendidikan terjadi melalui bimbingan yang didapat dari orang lain ataupun bisa terjadi secara alami. Dalam hal ini pendidikan menjadi bagian yang dapat mendorong keinginan seseorang untuk menggunakan bank syariah. Sebab jika tingkat pendidikan seseorang tinggi akan mempengaruhi luasnya wawasan orang tersebut sehingga mudah untuk menerima informasi tentang perbankan syariah (Rahmani & Asnita, 2020).

Faktor pendidikan memiliki indikator diantaranya yaitu jenjang pendidikan dan kesesuaian jurusan, adanya pendidikan yang memadai akan memberi pengaruh terhadap tingginya tingkat

pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan pada bank syariah namun sebaliknya semakin rendahnya pendidikan maka akan sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah yang minim pula dalam penggunaan produk dan layanan perbankan syariah (Desiana et al., 2018).

Faktor Pribadi; Faktor kepribadian didefinisikan sebagai bentuk karakteristik psikologis yang dimiliki masing-masing individu dan setiap individu berbeda dengan individu-individu lainnya. Oleh sebab itu setiap individu mempunyai kepribadian yang khas dan unik (Roni Andespa, 2017).

Faktor kepribadian dianggap penting terhadap minat menggunakan bank syariah dikarenakan kepribadian merupakan karakteristik yang dimiliki seseorang, dan setiap orang akan berbeda karakteristiknya dengan orang lain. Maka keputusan menggunakan atau juga membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang terdiri dari indikator-indikator berikut ini menurut Andespa (2017) yaitu Usia atau tingkatan kehidupan, Profesi, Kondisi ekonomi dan Gaya hidup atau kepribadian

Faktor Promosi; Promosi adalah arus informasi atau persurasi yang bersifat ajakan dengan tujuan menarik minat pembeli yang pada awalnya tidak memiliki keinginan untuk membeli hingga menjadi tertarik lalu terlibat langsung dalam pembelian dan mengingat produk tersebut. Sehingga promosi menjadi media dalam suatu perusahaan untuk dapat memperkenalkan produk kepada konsumen (Maward, 2018).

Promosi adalah suatu aktivitas yang dilaksanakan para perusahaan dalam mengenalkan keunggulan-keunggulan atas produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Promosi terdiri dari dua bagian yaitu promosi penjualan (trade promotion), promosi konsumen (consumer promotion). Promosi penjualan dilaksanakan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan dari produk, sedangkan promosi konsumen bertujuan untuk membuat konsumen tetap loyal terhadap produk yang dikeluarkan perusahaan tersebut dengan cara memberikan reward kepada konsumen secara langsung. Tujuan dilakukannya kegiatan promosi yaitu agar pelanggan lebih mengetahui dan mengenal perihal produk yang dipasarkan (Mujib, 2016).

Faktor Lokasi; Lokasi merupakan tempat untuk menjalankan segala kegiatan yang ada di perusahaan tersebut sehingga pemilihan lokasi yang strategis akan memudahkan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pemilihan lokasi yang strategis bisa menentukan tercapainya suatu tujuan dari badan usaha. Lokasi yang strategis tentunya akan mempengaruhi keputusan konsumen (Tyas & Setiawan, 2012). Maka dalam pemilihan lokasi suatu perusahaan perlu adanya indikator-indikator pertimbangan yang harus diperhatikan diantaranya mudah dijangkau serta pusat keramaian.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis minat nasabah bank konvensional untuk menggunakan produk dan layanan yang ada di bank syariah berdasarkan faktor-faktor tersebut. Penelitian ini dilakukan di Desa Air Payang, Kecamatan Pulau Laut yang menggunakan bank Syariah, dengan jumlah responden sebanyak 96 nasabah, dengan berbagai latar belakang Pendidikan dan pekerjaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif untuk melihat Faktor-faktor minat nasabah bank konvensional menggunakan produk dan layanan bank syariah. Populasi dalam penelitian ini Masyarakat Kecamatan Pulau Laut yang berpenduduk 2.214 orang yang terdiri dari tiga desa. Peneliti tidak dapat mengambil semua sampel sebab keterbatasan waktu, dana, dan tenaga maka peneliti dapat mengambil hanya beberapa dari keseluruhan responden (Imran & Hendrawan, 2018). Adapun teknik pengambilan sampel yang dapat di ambil dalam penelitian ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut;

$$N = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Dimana:

a = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Sumber data penelitian ini akan menggunakan data primer yaitu penyebaran kuesioner melalui pertanyaan-pertanyaan yang bersumberkan indikator dari setiap variabel yang diuji dengan validitas dan reliabilitas untuk memastikan semua item pertanyaan memenuhi kaidah akademis. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif product moment. Metode analisis deskriptif yaitu merupakan sebuah metode dengan cara analisis data menggunakan metode dengan mendapatkan, menyusun, mengklarifikasi, menganalisis serta menginterpretasikan agar mendapat peroleh berupa gambaran terkait dari permasalahan yang di hadapi (Damayanti, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah data penelitian yang kami peroleh dilapangan dan kami kelompokkan berdasarkan masing-masing kriteria yang telah ditentukan;

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1; Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Freakuensi	Presentase (%)
1	Laki – laki	58	60,4 %
2	Perempuan	38	39,6 %
Total		96	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 1 menunjukkan Responden laki-laki sebanyak 58 orang (60,4%) orang dan untuk responden perempuan sebanyak 38 orang (39,6%) maka total responden pada penelitian ini ada 96 orang dari sebagian jumlah sampel masyarakat yang tinggal di Desa Air Payang. Sehingga di simpulkan jumlah responden laki-laki pada penelitian ini lebih mendominasi di bandingan responden perempuan.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Nasabah	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Frekuensi	Presentase
1	17-20	6	6,3 %
2	21 – 30	65	67,7 %
3	31 – 40	14	14,6 %
4	41– 50	9	9,4 %
5	50-60	2	2.1 %
	Total	96	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 4.2 menunjukkan jika responden dengan usia 17-20 tahun menjawab ada 6 orang dari presentase 6,3 %, usia 21-30 tahun 65 orang (67,7 %), usia 31- 40 tahun 14 orang dengan presentase 14,6 %, berusia 41-50 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase 9,4 % dan usia 50 – 60 tahun sebanyak 2 orang atas 2,1 %. Dari uraian diatas maka disimpulkan sebagian besar responden adalah berusia 21-30 tahun.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Kategori Nasabah	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Frekuensi	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	17	17,7 %
2	Pegawai Negeri	14	14,6 %
3	Pegawai Swasta	46	47,9 %
4	Wiraswasta (Nelayan, Berkebun, Usaha UMKM dll)	19	19,8%
	Total	96	100 %

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 4.3 menunjukkan responden dalam katagori pelajar/mahasiswa sebanyak 17 orang (17,7%), pegawai negeri sebanyak 14 orang (14,6%), pegawai swasta sebanyak 46 orang (47,9%), dan wiraswasta (Nelayan, Berkebun, Usaha UMKN dll) sebanyak 19 orang (19,8%). Maka dari uraian diatas dapat disimpulkan sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Kategori Pendidikan	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Frekuensi	Presentase
1	Tidak Sekolah	-	-
2	SD	-	-
3	SMP	4	4,2 %
4	SMA	60	62,5 %
5	S1	32	33,3 %
6	S2	-	-
	Total	96	100%

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 4 menjelaskan jika jenjang akhir pendidikan responden bervariasi dari tidak sekolah dan SD tidak ada responden sementara SMP sebanyak 4 orang dengan presentase 4,2 %, SMA sebanyak 60 orang dengan presentase 62,5 %, S1 sebanyak 32 orang dengan presentase 33,3 % sementara S2 juga tidak ada responden. Maka dapat disimpulkan penelitian ini sebagian besar pendidikan akhir responden yaitu lulusan SMA.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Kategori Nasabah	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Frekuensi	Presentase
1	500.000	20	20,8 %
2	1.000.000 – 2.000.000	38	39,6 %
3	2.000.000 – 5.000.000	30	31,1 %
4	5.000.000	8	8,3 %
	Total	96	100%

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Tabel 5 yang diperoleh diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan perbulan Rp. < 500.000 sebanyak 20 orang dengan presentase 20,8 %, Rp. 1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 38 orang dengan presentase 39,6 %, Rp. 2.000.000 – 5.000.000 sebanyak 30 orang dengan presentase 31,3 % dan untuk diatas Rp > 5.000.000 sebanyak 8 orang dengan presentase 8,3 %. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpenghasilan perbulan Rp. 1.000.000 – 2.000.000 perbulan.

Faktor Minat Terhadap Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah

Hasil uji data analisis data deskriptif yang dihasilkan oleh rekapitulasi tanggapan kuesioner faktor minat menunjukkan skor rata-rata 13,36 dari total responden 96 diwakili dengan 3 pertanyaan itu artinya masyarakat Desa Air Payang berminat menggunakan produk dan layanan di bank syariah didukung dengan jawaban responden pada pertanyaan saya berminat menggunakan perbankan syariah

sebab produk pada bank syariah tentunya sesuai dengan syariat islam (M2) dengan didapat jumlah rata-rata paling tinggi dari tiga pertanyaan tersebut yaitu 4,54 sehingga menjadi alasan masyarakat mulai bersifat menerima reaksi positif terhadap suatu objek atau rangsangan atau yang disebut sebagai minat objektif.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Imran & Hendrawan, 2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah” yang menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat dari rangsangan minat di sebabkan oleh kesesuaian syariat.

Faktor Agama Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah

Hasil uji data analisis data deskriptif yang dihasilkan oleh rekapitulasi tanggapan kuesioner faktor agama/religius menunjukkan skor rata-rata 30,67 dari total responden 96 diwakili dengan 7 pertanyaan itu artinya faktor agama/religiusitas menjadi variabel tertinggi dengan jumlah rata-rata 30,67 sehingga mendorong masyarakat yang ada di Desa Air Payang Kecamatan Pulau Laut untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah di dukung dengan jawaban responden pada pertanyaan kedua Saya menggunakan perbankan syariah karena merupakan bank islam dengan rata-rata 4,53 karena masyarakat sudah mulai terbuka terhadap aturan-aturan dari kepercayaan agama yang diantutnya dengan mengaplikasikannya melalui perilaku di kehidupan sehari-hari.

Temuan penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Yuda et al., 2019) dengan judul “Pengaruh layanan, Agama, dan Tingkat Pendapatan oleh Minat Menabung 2019 “(Studi Kasus Bank Bri Syariah Cabang Palur Karanganyar)” Agama/Religiusitas menjadi salah satu pendorong tertarik menabung di Bank BRI Syariah.

Faktor Pendidikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah

Hasil uji data analisis deskriptif yang dihasilkan oleh rekapitulasi tanggapan kuesioner dalam faktor pendidikan menunjukkan skor rata-rata 8,37 dari total responden 96 diwakili dengan 2 pertanyaan dengan memberi jawaban setuju sehingga pertanyaan dua menjadi pertanyaan yang memiliki nilai skor paling tinggi dengan rata-rata 4,21 dari pertanyaan saya berminat menggunakan produk dan layanan di bank syariah karena informasi yang saya dapat dari kesesuaian pendidikan saya sehingga dapat disimpulkan faktor pendidikan juga menjadi alasan nasabah untuk menggunakan produk dan layanan di bank syariah. karena semakin tinggi pendidikan maka akan semakin bertambah tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Desiana et al., 2018) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasikmalaya”. Pendidikan menjadi bagian dari faktor pendorong preferensi masyarakat ingin menggunakan perbankan syariah.

Faktor Pribadi Terhadap Minat Masyarakat untuk Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah

Hasil uji data analisis deskriptif yang dihasilkan oleh rekapitulasi tanggapan kuesioner dalam faktor pendidikan menunjukkan skor rata-rata 29,90 dari total responden 96 diwakili dengan 7 pertanyaan dengan pertanyaan pertama yang memiliki nilai skor paling tinggi dengan rata-rata 43,9 dari pertanyaan ketika usia mulai bertambah akan mulai berminat menggunakan produk dan juga layanan bank syariah karena keputusan menggunakan atau juga membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Roni Andespa, 2017) dengan judul “Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah”. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepribadian dan konsep diri yang dimiliki oleh masyarakat Sumatera Barat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabungnya di bank syariah.

Faktor Promosi Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah

Hasil uji data analisis deskriptif yang dihasilkan oleh rekapitulasi tanggapan kuesioner dalam faktor pendidikan menunjukkan skor rata-rata 21,67 dari total responden 96 diwakili dengan 5 pertanyaan dengan pertanyaan satu menjadi pertanyaan yang memiliki nilai skor paling tinggi dengan rata-rata 4,47 dari pertanyaan saya akan berminat memakai produk dan layanan bank syariah karena tertarik dengan produk-produknya yang sesuai dengan syariat islam diartikan promosi yang baik memicu keinginan masyarakat untuk menggunakan produk yang ada di bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Aniarsih & Sunardi, 2019) dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Kelurahan Kelapa Dua-Tangerang)” Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi dimiliki oleh masyarakat Sumatera Barat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah

Faktor Lokasi Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah

Hasil uji data analisis deskriptif yang dihasilkan oleh rekapitulasi tanggapan kuesioner dalam faktor pendidikan menunjukkan skor rata-rata 12,94 dari total responden 96 diwakili dengan 3 pertanyaan dengan pertanyaan satu yang memiliki nilai skor paling tinggi dengan rata-rata 4,36 dari pertanyaan variabel lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan mempengaruhi minat saya untuk mulai tertarik menjadi nasabah di bank syariah dengan demikian pilihan lokasi yang strategis menentukan tercapainya suatu tujuan dari badan usaha.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu oleh (Tyas & Setiawan, 2012) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang” Hasil pengujian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh atas keputusan untuk menabung.

KESIMPULAN

Hasil temuan dapat disimpulkan bahwa faktor agama/Religiusitas menjadi faktor yang paling dominan bagi masyarakat untuk berminat menjadi nasabah di bank syariah, kemudian diikuti dengan faktor pribadi, faktor promosi, faktor lokasi, serta faktor pendidikan. Saran untuk penelitian berikutnya adalah menambahkan jumlah sampel yang lebih besar agar mendapatkan gambaran lebih luas dan mewakili.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, M., & Lubis, I. (2015). Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa Sma Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(6), 14859.
- Addury, M. M. (2017). Bank Syariah Dalam Perspektif Nasabah Muslim. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 3(1), 1–21.
- Afriadi. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)*.
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The Intention To Use Islamic Banking: An Exploratory Study

- To Measure Islamic Financial Literacy. *International Journal Of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/Ijoem-05-2018-0218>
- Andespa. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1).
- Aniarsih, F., & Sunardi. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Kelurahan Kelapa Dua-Tangerang). *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 62.
- Banowati, M. M., & Sholeh, M. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 15(1), 20–26. <https://doi.org/10.21831/Jep.V15i1.20299>
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.25105/Jmpj.V9i1.1412>
- Dayyan, M., Fahriansah, & Juprianto. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (Jim)*, Vol. 1(No. 1), H. 1-19.
- Hakim. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 1(No. 1), 1–13.
- Herdian Susandra. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Mahasiswa Terhadap Kode Etik Akuntan Publik*. 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Indi. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah. *Journal Fakultas Ekonomi*.
- Kamal, H. (2014). Menelusuri Fatwa Dsn-Mui Tentang Ekonomi Syari ' Ah (Produk Penghimpunan Dana). *Jurnal Muamalah*, 4(2), 27–32.
- Khurniya. (2017). *Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi*.
- Mubarak, F. K. (2018). Peran Sosialisasi Dan Edukasi Dalam Menumbuhkan Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah. *Inovasi*, 14(2), 113–122. <https://doi.org/10.29264/Jinv.V14i2.4119>
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Mujib, A. (2016). Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Perbankan Syariah*, 1(1), 75–99.
- Rahman. (2013). *Analisis Faktor Perpindahan Konsumen (Customer Switching) Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Kota Bengkulu*.
- Rakhmah, Wahyuni, S., Miftakur, S., Adalah Mahasiswa, R., Studi, P., Fkip Unej, E., & S. (2014). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 Dan 2012 Fkip Universitas Jember). *Mahasiswa Angkatan 2011 Dan 2012*.
- Roni Andespa. (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 1–14.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.21043/Equilibrium.V4i1.1837>
- Sari, E. (2019). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh (Skripsi)*.
- Saud, I. M., Teguh, I., Nugraheni, P., Ekonomi, F., & Yogyakarta, U. M. (2018). *Analisis Faktor*

- Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih Ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di D . I . Y). 14(2).*
- Triana, D., & Oktavianto, W. O. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi, 1(1)*, 182–190.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 3(2)*, 277. <https://doi.org/10.18326/Muqtasid.V3i2.277-297>
- Widi, R. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic, 8(1)*, 27–34.
- Wilarjo, S. B. (2005). Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Igarss 2014, 2(1)*, 1–5.
- Zulfikar Matodang. (2019). Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Applied Mechanics And Materials, 6(1)*. <https://doi.org/10.4028/Www.Scientific.Net/Amm.496-500.1510>