



### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Tabungan Pendidikan pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya**

**Dea Fikri Haykal<sup>1</sup>, Imam Abdul Rozak<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Latifah Mubarakiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Musaddadiyah, Garut, Indonesia

[deafikri12@gmail.com](mailto:deafikri12@gmail.com)

#### **Abstract**

*This research discusses the factors that influence customers' interest in education savings products as one of the new products offered by PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. This research uses quantitative methods. This data collection technique with field studies through observation, questionnaires, interviews, and documentation. Data analysis techniques with instrument test using validity, reality and normality test while for hypothesis testing using simple regression analysis, simultaneous test F (f test), partial test (t test), and calculation test Coefficient Determination. The results showed: factors that influence interest include service, ratio for results, religiosity, and promotion factors. The development of educational savings products is always increasing every year. This can be blinded by the increasing number of education savings customers in PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.*

**Keywords:** Interests, Customers, Savings, Education

#### **Abstrak**

*Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan pendidikan sebagai salah satu produk baru yang di tawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini dengan studi lapangan melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan uji instrument menggunakan uji validitas, realibilitas dan normalitas sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana, Uji simultan F (uji f), uji parsial (uji t), dan uji perhitungan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menunjukkan: faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah pelayanan, nisbah bagi hasil, religiusitas, dan faktor promosi. Perkembangan produk tabungan pendidikan selalu setiap tahunnya selalu meningkat. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan pendidikan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.*

**Kata Kunci:** Minat, Nasabah, Tabungan, Pendidikan

#### **PENDAHULUAN**

Sejak awal kelahirannya perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan *renaissance* Islam modern : neorevivalis dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan AsSunnah.<sup>1</sup> Menurut pasal 1 undangundang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan undang-

---

<sup>1</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), hlm. 18. <sup>2</sup> Makhallul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII press, 2002), hlm. 112.

undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup>

Bank syariah sebagai salah satu lembaga keuangan di Indonesia telah menghadirkan warna baru dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Kehadirannya seakan menjadi solusi terhadap berbagai keterpurukan ekonomi yang dihadapi oleh negeri ini. Asas keadilan, keterbukaan dan kemitraan yang menjadi prinsip Bank Syariah adalah nilai lebih tersendiri yang coba ditawarkan oleh Bank Syariah.<sup>2</sup> Bank syariah hadir menawarkan berbagai alternatif dan variasi produk yang menjadi daya tarik konsumen. Salah satu produk penghimpunan dana yaitu tabungan, giro dan deposito. Produk ini selanjutnya diklasifikasikan lagi berdasarkan akad antara nasabah dengan pihak bank dengan menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Selanjutnya nasabah berhak memilih produk mana yang akan diambil dari bank tersebut.

Keberadaan perbankan syariah sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan diharapkan dapat menggerakkan sektor riil. Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga. Baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.

Menabung merupakan salah satu tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.<sup>3</sup>

*Mudharabah Mutlaqah* merupakan akad perjanjian antara dua pihak yaitu pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*), yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah. *Shahibul maal* tidak memberikan kewenangan yang sangat besar kepada *mudharib* untuk menjalankan aktivitas usahanya, asalkan sesuai dengan prinsip syariah Islam.

BNI Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya merupakan beberapa contoh dari sekian banyak bank syariah yang ada di Indonesia yang mengembangkan produk tabungan pendidikan anak sekolah khususnya di Tasikmalaya, yang juga menerapkan sistem bagi hasil. Dengan akad ini bank selaku *shahibul maal* akan memanfaatkan semaksimal mungkin dana yang ditiptkan dari para nasabah agar pihak yang memiliki dana dan yang akan mengelola dana tersebut dapat saling memperoleh keuntungan atau manfaat yang diharapkan. BNI Syariah Kantor cabang Tasikmalaya terdapat tabungan perencanaan atau investasi masa depan yang bermanfaat membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah haji dan umrah, pendidikan ataupun rencana lainnya. Akan tetapi rencana tabungan pendidikanlah yang lebih diminati oleh masyarakat, karena dengan

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 189.

<sup>3</sup> Dr. Muhammad Syafi'I Antonio, op. cit., hlm. 153.

semakin tingginya biaya pendidikan sekolah para orang tua merasa tabungan pendidikan adalah pilihan yang lebih tepat untuk perencanaan pendidikan anaknya. Selain itu manfaat dari tabungan pendidikan ini ialah adanya perlindungan Asuransi jiwa dan kesehatan.

Manfaat kepemilikan tabungan pendidikan bagi nasabah adalah bagi hasil yang kompetitif, kemudahan perencanaan keuangan untuk jangka panjang, perlindungan asuransi, dan yang paling penting adalah jaminan pencapaian target dana yang diharapkan nasabah karena tabungan pendidikan menggunakan sistem setoran bulanan dengan cara mendebet rekening afiliasi pada tanggal 5 setiap bulan, sehingga nasabah tidak perlu datang ke BNI Kantor Cabang Tasikmalaya untuk menyetor ke rekening BNI Tapenas. Adapula tabungan pendidikan yang bekerjasama langsung dengan instansi sekolah baik bagi SMP/SMA. Ketentuan Tabungan Pendidikan ini adalah apabila rekening induk (rekening orang tua/wali) tidak menyediakan uang setoran bulanan selama jangka waktu tiga bulan maka saldo tabungan pendidikan akan secara otomatis cair dan dimasukkan kembali ke rekening induk dan mengakhiri komitmen antara bank dan nasabah. Sedangkan manfaat untuk bank sendiri adalah produk tabungan pendidikan ini merupakan produk penghimpun dana jangka panjang dengan jangka waktu minimal 1 tahun dan maksimal 17 tahun.

<b>Faktor-faktor</b>	<b>Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan Tahun 2013</b>	<b>Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan Tahun 2014</b>
Pelayanan	3067	4770
Nisbah bagi hasil	2143	3364
Religiusitas	2655	3982
Promosi	4405	5364

Berdasarkan keempat faktor diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan pendidikan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya mengalami peningkatan. Sehingga dapat di asumsikan bahwa apabila minat nasabah meningkat, maka jumlah nasabah tabungan pendidikan meningkat. Dan apabila minat nasabah menurun maka jumlah nasabah tabungan pendidikan menurun.

## **METODE**

Metode penelitian adalah lapangan (*fieldresearch*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.<sup>4</sup> Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain.<sup>5</sup> Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan kepada responden penelitian, Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:Alfabeta,2008), hlm.

<sup>5</sup> Suharsimi Arikunt+o, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*(Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm.

dari sejumlah responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literature, jurnal, atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.<sup>6</sup>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Analisis pengaruh minat nasabah terhadap tabungan pendidikan diawali dengan melakukan uji validitas. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur minat nasabah tentang tabungan pendidikan. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan software *SPSS 17.00*. Data dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,05.

**Tabel 4.1**

Uji Validitas Variabel X (Minat Nasabah)

PERTANYAAN	r hitung	r table	KETERANGAN
1	0,345	> 0,1654	VALID
2	0,916	> 0,1654	VALID
3	0,948	> 0,1654	VALID
4	0,948	> 0,1654	VALID

**Tabel 4.2**

Uji Validitas Variabel Y (Tabungan Pendidikan)

PERTANYAAN	r hitung	r table	KETERANGAN
1	0,617	> 0,1654	VALID
2	0,728	> 0,1654	VALID
3	0,707	> 0,1654	VALID
4	0,724	> 0,1654	VALID

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian ini valid yaitu ditunjukkan dengan nilai-nilai r hitung > r tabel (0,1654) dan bernilai positif.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui indeks kepercayaan atas instrument penelitian. Uji reliabilitas ini diukur dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari r tabel (0,1654). Berdasarkan analisis menggunakan program *SPSS* maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai R Tabel (n=50)( $\alpha$ =5%)	Keterangan

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 122.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa semua nilai koefisien reliabilitas r hitung lebih besar dari r tabel (0,1654). Jadi seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu

## 2. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi

**Tabel 4.4**

Minat Nasabah	0,814	> 0,1654	Reliabel	Analisis Regresi Linier
Tabungan Pendidikan	0,638	> 0,1654	Reliabel	

Sederhana

### Coefficients<sup>a</sup>

Diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item-item yang ada di dalam kuesioner mampu mengukur peubah yang didapatkan dalam penelitian ini. Maksudnya untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dilihat jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

$$Y = a + (bx)$$

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.066	1.283		7.066	.000
X	.447	.072	.531	6.203	.000

a. Dependent Variable: Y

Variabel Y (tabungan pendidikan) ialah koefisien = 9,006, sedangkan koefisien variabel X (minat nasabah) 0,447. Model regresi berdasarkan hasil **=9.066+0,447X**

Pada persamaan regresi di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 9,066. Hal ini menyatakan bahwa jika variabel minat nasabah dianggap konstan atau bernilai 0 (nol), maka minat nasabah dalam menggunakan tabungan pendidikan akan meningkat sebesar 0,447 satuan atau 44,7 %. Koefisien regresi pada variabel account officer berarah positif dan signifikan sebesar 0,531, hal ini berarti jika variabel minat nasabah bertambah satu satuan maka variabel minat nasabah dalam menggunakan tabungan pendidikan bertambah sebesar 0,531 satuan atau sebesar 53,1%.

### b. Uji Pengaruh Simultan F

Untuk mengetahui sejauh mana minat nasabah terhadap tabungan pendidikan maka di lakukan uji F dengan asumsi :

- a) Apabila nilai signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.

- b) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.

**Tabel 4.5**

Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>b</sup>**

- c) Apabila nilai statistik t hitung lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$ .

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.161	1	72.161	38.475	.000 <sup>a</sup>
	Residual	183.799	98	1.876		
	Total	255.960	99			

a. Predictors: (Constant), X

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa variabel X (minat nasabah) dan Y (Tabungan Pendidikan) diperoleh dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$  yang berarti memiliki pengaruh.

**c. Uji Parsial (Uji T)**

**Tabel 4.6**

Uji Parsial (Uji T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.066	1.283		7.066	.000
X	.447	.072	.531	6.203	.000

Hasil uji t untuk variabel minat nasabah (X) diperoleh nilai t hitung 6,203 dan t tabel sebesar 1.66055. Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari pada t tabel serta variabel X nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian variabel X (minat nasabah) signifikan karena nilainya kurang dari 0,05 mempengaruhi secara signifikan terhadap tabungan pendidikan (Y).

**d. Uji koefisien**

**Determinasi**

Pengukuran seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat model. Jika  $r^2$  sama dengan 1. maka angka tersebut menunjukkan garis regresi cocok dengan data sempurna. Kriteria koefisien  $0 =$  tidak ada kolerasi antara dua variabel

$>0 - 0,25 =$  kolerasi sangat lemah

$>0,25 - 0,5 =$  kolerasi cukup

- >0,5 – 0,75 = kolerasi kuat
- >0,75 - 0,99 =kolerasi sangat kuat

Koefisien determinasi bahwa  $r^2$  merupakan rasiovariabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan nilai variabilitas nilai data asli.  $R^2$  digunakan sebagai informasi mengenai kecocokan model. Adapun hasil pengujian dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.7**

Analisis Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531 <sup>a</sup>	.282	.275	1.36949

a. Predictors: (Constant)

X Nilai koefisien korelasi R bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas (minat nasabah) terhadap variabel terikat (tabungan pendidikan). Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi R mencapai 0.531. Artinya nilai tersebut menjelaskan bahwa hubungan minat nasabah pada tabungan pendidikan adalah kuat. Hal tersebut sesuai dengan tabel pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, sebab nilai 0.531 terletak diantara >0,5 – 0,75 Sedangkan nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk Hasil Rekapitulasi Minat Nasabah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat yaitu pilihan konsumen. Dari tabel diatas diperoleh nilai  $R^2 = 0.282$  yang artinya bahwa variabel minat nasabah (X) berpengaruh sebesar 28,2% terhadap tabungan pendidikan (Y). Sedangkan sisanya 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik dengan produk bank BNI syariah karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya	36 %	63 %	1 %	-	-
2	Saya tertarik dengan produk bank BNI Syariah karena banyak keuntungan yang bisa saya dapatkan	34 %	63 %	3 %	-	-
3	Saya tertarik dengan bank BNI syariah karena saya ingin mencoba menggunakan produk bank tersebut.	35 %	64 %	1 %	-	-

**3. Hasil Rekapitulasi Minat Nasabah**

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS terhadap kuesioner variabel X ( Minat Nasabah ) di dapat hasil sebagai berikut :

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataanvariabel minat nasabah bahwa responden lebih banyak menjawab tertarik menggunakan produk PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya karena sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebanyak 59%. Hal ini berarti alasan utama responden memilih bertransaksi di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya sebagian besar karena faktor agama.

#### 4. Hasil Rekapitulasi Tabungan Pendidikan

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS terhadap kuesioner variabel Y ( Tabungan Pendidikan ) didapat hasil sebagai berikut :

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan variabel tabungan pendidikan ialah bahwa responden lebih banyak menjawab produk tabungan pendidikan lebih memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan produk bank lainnya sebanyak 51%. Hal ini berarti alasan utama nasabah dalam memilih produk tabungan pendidikan PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya ialah karena keunggulannya di banding produk bank lain. Sehingga tugas PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya disini ialah terus melakukan upaya untuk terus meningkatkan kualitas dan manfaat dari setiap produk yang ditawarkan khususnya tabungan pendidikan.

Hasil Rekapitulasi Tabungan Pendidikan

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat memilih produk tabungan pendidikan karena sesuai dengan harapan nasabah	37 %	62 %	1 %	-	-
2	Saya berminat memilih produk tabungan pendidikan karena lebih bermutu dan sesuai keinginan nasabah	40 %	59 %	1 %	-	-
3	Saya berminat memilih produk tabungan pendidikan karena memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan produk bank lainnya	51 %	48 %	1 %	-	-
4	Saya berminat memilih produk tabungan pendidikan karena nisbah bagi hasil menguntungkan nasabah	39 %	61 %	-	-	-

#### Analisa

Dalam hal keputusan pembelian suatu produk tentunya ada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen, begitupun dalam hal keputusan menjadi nasabah di bank syariah ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat sehingga menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya antara lain :

##### 1. Faktor Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.Pelayanan

merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Dalam hal ini PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya tentunya berupaya untuk memberikan jasa atau pelayanan yang baik kepada para nasabahnya sehingga mereka merasa aman dan nyaman untuk bertransaksi di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya diantaranya dengan berbagai pelayanan sebagai berikut :

a. Kecepatan Transaksi (*Teller*)

Dalam hal ini peraturan kecepatan untuk teller diberi batasan waktu maksimal 5 menit dalam satu kali transaksi. Aturan ini ditetapkan agar seluruh nasabah yang bertransaksi di PT. Bank BNI Syariah mendapatkan pelayanan kecepatan transaksi dengan mudah dan cepat.

b. Budaya 5S (*Senyum, Salam, Sapa, Sopan dan Santun*)

Setiap karyawan/karyawati diharuskan membudayakan 5S ini agar seluruh nasabah yang bertransaksi mendapatkan pelayanan kenyamanan. Hal ini merupakan faktor yang paling penting untuk menarik masyarakat agar tertarik menggunakan produk-produk yang ada di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.

c. Pemberian Informasi yang Lengkap (*Customer Service*)

Tugas *Customer Service* disini ialah memberikan setiap informasi yang di butuhkan oleh setiap nasabah baik itu informasi mengenai produk yang di tawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya juga informasi lain yang nasabah butuhkan.

d. Kemudahan dalam Bertransaksi

PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya memberikan kemudahan dalam setiap transaksi para nasabahnya sehingga nasabah puas dan nyaman untuk melakukan transaksi di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.

## 2. Nisbah Bagi Hasil

Bagi hasil bisa dikenal juga dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Dalam aplikasinya, mekanisme penghitungan bagi hasil dapat dilakukan dengan dua macam pendekatan, yaitu :

- Pendekatan *profit sharing* (bagi laba). Penghitungan menurut pendekatan ini adalah hitungan bagi hasil yang berdasarkan pada laba dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan biaya usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut.
- Pendekatan *revenue sharing* (bagi pendapatan). Penghitungan menurut pendekatan ini adalah perhitungan laba didasarkan pada pendapatan yang diperoleh dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha sebelum dikurangi dengan biaya usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Nisbah bagi hasil yang di tawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya pada produk tabungan pendidikan ini menggunakan akad *mudharabah* untuk perencanaan masa depan berdasarkan prinsip syariah adalah sebesar 45% bagi nasabah dan 55% bagi bank. Tentunya nisbah bagi hasil ini mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasanya. Karena

ketika nisbah yang di berikan oleh pihak bank dianggap menguntungkan maka nasabah akan tertarik.

### 3. Religiusitas

Islam menyangkut lima hal yakni aqidah, ibadah, amal, akhlak (ihsan) dan pengetahuan. Aqidah menyangkut keyakinan kepada Allah, Malaikat, Rasul dan seterusnya. Ibadah menyangkut pelaksanaan hubungan antar manusia dengan Allah. Amal menyangkut pelaksanaan hubungan manusia dengan sesama makhluk. Akhlak merujuk pada spontanitas tanggapan atau perilaku seseorang atau rangsangan yang hadir padanya. Sementara Ihsan merujuk pada situasi dimana seseorang merasa sangat dekat dengan Allah SWT. Ihsan merupakan bagian dari akhlak positif seseorang mencapai tingkatan yang optimal, maka ia memperoleh berbagai pengalaman dan penghayatan keagamaan, itulah ihsan dan merupakan akhlak tingkat tinggi. Selain keempat hal di atas ada lagi hal penting harus diketahui dalam religiusitas Islam yakni pengetahuan keagamaan seseorang.

Faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya adalah agama atau kepercayaan. Misalnya agama islam melarang praktik riba maka umat muslim yang taat tentunya akan lebih memilih bank syariah di banding bank konvensional.

Adapun hal-hal religiusitas yang diterapkan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya ini diantaranya:

- a. *Briefing* Pagi dilaksanakan setiap pagi sebelum melaksanakan aktifitas. *Briefing* ini meliputi doa sebelum melaksanakan aktifitas dan evaluasi hasil kerja hari sebelumnya dengan tujuan untuk kedepannya menjadi lebih baik dalam hal pelayanan dan lain-lain.
- b. Solat Tepat Waktu. Solat merupakan kewajiban paling utama bagi seluruh umat islam, maka dari itu setiap jam 12 (adzan duhur) seluruh transaksi diberhentikan dan kantor ditutup sementara agar seluruh karyawan/karyawati melaksanakan solat terlebih dahulu. Dan untuk nasabah yang belum melaksanakan transaksi bisa menunggu didalam ataupun ikut melaksanakan solat di mushola kantor, yang sudah difasilitasi di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.
- c. Karyawati Wajib Memakai Hijab. Hijab merupakan kewajiban bagi setiap muslimah tidak terkecuali bagi karyawati di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya.
- d. Karyawan/karyawati wajib beragama islam dan memahami prinsip kaidah Islam di Bank Syariah.
- e. Menerapkan Budaya Shalat Dhuha. Sebelum dimulainya kegiatan transaksi dan yang kegiatan lainnya, seluruh karyawan selalu membudayakan Shalat Dhuha.
- f. Fasilitas beribadah (mushola). Mushola yang ada di PT. Bank BNI Syariah terletak di lantai 2. Mushola ini bisa digunakan untuk seluruh karyawan maupun nasabah.

### 4. Promosi

Seiring semakin ketatnya persaingan pada industri perbankan syariah, maka keunggulan promosi merupakan suatu keharusan bagi sebuah perbankan, khususnya pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan syariah. Selain promosi yang dilakukan secara general melalui media cetak atau elektronik, PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya juga memiliki strategi khusus untuk melakukan promosi, seperti

menghadiri *eventevent* atau pameran tentang Bank Syariah misalnya pembukaan *stand* di instansi yang telah ditentukan dan disepakati oleh pihak PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya dan instansinya, selain membuka *stand* juga melakukan presentasi mengenai produk-produk yang ditawarkan, menyampaikan program yang diberikan PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya, dan memberikan bonus atau hadiah yang diberikan kepada calon nasabahnya. Bentuk promosi selanjutnya juga dapat dilakukan ketika nasabah sedang melakukan transaksi perbankan, seperti ketika nasabah melakukan kegiatan yang mengharuskan nasabah tersebut bertemu dengan *Customer Service* (CS), biasanya CS akan menawarkan produk baru kepada nasabah, dengan tujuan selain menawarkan, juga agar nasabah tersebut tahu Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan bahwa di BNI Syariah ada produk baru yang mungkin di lain waktu dapat dimanfaatkan oleh nasabah tersebut.

No	Faktor-Faktor	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Nasabah Keseluruhan
1	Pelayanan	2013	3067	12.270
	Nisbah Bagi Hasil		2143	
	Religiusitas		2655	
	Promosi		4405	
2	Pelayanan	2014	4770	17.480
	Nisbah Bagi Hasil		3364	
	Religiusitas		3982	
	Promosi		5364	
3	Pelayanan	2015	5196	20.785
	Nisbah Bagi Hasil		4482	

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah setiap tahunnya selalu meningkat, sementara faktor yang lebih mempengaruhi nasabah menggunakan tabungan pendidikan adalah faktor promosi. Dalam penelitian ini terlihat bahwa pengaruh minat nasabah terhadap tabungan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya ditunjukkan oleh nilai hasil uji t yang dilihat pada tabel 4.7, diperoleh nilai t hitung 6,203 dan t tabel sebesar 1.66055. Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari pada t tabel serta variabel X nilai signifikan = 0,000, menyatakan bahwa t hitung lebih tinggi dari pada t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut sesuai dengan hipotesis peneliti yang menyatakan bahwa variabel minat nasabah berpengaruh signifikan terhadap tabungan pendidikan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Dari tabel 4.8 di atas diperoleh nilai  $R^2 = 0.282$ , yang artinya bahwa variabel minat nasabah (X) berpengaruh sebesar 28,2% terhadap tabungan pendidikan (Y). Sedangkan sisanya 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa minat nasabah terhadap tabungan pendidikan di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti pelayanan, nisbah bagi hasil, religiusitas dan promosi. Hal ini sesuai dengan teori menurut Sofjan Assauri yang menyatakan

bahwa minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan pembelian atas keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki. Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu: dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain; motif *social*, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu; dan faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya ini, faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah faktor pelayanan, faktor nisbah bagi hasil, faktor religiusitas, dan faktor promosi. Perkembangan produk tabungan pendidikan selalu setiap tahunnya selalu meningkat. Hal ini dapat di butikan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan pendidikan di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya pada tahun 2013 berjumlah 12.270 nasabah, tahun 2014 berjumlah 17.480 nasabah, tahun 2015 berjumlah 20.785 dan tahun 2016 berjumlah 25.350 nasabah. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel minat nasabah (X) dan Y (Tabungan Pendidikan) diperoleh nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  yang berarti memiliki pengaruh. Sedangkan untuk hasil pengujian uji F di dapat nilai variabel X dengan nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian variabel X (minat nasabah) signifikan karena nilainya kurang dari 0,05 mempengaruhi secara signifikan terhadap tabungan pendidikan (Y). Dari hasil Uji koefisien determinasi di peroleh variabel minat nasabah (X) berpengaruh sebesar 28,2 % terhadap tabungan pendidikan (Y). Sedangkan sisanya 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Rachman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Prenada Media.
- Afrizal. 2004. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiricab. [Skripsi]*. Medan: Program Studi Ilmu manajemen.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya. 2008. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basri, Faisal, 2003. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Brata AG. 1999. *Household Saving Behavior (The Case of Rural Industry in Bantul)*. Analisis CSIS. 28 (1):75-86.
- Djaka P. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surakarta: Pustaka Mandiri.

- Dr. Amir Machmud dan H. Rukmana, SE., M.Si. 2010. *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Drs. H. Karnaen Perwataatmadja, MPA dan H. Muhammad Syafi'I Antonio, M.Ec. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Ekonometrika Permodelan dan Pendugaan*. Bogor (ID): IPB Press.
- Ernawati. A. 2004. Kinerja Perbankan Syariah dan Preferensi Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Kota Bogor) [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haris, Muhammad. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah di DKI Jakarta) [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia. III.
- Ilmi, Makhalul. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta : UII press.
- Ismail. 2011. *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta (ID): Kencana.
- Juanda B. 2009.
- Kasmir, Se, Mm. 2008. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Pt.Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2003. *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Keenam*. Jakarta(ID): PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Manajemen Perbankan*. Jakarta(ID). PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid1, Edisi Milenium, Jakarta(ID): Prehallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mappiare, Andi. 1994. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offset Printing.
- Muhamad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.
- Poerwadaminta, W.J.S. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. Edisi Pradja, Juhaya. 2012. *Ekonomi Syariah*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Sarah R. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan
- Soemitra, Andri. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta(ID): Kencana.
- Syarif, Arbi. 2001. *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, Jakarta: Djambatan.
- Tabungan Pendidikan (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kota Bogor)*[Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- The Liang Gie. 2006. *Ensiklopedi Administrasi*, Jakarta: PT Air Agung Putera.