



PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PENGETAHUAN KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA MAKASSAR

A.Fadia Faradina

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, akualitas layanan, pengetahuan keuangan Bank Syariah Indonesia terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia di Kota Makassar. Penelitian ini adalah penelitian korelasional, Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yakni observasi, dan kuesioner. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah Uji kualitas data, uji asumsi klasik. Dengan hasil penelitian Secara parsial dan simultan kualitas produk, layanan, dan keuangan syariah memengaruhi keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia di kota Makassar.

Kata Kunci : Kualitas Produk; Layanan; Keuangan syariah keputusan menabung

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality, service quality, financial knowledge of Bank Syariah Indonesia on customers' savings decisions at Bank Syariah Indonesia in Makassar City. This research is correlational research. The data collection method used in this research is primary data, namely observation and questionnaires. The population used in this research was 120 respondents. The data processing technique used is data quality test, classical assumption test. With research results, partially and simultaneously the quality of sharia products, services and finance influences savings decisions at Bank Syariah Indonesia in the city of Makassar.

Keywords: Product Quality; Service; Sharia finance savings decisions.

PENDAHULUAN

Indonesia mulai mengembangkan ekonomi syariah karena tingginya permintaan masyarakat terhadap sistem keuangan yang sehat melalui penyediaan perbankan dan jasa keuangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. (Syukron, 2014). Perbankan Syariah di Indonesia diawali dengan pendirian Bank Muamalat pada tahun 1991. Bank ini dipelopori oleh Majelis Ulama Indonesia, ICMI



atau Ikatan Cendekia Muslim Indonesia, Pemerintah dan pengusaha Muslim. Gagasan perbankan syariah yang bebas riba menjadi alternatif permasalahan ekonomi masyarakat yang masih saja terilit oleh persoalan bunga bank. Di sisi lain, bunga bank yang diketahui sebagai imbal jasa pinjaman uang pada sektor lembaga keuangan dan perbankan diidentifikasi sebagai riba.¹ Walaupun aset perbankan syariah meningkat setiap tahunnya tetapi pertumbuhannya cenderung mengalami penurunan sehingga rasio aset perbankan syariah terhadap perbankan nasional masih saja rendah dengan persentase kurang dari 5% per tahun.

Perbankan syariah masih belum berkembang secara maksimal dan maksimal tidak hanya di Indonesia namun hampir di seluruh dunia, termasuk di negara asalnya, Jazirah Arab.² Di Indonesia, masyarakat pada umumnya berpikir dan meragukan bank syariah karena tidak memahami cara kerjanya dan mekanisme apa yang dimilikinya dibandingkan dengan bank konvensional. Kesadaran seperti ini membuat masyarakat tidak memilih menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan lambatnya pertumbuhan dan kurangnya penerimaan masyarakat terhadap bank syariah dan program sosialisasinya. Masyarakat hanya mengetahui bahwa bank syariah merupakan bank tanpa bunga, namun belum mengetahui mekanisme bagi hasil yang berlaku. Faktor lain yang mungkin menghambat perkembangan bank syariah antara lain produk dan layanan yang tidak terdiversifikasi dan tidak memenuhi harapan masyarakat. Karakteristik bank syariah memang tidak selengkap produk sejenis bank konvensional, baik dari segi manfaat rasional maupun emosional. Manfaat rasional berkaitan dengan perhitungan logis berupa manfaat ekonomi yang lebih adil, manusiawi, dan mudah diterima nasabah, sedangkan manfaat emosional lebih pada manfaat psikologis, rasa tenang dan nyaman nasabah terkait dana yang disimpan di bank syariah menjadi lebih penting.

Oleh karena itu, guna mengatasi kebijakan pemerintah yang menggabungkan ketiga bank syariah tersebut, diharapkan dapat memberikan pilihan baru bagi masyarakat lokal terhadap lembaga keuangan sekaligus merevitalisasi perekonomian nasional. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tersebut melakukan merger atau konsolidasi bank syariah dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS) yang secara resmi beroperasi pada 1 Februari 2021.⁷



Disisi lain, pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah masih sangat kecil. Pengetahuan keuangan syariah hanya sebesar 16,28%. Artinya, pada tahun 2021 dapat diasumsikan bahwa dari sekitar 100 orang penduduk muslim Indonesia baru terdapat sekitar 20 orang yang *“well literate”* terhadap ekonomi dan keuangan Syariah.⁸ Agar dapat menarik perhatian masyarakat, setiap perusahaan perlu mengetahui produk dan jasa apa saja yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dilakukan untuk merangsang minat masyarakat dalam memperoleh manfaat produk dan layanan perbankan dengan menyadarkan dan memahami masyarakat tentang kemungkinan dan jenis produk perbankan syariah. Produk dan jasa yang diberikan harus memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Selain itu, beberapa penelitian yang mencakup variabel-variabel yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu Roziq & Diptyanti (2018) tingkat kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah dan promosi berpengaruh signifikan dalam mendorong masyarakat untuk menabung di bank syariah. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Qomariyah (2019) menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pelayanan, produk, promosi dan lokasi bank tersebut. Sementara itu, Hastharita (2020) menyimpulkan variabel Faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, hasil ini disebabkan oleh penampilan karyawan perbankan syariah yang sangat santun dan ramah dalam melayani konsumen

Melihat adanya fenomena serta perbedaan atas penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah di Bank Syariah. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat kualitas produk, kualitas layanan, dan pengetahuan keuangan syariah variabel dependen untuk mengetahui keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar”*

METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian korelasional, Objek penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia di kota Makassar. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yakni observasi, dan kuesioner. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah Uji kualitas data, uji asumsi.



HASIL

Uji Validitas

Tujuan dilakukannya uji validitas adalah untuk mengukur valid atau tidaknya item pertanyaan. Instrumen yang efektif berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pemeriksaan validitas harus dilakukan untuk memeriksa apakah setiap item kuesioner valid. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel di mana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,839	0,179	Valid
X1.2	0,767		Valid
X1.3	0,811		Valid
X1.4	0,841		Valid
X1.5	0,799		Valid
X1.6	0,723		Valid
X1.7	0,799		Valid
X1.8	0,761		Valid
X2.1	0,803	0,179	Valid
X2.2	0,800		Valid
X2.3	0,778		Valid
X2.4	0,832		Valid
X2.5	0,827		Valid
X3.1	0,873	0,179	Valid
X3.2	0,901		Valid
X3.3	0,831		Valid



Y.1	0,849	0,179	Valid
Y.2	0,832		Valid
Y.3	0,867		Valid
Y.4	0,789		Valid

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas yaitu pengujian yang menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha > 0.70, tapi jika nilai 0.60 - 0.70 masih dapat diterima

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk (X)	0,915	Reliabel
2	Kualitas Layanan (X2)	0,867	Reliabel
3	Pengetahuan Keuangan Syariah (X3)	0,837	Reliabel
4	Keputusan Menabung (Y)	0,838	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		120
Normal Parameter sa,b	Mean	-0,05883
	Std. Deviation	1,389945
Most	Absolute	0,093

Extreme Differences	Positive	0,068
	Negative	-0,093
Test Statistic		0,093
Asymp. Sig. (2- tailed)		,015c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Multikoloniaritas

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lavanya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

Tabel 4

Hasil Uji Multikoloniaritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	3,558	0,906		3,926	0,000		
	X1	0,088	0,051	0,192	1,721	0,088	0,237	4,223
	X2	0,521	0,081	0,674	6,435	0,000	0,270	3,706
	X3	-0,043	0,133	-0,035	-0,324	0,747	0,256	3,900

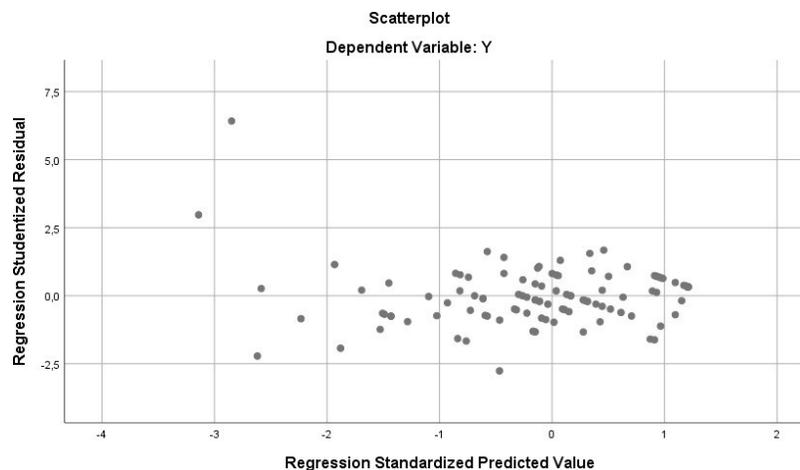
a. Dependent Variable: Y

Melalui uji Multikolonieritas yang dilakukan menggunakan olah data statistik IBM SPSS diketahui nilai tolerance untuk variabel Kualitas produk (X1) sebesar 0,237 dan VIF sebesar 4,223. Nilai tolerance untuk variabel Kualitas layanan (X2) sebesar 0,270 dan VIF sebesar 3,706. Dan Nilai tolerance untuk variabel Pengetahuan Keuangan syariah (X3) sebesar 0,256 dan VIF sebesar 3,900. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya nilai toleransi variabel Kualitas produk, kualitas layanan dan pengetahuan keuangan syariah $>$ dari 0,10 dan nilai VIF $<$ dari 10,00 artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Gambar 1
Uji Heteroskedastisitas



Heteroskedastisitas dengan grafik plot didasarkan pada asumsi bahwa jika titik-titik dalam grafik tidak membentuk pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika dilihat gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola yang teratur yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 5

Hasil Uji (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,347	2,037		-0,171	0,865
	Pengetahuan Keuangan Syariah	0,437	0,153	0,175	2,850	0,005
	Kualitas Layanan	0,291	0,080	0,395	3,661	0,000
	Kualitas Produk	0,157	0,045	0,362	3,490	0,001

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	556,099	3	185,366	62,382	,000 ^b
	Residual	344,693	116	2,971		
	Total	900,792	119			



a. Dependent Variable: Keputusan Menabung
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Pengetahuan Keuangan Syariah

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis

H1	Kualitas Produk Berperan Dan Memengaruhi Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar.	Diterima
H2	Kualitas Layanan Berperan Dan Memengaruhi Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar.	Diterima
H3	Pengetahuan Keuangan Syariah Berperan Dan Memengaruhi Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar.	Diterima
H4	Kualitas Produk kualitas layanan dan pengetahuan menabung berpengaruh simultan terhadap keputusan menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar.	Diterima

DISKUSI

Hasil Olah data yang dilakukan peneliti dengan menggunakan IBM SPSS 25 didapatkan dengan hasil uji T bahwa Pengaruh Kualitas produk (X1) secara signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y) Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Makassar. Dimana diketahui nilai signifikansi adalah sebesar $0,001 < 0.05$ dan t sebesar $3,490 >$ dari 1.980, Sehingga H1 dianggap dapat diterima. Sehingga jika dilihat diatas penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan menabung (Y). Hasil uji T pada Pengaruh Kualitas Layanan (X2) secara signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y) Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Makassar. Dimana diketahui nilai signifikansi adalah sebesar $0,00 < 0.05$ dan t sebesar $3,661 >$ dari 1.980, Sehingga H2



dianggap dapat diterima. Sehingga jika dilihat diatas penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Layana (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan menabung (Y).

Hasil uji T pada Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah (X3) secara signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y) Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Makassar. Dimana diketahui nila signifikasi adalah sebesar $0,005 < 0.05$ dan t sebesar $2,850 >$ dari 1.980, Sehingga H3 dianggap dapat diterima. Sehingga jika dilihat diatas penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Variabel Pengetahuan Keuangan Syariah berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan menabung (Y). hasil uji F diketahui signifikasi untuk Kualitas Produk, kualitas layanan dan pengetahuan menabung terhadap keputusan menabung adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $62,382 >$ F tabel 2,68 hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh Kualitas produk (X1) kualitas layanan (X2) dan pengetahuan menabung (X3) terhadap keputusan menabung (Y) sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 Kualitas Produk (X1) kualitas layanan (X2) dan pengetahuan menabung (X3) berpengaruh simultan terhadap keputusan menabung (Y) Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar.

REFERENSI

- Andira, K. (2017). Peningkatan Pemasaran Produk Bank Syariah Melalui Pembangunan Brand Image. *J. Res Islamic Econ*, 5(1), 91-113.
- Andriani, D., & Juliandi, A. (2008). Preferensi masyarakat Kota Medan terhadap banksyariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 8(September), 22-47. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/448>
- Astuti, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BRI Syariah KC Semarang). *Skripsi, IAIN Salatiga*.
- Bank Indonesia. (2018). *Strategi, Kebijakan & Program Pengembangan Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Hartati, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Management&Marketing*, 5(2), 73-94.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2020). Trend Konversi Ke Bank Syariah: Tingkatkan Efisiensi dan Produktivitas Bisnis. *Insight Buletin Ekonomi Syariah*, (9), 1-11.
- Mulia, R. A., & Saputra, N. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi return saham. *Jurnal El-Riyasah*, 11(1), 80-92.



- Syarifuddin, S., Rusanti, E., Octaviany, M., & Mansyur, A. Acceleration and Strengthening of Sharia Financial Inclusion Through Merging Sharia Banking in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 7(1), 130. <https://doi.org/10.20473/jebis.v7i1.24998>
- Syukron, A. Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia.
- Wardani, N. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada Pt. Bprs Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. *E-Journal Widya Ekonomika*, 7(2), 274– 282.