

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TABUNGAN TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT BONDOWOSO PADA BANK MUAMALAT

Mochammad Ali Wafa*

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Lilis Yuliati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

Agung Budi Sulistiyo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

*Corresponding author; email: mochammad.ali.2001@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to find and examine the relationship between service quality and the diversity of savings products in attracting Bondowoso people's interest in saving at Bank Muamalat. Quantitative research is the type now used. The Bondowoso community was the target of this research, which included a sample of 100 respondents from each of the five sub-districts of Sukosari, Tapen, Wonosari, Tenggarang and Bondowoso. Multiple linear regression is the analysis tool used. The following are the findings from the multiple linear regression analysis coefficient assessment: 1) With a beta test coefficient of 0.249, service quality has a good and significant effect on the Bondowoso people's desire to save at Muamalat Bank; 2) With a beta test coefficient of 0.446, the diversity of savings products has a good and significant effect on the Bondowoso people's desire to save at Bank Muamalat; 3) With the beta test coefficient, service quality and diversity of savings products have a good and significant effect on the Bondowoso people's desire to save at Bank Muamalat.

Keywords: *Quality of Service, Diversity of Savings Products, Public Interest in Saving.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan keragaman produk tabungan dalam menarik minat menabung masyarakat Bondowoso pada Bank Muamalat. Penelitian kuantitatif adalah jenis yang sekarang digunakan. Masyarakat Bondowoso menjadi target penelitian ini, yang mencakup sampel 100 responden dari masing-masing lima kecamatan Sukosari, Tapen, Wonosari, Tenggarang, dan Bondowoso. Regresi linier berganda adalah alat analisis yang digunakan. Berikut adalah temuan dari penilaian koefisien analisis regresi linier berganda: 1) Dengan koefisien uji beta menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh baik dan signifikan terhadap keinginan masyarakat Bondowoso untuk menabung di bank Muamalat; 2) Dengan koefisien uji beta, keragaman produk tabungan berpengaruh baik dan signifikan terhadap keinginan masyarakat Bondowoso untuk menabung di bank Muamalat; 3) Dengan koefisien uji beta kualitas pelayanan dan keragaman produk tabungan berpengaruh baik dan signifikan terhadap keinginan masyarakat Bondowoso untuk menabung di bank Muamalat.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Keanekaragaman Produk Tabungan, Minat Masyarakat Menabung.*

PENDAHULUAN

Proses ekonomi Islam merupakan ilmu yang muncul melalui kajian akademik yang panjang. Awalnya, muncul sikap pesimis terhadap keberadaan ekonomi Islam di masyarakat saat ini. Hal ini dikarenakan masyarakat telah mengembangkan paham bahwa harus ada pemisahan antara agama dan ilmu pengetahuan yang didalamnya termasuk ilmu ekonomi. Maka keberadaan ekonomi kapitalis mulai tergerus karena para ekonom Barat juga mulai mengakui keberadaan ekonomi Islam, ekonomi yang memberi warna dingin pada ekonomi dunia (Arif, 2017). Dunia modern saat ini, perbankan memainkan peran hal ini sangat penting untuk mendorong suatu negara pada pembangunan ekonomi. Jasa perbankan dibutuhkan di hampir semua sektor yang terkait dengan berbagai kegiatan keuangan. Jadi, jika kita ingin menjalankan aktivitas keuangan individu dan lembaga, serta masyarakat dan pengusaha, kita tidak akan meninggalkan perbankan sekarang dan di masa mendatang. Begitu pentingnya perbankan sehingga bank diyakini sebagai “nyawa” yang menggerakkan perekonomian suatu negara (Kasmir, 2014).

Indonesia sendiri gagasan pendirian perbank syariah muncul pada pertengahan tahun 1970-an. Ide kehadiran bank syariah di Indonesia mencuat di tahun 1988, untuk membuka industri perbankan, pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto). Saat itu lulusan sarjana mencoba mendirikan bank tanpa bunga (Arif, 2017).

Industri perbankan syariah Indonesia pertama mendirikan Bank Muamalat di pada tahun 1991, dan mulai beroperasi di bawah pengawasan Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim (ICMI), dan Pengusaha Muslim pada tahun 1992. Bank umum syariah yang pertama di Indonesia merupakan Bank Muamalat. Dalam perkembangannya, Bank Muamalat menjadi bank devisa yang pada tahun 1994 merupakan perusahaan publik yang tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Saat krisis ekonomi mulai melanda Indonesia pada pertengahan tahun 1997 dan meletus hingga tahun 1998, Bank Muamalat berhasil membuktikan diri dan bertahan di saat puluhan bank konvensional gagal bertahan dari krisis tersebut (Budiningsih & Yuridistya, 2019).

Menurut Afifah (2016), kualitas produk dan layanan perbankan yang unggul akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. hal ini dilakukan supaya rakyat mengetahuinya dan tertarik dengan keuntungan menggunakan jasa yang ditawarkan persis sama keperluan serta kebutuhan mereka. Hanya dengan cara ini untuk mendapatkan pangsa pasar yakni dengan mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Namun, saat memilih bank, masyarakat lebih memperhatikan keamanan dan kenyamanan produk. Banyak bank menawarkan produk tabungan baru dan lama. Beberapa dari mereka gagal dan beberapa dari mereka gagal menangkap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan tingkat penggunaan yang terus berubah, sehingga diperlukan rencana penjualan yang tepat.

Upaya peningkatan kualitas layanan di bank syariah tidak hanya berdasarkan prinsip hukum, pada saat yang sama serta wajib mengarah pada pasar dan pengguna layanan perbankan. Perlu adanya peningkatan perbankan syariah melayani rakyat dalam hal keragaman produk atau layanan yang ditawarkan. Ini tentang apa yang diharapkan masyarakat untuk membangun hubungan baik dengan bank yang aman serta mudah diajak berbisnis (Exmawati, 2014). Layanan disediakan sebagai tindakan yang diambil oleh seseorang ataupun lembaga yang memuaskan konsumen maupun klien. bisa melakukan ini dengan melayani pelanggan secara langsung atau dengan menempatkan sesuatu dimana klien sudah mengetahui lokasi atau layanan tersebut melalui telepon (Kasmir, 2014).

Dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imron ayat 159 telah memberikan pedoman kepada orang mu'min (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (pelanggan).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُنْ لَّهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadaNya" (Q.S. Ali-Imron: 159).

Menurut Exmawati (2014), selain fasilitas yang berkualitas, barang memiliki peran penting dalam keinginan masyarakat untuk menabung. Di saat persaingan semakin ketat, sektor perbankan juga berlomba-lomba merebut nasabah dengan menawarkan produk-produk unggulan. Kelebihan produk dicapai dengan memenuhi permintaan pelanggan dan meningkatkan barang dan jasa untuk menyenangkan klien. Produk yang ditawarkan Bank Muamalat Bondowoso adalah mempunyai dua jenis produk berupa program rencana haji, dan tabungan, mengenai yang berasal dari tabungan memiliki beragam jenis atribut tabungan. Atribut produk merupakan hal-hal yang terkait produk dalam hal manfaat yang terkandung dalam atribut produk seperti kualitas, tekstur dan desain. Karena setiap konsumen pasti sudah memperhatikan kualitas produk. Produk yang ditawarkan biasanya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Saat ini tantangan dan prioritas Bank Muamalat cabang Bondowoso tetap menarik minat nasabah untuk bersaing dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Bondowoso. Upaya Bank Muamalat cabang Bondowoso untuk meningkatkan kualitas pelayanan selalu berusaha mencari fokus yang ditujukan untuk menarik minat nasabah, namun yang menjadi pertanyaan apakah benar-benar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah saat ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Sari et al. (2021), pengertian pelayanan adalah membantu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan orang lain, termasuk pembeli. Nikmat dapat ditawarkan kepada orang lain sebagai bantuan yang dibutuhkan orang lain. Dengan ini, Anda dapat membantu orang lain mengatasi masalahnya. Menurut Aisyah & Riyadi (2020), kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan return yang positif berupa kepercayaan yang tinggi baik dari pelanggan maupun calon pelanggan. Pada dasarnya mereka mengungkapkan keinginannya dengan menawarkan pelayanan yang baik dan positif serta menawarkan fleksibilitas kepada pelanggan agar penerima layanan dapat melakukannya dan merasa puas. Rahfizah et al. (2020), suatu perusahaan dapat dikatakan sukses jika bank dapat memberikan pelayanan yang baik dan prima. Pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang wajib diberikan oleh bank. Kualitas layanan mendorong nasabah untuk terlibat dengan produk dan layanan bank dengan cara yang mempengaruhi peningkatan produk. Adanya pelayanan yang berkualitas tinggi pada perusahaan akan menimbulkan kepuasan konsumen.

Keragaman Produk Tabungan

Menurut Rohmawati (2018), variasi produk adalah proses pengembangan produk yang sedikit berbeda untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagian terpenting dari strategi bisnis adalah setiap produk, karena mempengaruhi bagaimana pelanggan membeli produk perusahaan, menarik mereka dan menciptakan minat. Keberagaman produk biasanya diapresiasi oleh setiap orang secara individu; Dalam skenario ini, konsumen yang kepuasannya berbeda terhadap kualitas produk menyetujui permintaan dan preferensi mereka. Karena keberagaman tersebut, maka beragam barang harus tersedia untuk memenuhi selera, keinginan dan harapan konsumen. Menurut Masrokhah & Suciningtyas (2019), sebuah perusahaan memiliki

tanggung jawab untuk mempertahankan keragaman produknya. Bisnis dapat menarik pelanggan untuk datang dan berbelanja dengan menawarkan berbagai macam barang, dan mereka dapat dengan mudah membeli semua produk mereka dengan harga diskon.

Minat Menabung Masyarakat

Menurut Kusuma et al. (2023), minat adalah perasaan menyukai atau menikmati dan perasaan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa disuruh, atau umumnya kecenderungan untuk mencari objek yang diminati. Menurut Ningsih et al. (2022), minat menabung mempunyai arti tersendiri dan kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor yang berbeda. Bunga tabungan dalam hal ini merupakan insentif bagi seseorang untuk menyimpan uangnya pada suatu bank, yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati antara bank dan nasabah. Pride dan Ferrell menunjukkan bahwa ada tiga kelompok utama *influencer* yaitu faktor pribadi, faktor psikologis dan aspek sosial yang mempengaruhi bagaimana konsumen memutuskan apa yang akan dibeli. Aspek pribadi adalah salah satu faktor terpenting. Mengingat fondasi keagamaan Indonesia yang kuat, tidak mungkin memisahkan agama dari kehidupan sehari-hari orang-orang yang menjalankannya, khususnya umat Islam (Triuspitorini, 2019). Ferdinand mengklaim bahwa salah satu kriteria yang menentukan keberhasilan suatu korporasi dalam melakukan operasi komersial dari awal hingga akhir adalah minat beli konsumen. Efektivitas dan efisiensi semua faktor seperti etika bisnis, kualitas layanan, kualitas produk, harga yang sesuai, dan segmentasi pasar, tidak diragukan lagi diperoleh dari pembentukan minat beli pelanggan (Prasetyo, 2020).

METODE

Penelitian ini merupakan *explanatory research*, juga dikenal sebagai pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan, mengeksplorasi hubungan antara berbagai variabel dan menjelaskan kausalitas (Sugiyono, 2017). Populasi penelitian ini adalah masyarakat Bondowoso yang terdiri dari lima kecamatan yaitu Sukosari, Tapen, Wonosari, Tenggarag dan Bondowoso dengan jumlah penduduk 208.390 jiwa (Bondowosokab.bps.go.id). Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi haruslah sampel yang benar-benar representatif (mewakili) dengan menggunakan metode *simple random sampling*, yaitu sampel tanpa mempertimbangkan lapisan (level) yang ada. Teknik ini digunakan apabila seluruh populasi bersifat homogen (sama). Ciri utama sampel ini adalah setiap objek (anggota) mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel (Darwin, 2021). Menurut Hardani (2020), ciri utama dari sampel acak sederhana ini adalah semua anggota dari seluruh populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih. Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 208.390 orang dan besar sampel dihitung menggunakan teknik Slovin (Darwin, 2021). Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang diteliti adalah 100,18 responden. Responden kemudian dibulatkan menjadi 100 untuk memudahkan pengolahan data.

Data primer merupakan sumber data penelitian ini. Tanggapan responden dicatat menggunakan skala *likert* dalam penelitian ini. Teknik analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini. Guna mengetahui seberapa besar variabel bebas yaitu. kualitas pelayanan (X1), keragaman produk tabungan (X2) berpengaruh terhadap variabel terikat minat masyarakat menabung (Y) Bank Muamalat di Bondowoso. Pengujiannya menggunakan uji-t dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila signifikansi > 0,05 maka H0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Jika signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak yang berarti pengaruhnya signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Analisis Regresi

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,717	1,436		3,980	0,000

Kualitas Pelayanan	0,249	0,085	0,303	2,913	0,004
Keragaman Produk Tabungan	0,446	0,136	0,341	3,281	0,001

Sumber: Data diolah, 2023

1. Konstanta bernilai positif, menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, keragaman produk tabungan) sama dengan nol, sehingga minat masyarakat akan menabung bernilai sebesar 5,717.
2. Variabel (X1) kualitas pelayanan mempunyai nilai koefisien positif. Artinya jika variabel lain tetap maka akan terjadi peningkatan jika kualitas pelayanan meningkat. H_0 ditolak jika signifikansi $< 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh signifikan.
3. Variabel (X2) Keberagaman Produk Tabungan mempunyai nilai koefisien positif. Artinya apabila keragaman produk tabungan mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan kenaikan dengan asumsi variabel tetap konstan. H_0 ditolak jika signifikansi $< 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh signifikan.

Pembahasan

Variabel kualitas pelayanan diberi nilai sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan menabung sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Nilai signifikan 0,004 diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat menabung. 0,249 merupakan nilai koefisien regresi, menunjukkan bagaimana layanan pelanggan yang baik memengaruhi keinginan orang untuk menabung. Nilai tanggapan terhadap variabel kualitas pelayanan dari responden adalah 3,72 menunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan termasuk dalam kelompok setuju.

Nilai signifikan 0,001 diperoleh untuk keragaman produk tabungan. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menabung sangat dipengaruhi oleh keragaman produk tabungan yang tersedia. Berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,446, variabel keragaman produk tabungan mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung secara menguntungkan. Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap keragaman produk tabungan adalah 3,96 yang menunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan responden termasuk dalam kategori setuju.

Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keinginan masyarakat Bondowoso untuk menabung di Bank Muamalat. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa masyarakat akan lebih tertarik untuk menabung jika Bank Muamalat menawarkan layanan yang lebih berkualitas. Berarti untuk meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan transaksi dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan. Minat masyarakat Bondowoso untuk menabung di Bank Muamalat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh keberagamannya produk tabungan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keanekaragaman produk diperlukan agar produk dapat memuaskan selera, preferensi, dan harapan konsumen. Untuk meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan transaksi dapat dilakukan peningkatan produk yang ada. Sehingga berdasarkan hasil penelitian, keinginan masyarakat Bondowoso untuk menabung di Bank Muamalat lebih kuat dipengaruhi oleh variabel keberagaman produk.

REFERENSI

- ‘Afifah, I. (2016). *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Tabungan Faedah dan Kualitas Pelayanan Bank Bri Syariah*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Aisya, S., & Riyadi, Y. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Jurnal: Islamic Economic And Bissness*, 2(1), 16–33.

- Arif, M. N. R. Al. (2017). *Pengantar ekonomi syariah teori dan praktik*. CV Pustaka Setia.
- Budiningsih, S., & Yuridistya. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 121–129.
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Exmawati, S. D. (2014). *Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat tulungagung*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kusuma, E. A., Zainuri, Sari, F. P., Alaika, R., Budhi, A. P. M. E., & Aisyah. (2023). The Influence of the Nu Summersari Jember BMT Financial Inclusion Program on Moneylender Transactions (Case Study of Wirolegi Market Traders, Summersari District Jember). *Tamansiswa Accounting Journal International*, 8(1), 9–22. <https://doi.org/10.54204/TAJI/Vol812023002>
- Masrokhah, S., & Suciningtyas, S. (2019). Analisis Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Yogya Mall Pemalang. *Jurnal Syntax Idea*, 1(2), 68–80.
- Ningsih, T. C., Mubyarto, N., & Anita, E. (2022). PERUBAHAN FAKTOR MAKROEKONOMI DAN IMPLIKASINYA PADA PROFITABILITAS PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 3(1), 51–65.
- Prasetyo, A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Rahfizah, R. ., Supaino, & Kholil, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank BNI syariah Kantor Cabang Medan. *Nisbah*, 6(1).
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19–29.
- Sari, D. ., Bintari, W. C., & Waly, N. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Sorong. *Pemasaran Keuangan Dan Sumber Daya Manusia*, 1(3).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In Metodologi Penelitian. In *Metodelogi Penelitian*.
- Tripuspitorini, F. . (2019). Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.