

## Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Sumsel Babel Cabang Kayuagung

Yulia Citra<sup>1)</sup>, Moh. Faizal<sup>2)</sup>, Choirunnisak<sup>3)</sup>

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri, Palembang, Indonesia  
Email: cyulia919@gmail.com, izar@stebisigm.ac.id, choirunnisak-umar@stebisigm.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat menabung masyarakat pada bank sumsel babel cabang kayuagung. Inti masalah penelitian ini mengenai minat menabung masyarakat pada bank sumsel babel cabang kayuagung, segala aspek terutama dalam mengelola keuangan sehingga dapat mempengaruhi masyarakat memilih bank dan pertumbuhan bank. Berbanding terbalik dengan pertumbuhan penduduk mayoritas muslim di indonesia sehingga perlu dilakukan analisis terhadap minat menabung masyarakat. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukan bahwa untuk minat menabung masyarakat yaitu dengan memberikan gambaran kepada masyarakat dengan memperkenalkan operasional dan mekanisme Bank Sumsel Babel Kayu Agung dengan cara : peningkatan ekonomi ,pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan upaya-upaya pensosialisasian mekanisme, perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam menarik dan inovatif, lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, pelayanan yang mudah dan tidak berbelit- belit, bangunan dan ruangan bank yang bersih dan nyaman, promosi dari bank, adanya dorongan dari pihak lain, sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, adanya konsep yang saling menguntungkan kepada nasabah.. Dengan melihat hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa faktor Promosi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah, kemudian diikuti dengan faktor produk, aktor berikutnya adalah faktor lokasi, serta faktor pelayanan. Sedangkan faktor reputasi tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank.

**Kata Kunci:** *Minat, Menabung dan Masyarakat.*

### Abstract

*This study aims to analyze the public's interest in saving at the Bank Sumsel Babel Kayu Agung branch. The core problem of this research is about the public's interest in saving at the Sumsel Babel Bank Kayu Agung branch, all aspects, especially in managing finance so that it can influence people to choose banks and the growth. Muslims in indonesia, so it is necessary to analyze the public's interest in saving. The method in this research is qualitative research using*

*descriptive analysis. The result of the study indicate that the public's interest in saving is by providing an overview to the community by introducing the operations and mechanisms of Bank Sumsel Babel Kayu Agung by increasing the economy of fast and efficient services, professional and transparent human resources, attitudes and efforts to socialize the mechanism, behavior friendly and courteous employees, guarantees for the safety of customer funds, a variety of attractive and innovative products, easy to reach and strategic locations for mutually beneficial profit-sharing processes, ATM and branch facilities are easy to find, easy and uncomplicated service, clean and comfortable bank buildings and rooms, promotions and banks, encouragement from other parties, socialization through community leaders and scholars, the existence of a mutually beneficial concept for customers. By looking at the results of interviews conducted by researchers, it can be concluded that the promotion factor, the next actor is the location factor, and the service factor. While the reputation factor not affect public interest. to become a customer at the bank.*

**Keywords:** *Saving, Interest and Society*

## **Pendahuluan**

Sistem perekonomian di Indonesia semakin berkembang pesat terutama pada perkembangan sistem ekonomi syariah yang didasarkan munculnya berbagai lembaga keuangan syariah. Sebelum munculnya lembaga keuangan syariah ini, di Indonesia penerapan sistem perekonomian lebih dulu menggunakan sistem konvensional di bandingkan dengan sistem syariah. (Setiawan, 2017).

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam, sehingga keinginan masyarakat dalam melaksanakan aktifitasnya harus sesuai dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam. Sehingga kegiatanduniawinya dapat dan secara ukhrawinya juga dapat diperoleh. khususnya dalam bermuamalah di bidang ekonomi yang menggunakan transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Salah satunya dengan cara memilih produk dari lembaga keuangan syariah yaitu di bank syariah. (Setiawan, 2017).

Bank syariah merupakan suatu lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Peran bank syariah menjadisangat sentral karena disini penghimpunan dana haruslah seimbang dengan danayang disalurkan. Penerapannya bukan hanya ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, akan tetapi perlu memperhatikan peningkatan minat menabung masyarakat. Bank memiliki sarana yang harus dicapai, salah satunya adalah informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan Pada kenyataannya,

Masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa menabung di bank syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang sistem operasional dari lembaga keuangan syariah. Munculnya bank konvensional yang lebih banyak dari pada bank syariah juga dapat menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang menabung di bank syariah (Kasmir, 2018).

Minat merupakan salah satu hal yang paling penting bagi sektor perbankan. Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Menurut *Chaplin*, minat adalah satu keadaan motivasi atau satu set motivasi yang menuntun tingkahlaku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang didalam dunia perbankan sendiri minat masyarakat untuk menabung juga sangat penting (Chaplin, 2018).

Agar pemasaran sesuai dengan sasaran maka diperlukan perhatian seputar perilaku nasabah dengan baik. Seperti penciptaan produk penentuan sasaran dan promosi yang tepat (Fadilla et al., 2021). Perilaku nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: faktor budaya, kelas sosial keluarga, status, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain- lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi petunjuk untuk memasarkan produknya secara efektif (Al Arif, 2019).

Perkembangan zaman dan era-globalisasi ekonomi, perbankan konvensional baik syariah harus berorientasi kepada kepuasan nasabah, dalam hal ini terdapat faktor yang menyebabkan tercapai atau tidaknya kepuasan nasabah tersebut. Apabila tingkat kepuasan nasabah tinggi akan meningkatkan loyalitas nasabah sehingga mereka tidak akan mengalami penurunan dan meningkatkan daya minat bagi nasabah untuk menabung di bank syariah atau bank konvensional lainnya, sebaliknya apabila tingkat kepuasan rendah akan menyebabkan kekecewaan pada nasabah sehingga mereka akan mencari bank lainnya yang memiliki tingkat kepuasan dan jaminan yang menjanjikan (Fauzi Muchammad, 2019). Namun perkembangan informasi mengenai

perbandingan operasional perbankan syariah dan perbankan konvensional masih minim karena kurangnya pengetahuan dan sosialisasi terhadap prinsip dan sistem ekonomi. Dengan demikian hal tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank (Suhendi, 2018).

Berdasarkan gambaran keadaan tersebut, dapat diasumsikan bahwa pemahaman masyarakat belum banyak mengetahui mengenai perbankan karena kurangnya akses informasi mengenai bank dan terbatasnya aktivitas perekonomian. Sehingga demikian minat menabung masyarakat di bank juga semakin rendah. Berdasarkan observasi saya, maka Bank Sumsel Babel menjadi objek penelitian saya dengan judul Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Sumsel Babel Cabang Kayuagung (Suhendi, 2018).

## **Landasan Teori**

### **1. Pengertian Analisis**

Analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu hal menjadi bagian-bagian atau komponen tertentu sehingga bisa diketahui ciri atau tanda pada setiap bagian, hubungan antar bagian satu sama lain, dan juga fungsi dari masing-masing bagian. Untuk lebih memahami dan mengerti simak pemaparan selengkapnya mengenai pengertian analisis berikut ini (Ismail, 2018).

### **2. Konsep Dasar Minat**

Minat (*Interst*) berarti kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hari yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat dipertimbangkan, minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. (Chaplin, 2018).

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah yang dikemukakan oleh Kotler, Bowen, dan Makens dalam Wibisaputra faktor yang pertama adalah situasi tidak terduga. Situasi ini terjadi secara tiba tiba yang mana nasabah

dengan spontan memiliki minat terhadap produk atau jasa tanpa adanya dorongan maupun keterpaksaan. Sementara faktor lainnya adalah sikap terhadap orang lain. Pada saat orang lain menggunakan suatu produk atau jasa, nasabah lain dapat melihat dan tertarik pada produk atau jasa tersebut. Semakin besar sikap positif orang lain akan mempengaruhi niat pembelian nasabah lainnya, begitu pula sebaliknya (Kotler, 2017)

Dibawah ini merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi lahirnya minat dari dalam diri seseorang, diantaranya sebagai berikut:

a. Faktor Dorongan

Faktor dorongan ini merupakan faktor yang paling dekat dengan diri kita, yang mana pada faktor tersebut memang muncul atau hadir dari dalam diri kita sendiri. Faktor tersebut dianggap paling penting disebabkan karena tanpa adanya faktor ini, minat itu seperti apapun tidak akan pernah muncul ataupun juga diwujudkan. Contohnya pada saat kita ingin menghilangkan kegalauan maka kita akan melakukan kegiatan seperti bermain gitar dan bernyanyi lagu yang senang. Hal tersebut muncul dari diri sendiri.

b. Faktor Motif Sosial

Faktor motif sosial ini juga menjadi faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat, faktor tersebut merupakan faktor untuk melakukan suatu aktivitas supaya dapat diterima serta juga diakui oleh lingkungannya. Minat tersebut semacam kompromi pihak individu dengan lingkungannya. Contohnya seperti minat pada belajar musik karena ingin menjadi pemain musik profesional.

c. Faktor Emosional

Faktor emosional ini sangat berhubungannya erat sekali dengan emosi, karena faktor ini termasuk yang kompleks dengan menyertai seseorang yang berhubungan dengan objek dan juga minatnya. Kesuksesan seseorang tersebut berada pada aktivitas karena aktivitasnya tersebutlah yang menimbulkan perasaan suka ataupun puas, sedangkan apabila kegagalan yang menghampiri maka akan mengurangi minat

seseorang terhadap kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan ( Pulungan A, 2018).

Selanjutnya, terdapat tiga (3) karakteristik minat, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Minat menimbulkan sikap positif dari suatu objek.
- 2) Minat ini merupakan sesuatu yang menyenangkan dan juga timbul dari suatu objek.
- 3) Minat ini mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan, dan juga kegairahan untuk mendapat sesuatu yang diinginkan (Azwar, 2020)

### **3. Menabung**

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan menurut Menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu, sehingga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu. Minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu (Priansa, 2017).

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik, adalah Qs An-Nisa Ayat 9: *"Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap(kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar."*

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan menabung dan mengikuti tindakan tersebut Salah satunya adalah dengan cara menabung, adapun Jenis Tabungan Bank Syariah, sebagai berikut:

## 1. Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad *al-wadi'ah* pada rekening giro Nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad *al-wadi'ah* "titipan". Dalam *fiqih muamalah wadi'ah* dibagi menjadi dua macam: *wadi'ah yadal-manah* dan *wadia'ah yad adh dhamanah w* (Mustafa, 2018).

- a. Akad *wadi'ah yad al-manah* adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan (dalam hal ini bank) tidak wajib mengganti jika terjadi kerusakan. Biasanya, akad ini diterapkan bank pada titipan murni, seperti *safe deposit box*. Dalam hal ini, bank hanya bertanggung jawab atas kondisi barang (uang) yang dititipkan.
- b. *Wadia'ah yad adh-dhamanah* adalah titipan yang dilakukan dengan kondisi menerima titipan bertanggung jawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan. Bank syariah menggunakan akad *wadia'ah yadadh-dhamanah* untuk rekening *giro* (Putri & Aravik, 2021).

## 2. Tabungan

Bank syariah menerapkan dua akad tabungan, yaitu *wadi'ah* dan *Mudharabah*. tabungan yang menerapkan akad *wadi'ah* mengikuti prinsip *wadia'ah yad adh-dhamanah* seperti yang di jelaskan sebelumnya. Artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan ia dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM. Tabunganyang berdasarkan akad *wadi'ah* ini tidak mendapatkan keuntungan dari bank karena sifatnya titipan. Akan tetapi bank tidak dilarang jika ingin memberikan semacam bonus/hadiah. Tabungan yang merupakan akad *mudharabah* mengikuti prinsip- prinsip akad *mudharabah*. Di antaranya sebagai berikut:

- a. Keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shohibul mal* (nasabah) dan *Mudharib* (bank).
- b. Adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian

keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutarkandana itu diperlukan waktu yang cukup.

### 3. Deposito

Bank syariah menerapkan akad mudharabah untuk deposito. seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai *shahibuk mal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudrabah* dalam *deposito* dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya. Misalnya, seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa akad mudharabah masyarakat adanya tenggang waktu antara penyetoran dan penarikan agar dana itu bisa diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari dan seterusnya (Ascarya, 2018).

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, yang bertujuan menghasilkan data. Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menerangkan, menjelaskan, menggambarkan serta menjawab rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu. Dalam penelitian kualitatif manusia adalah instrument peneliti dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan sesuai dengan kebenaran (Sugiono, 2016).

## Hasil Dan Pembahasan

### 1. Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kayuagung

Dari pengertian minat dari Abu Ahmadi, Abdul Rahman Shalih Muhibid dan Abdul Wahab, peneliti memilih pendapat dari Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab. Alasannya adalah sebelum minat timbul dan memilih objek tersebut kita harus mengetahui dan memahami melalui pendekatan yang berhubungan dengan objek tersebut layak diminati atau tidak. Sehingga dengan hal itu kita tidak akan salah memilih pada suatu objek. Jadi, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengertian minat

merupakan perasaan suka, senang atau tertarik seseorang kepadasuatu hal (objek) yang diikuti dengan tumbuhnya perhatian serta mendorongnya terlibat langsung karena sesuatu hal (objek) tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan dan kepuasan.

Dibawah ini merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi lahirnya minat dari dalam diri seseorang, diantaranya sebagai berikut: Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan bahwa minat adanya pengertian subjek terhadap objek yang menjadi sasaran karena objek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan perasaan senang sehingga cenderung kepada objek tersebut Peneliti melihat masyarakat ada yang minat melakukan menabung dibank dan bagi masyarakat yang melakukan untuk menabung di bank dipengaruhi oleh: Dari bukunya Abu Ahmadi “Psikologi Umum” yang digunakan sebagai acuan indikator dalam penelitian ini. Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut: ( Abu Ahmadi, 2019 ).

a. Kognisi (Gejala pengenalan)

Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran,perasaan) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal. Dari pengertian di atas menurut Uswah Wardiana kognisi itu merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktifitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, dan membayangkan.

Seperti pada kasus Ibu Tri (2022) bahwa *saya kurang memahami masalah bank apalagi untuk melakukan minat menabung di bank syariah dan kurangnya jasa bank untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk mengenalkan produk bank, banyak produk yang dapat dipergunakan dalam menjaga keamanan terutama dengan*

*menyimpan berbagai produk yang tersedia.*

Begitu juga pada Ibu Nurlela (2022) bahwa *bahwa minat masyarakat menabung di bank syariah masih kurang. Baik secara nasional, maupun di kayuagung yang masyarakatnya masih kurang berminat menabung di bank syariah hal ini disebabkan oleh beberapa hal yakni : Pertama, masalah danaQard (outstanding) yang masih lemah di bank syariah sehingga masyarakat belum merasa dananya aman di bank syariah. Kedua, menurut beliau hal yang paling tidak kalah pentingnya yang menjadikan masyarakat kurang berminat menabung di bank syariah kayuagung adalah masalah pengetahuan masyarakat yang kurang tentang perbankan syariah, menurut beliau masyarakat kurang berminat menabung di bank syariah karena masyarakat tidak tahu tentang bank syariah sehingga mereka masih memilih menabung di bank konvensional. Ketiga, mengenai lokasi dan jaringan kantor bank syariah yang sangat kurang terkhusus di tingkat kecamatan, hal ini berbeda dengan bank konvensional seperti BRI yang jaringan kantornya ada di setiap kecamatan. Kurangnya jaringan kantor bank syariah serta lokasi bank syariah yang jauh dari pemukiman masyarakat, menjadikan lebih memilih bank konvensional karena lebih dekat dan mudah diakses.*

b. Emosi (Gejala perasaan)

Kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya. Emosi dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Maksudnya suatu perasaan yang mendorong individu untuk merespon atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya. Seperti pada Bapak Dedi (2022) bahwa *la menabung di Bank konvensional sudah hampir 1 tahun karena menurutnya sama saja menabung di Bank Syariah dengan konvensional itu sama, karena beliau tidak memahami isi dari Akad di Bank Syariah jadi menurutnya sama saja menabung di Bank konvensional.*

c. Konasi (Gejala kemauan)

Merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerak. Seperti pada Bapak Ismail (2022)

*bahwa saya nasabah di Bank Sumsel Babel Kayu Agung, saya menabung disini kurang lebih sudah 2 tahun, saya menggunakan deposito kaffah dalam jangka panjang untuk masa dihari tua saya dan saya juga senang pelayanan di Bank ini.*

Bapak ismail adalah salah satu nasabah di Bank Sumsel Babel Kayu Agung dan dia menabung dengan menggunakan Deposito Kaffah untuk jaminan dimasa tua, selain itu juga pelayanan bank juga memberikan kepuasan untuk menarik minat nasabah. Selanjutnya, Bapak Saparudin (2022) bahwa *Saya selaku nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah sudah hampir 5 tahun saya menabung di Bank Sumsel Babel Syariah dengan akad tabungan kaffah yang isi akadnya menurut saya sangat memuaskan karena system bagi hasil dan tidak mengandung riba, membuat saya selalu minat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah dengan jaminan keamanan uang tabungan dan tingkat pelayanannya sangat ramah dan sopan. Jadi menurut bapak Saparudin menabung di Bank Syariah sangat lah bagus karena system akadnya sangatlah puas dan tidak mengandung riba, dan tabungan ini untuk saya di hari tua nanti Bersama keluargasaya.*

Terakhir Ibu Marlina (2022), bahwa *Saya selaku nasabah baru di Bank Sumsel Babel Syariah dengan menabung Akad Deposito Kaffah dengan akad ini banyak sekali kepuasan saya menggunakan system akad di Syariah karena adanya system bagi hasil dan tidak ada bunga Bank. Yang membuat saya berminat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah karena promosi yang menarik dan inovatif dengan akad-akad Syariah yang berbasis an yang menuju pada suatu arah.*

## **2. Apa Yang Menjadi Faktor Pendukung Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kayuagung**

Pengetahuan, pelayanan, lokasi dan promosi merupakan faktor yang penting dalam usaha menarik minat konsumen atau pelanggan (Tjiptono, 2018). Faktor-faktor yang memengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung pada Bank Syariah yaitu:

a. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba dengan sendiri. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Wawan, 2017).

b. Faktor Produk dan Pengetahuan

Menurut bapak (Joko 2022) salah seorang responden yang bekerja sebagai buruh bangunan ini mengatakan bahwa belum mengetahui secara pasti tentang system atau mekanisme di Bank Sumsel Babel Syariah karena kurangnya promosi dari pihak Bank dan membuat saya kurang mengetahui system nya.

c. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Istilah layanan dapat dipresepsikan berbeda-beda dalam konteks yang berlainan. Setidaknya konsep jasa mengacu pada beberapa lingkup definisi utama: industry, output atau penawaran, proses dan sistem kendati keanekaragaman perspektif ini bisa menimbulkan kerancuan, implikasi strategi adalah bahwa komponen jasa atau pelayanan memainkan peran strategi dalam setiap bisnis (Kotler, 2017).

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. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Penilaian nasabah terhadap jasa perbankan berkaitan dengan tingkat subjektivitas, aspirasi, emosi kepuasan, keengganan dan suasana hati. Setidaknya ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh bank yang mampu mengarahkan operasional bank pada kualitas pelayanan jasa yang baik. Diantaranya yang paling penting adalah akses. Akses ini berhubungan dengan letak bank yang strategis, pasar, sasaran, serta kemampuan yang mampu memberikan pelayanan yang cepat (Kotler, 2018).

d. Faktor Fasilitas Pelayanan

Sedangkan dari faktor pelayanan atau administrasi dari sistem bank syariah ada salah satu orang yang dinilai berpengaruh antara lain dari wawancara yang peneliti lakukan nasabah Ibu (Mardalia 2022) *menilai sistem pelayanan yang ramah dan sopan bisa meningkatkan minat menabung pada Bank Syariah dan fasilitas yang nyaman dan aman juga berpengaruh terhadap nasabah termasuk saya*. Seiring dengan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang sistem bank syariah. Meski bank terus berkembang setiap tahunnya, banyak masyarakat Indonesia yang masih belum mengenal apa dan bagaimana Bank Syariah menjalankan kegiatan bisnisnya.

e. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung

Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya (Utomo et al., 2022). Pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan, keterdekatan dengan pasar / konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudahan untuk melakukan ekspansi, dekat dengan pusat pemerintahan, dan tersedianya sumber daya yang lain Kesimpulan bahwa lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan dalam memaksimalkan laba. ( Rusdiana, 2018)

Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk mewujudkan pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi

pasar yang besar (Jaswadi, 2018).

f. Faktor Lokasi

Dari wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak (Dahlian 2022) seseorang yang berpropesi sebagai pensiunan, mengungkapkan bahwa *faktor lokasi juga berpengaruh terhadap minat dalam menjadi nasabah di bank syariah*. sedangkan menurut Bapak ( Hamzah 2022 ) *salah satu alasan tidak menggunakan jasa Bank Syariah karena lokasi dari Bank yang terlalu jauh. salah satu alasan belum menggunakan jasa dari Bank karena kantor cabang ataupun masih terlalu jauh dengan rumah*.

g. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung

Masyarakat akan mengetahui dan mengenal mengenai perbankan syariah, produk dan sistem perbankan syariah apabila Bank Syariah mempromosikan produknya dengan maksimal. Promosi ini juga perlu dilakukan secara merata ke berbagai daerah agar dapat menarik lebih banyak lagi masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Jika bank syariah makin menarik dan rutin melakukan promosi, maka minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah juga makin tinggi. Hal ini juga diperkuat dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara promosi terhadap minat masyarakat muslim menabung (Jaswadi, 2018).

h. Faktor Promosi

Menurut bapak ( Kelvin 2022 ) *belum ada promosi dari Bank Syariah. mengenai Produk Bank oleh karena itu belum mengetahui banyak tentang Bank Syariah ini menjadi salah satu alasan masih menggunakan jasa*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh masyarakat dalam faktor minat menabung masyarakat pada Bank kurangnya promosi dari pihak Bank. Produk yang sudah direncanakan dengan baik sayang apabila tidak dikenal oleh masyarakat luas. Karena faktor lokasi suatu cabang Bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkannasabah dalam berurusan dengan Bank. Semakin jauh rumah masyarakat dengan kantor unit/cabang dari Bank hal ini dapat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Sedangkan dari segi faktor pelayanan Adapun

strategi pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan nasabah dengan standar yang sudah ditetapkan. Upaya untuk memperkenalkan produk itu kepada nasabah merupakan awal dari kegiatan promosi.

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, Secara definisi promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Dalam rangka pembentukan pemahaman minat menabung di Bank supaya berjalan lebih efektif, pihak Bank dapat melakukan promosi berupa bazar dalam memperkenalkan produk sehingga masyarakat dapat terinspirasi dalam menabung di Bank Sumsel Babel Syariah dan bisa melalui media digital dalam memperkenalkan produk tabungan.

Promosi juga sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Banyak perusahaan yang ingin dianggap selalu baik dimata nasabah. Karena akan menjadi setia terhadap produk yang ditawarkan oleh Bank tersebut.

## Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penentu dari minat menabung di bank syariah di kota kayuagung dengan variabel independennya adalah lokasi, pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

1. Untuk minat menabung masyarakat yaitu dengan memberikan gambaran kepada masyarakat dengan memperkenalkan operasional dan mekanisme Bank Sumsel Babel Kayu Agung dengan cara : peningkatan ekonomi, pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan upaya-

upaya pensosialisasian mekanisme, perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dan nasabah, produk yang beragam menarik dan inovatif, lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, bangunan dan ruangan bank yang bersih dan nyaman, promosi dari bank, adanya dorongan dari pihak lain, sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, adanya konsep yang saling menguntungkan kepada nasabah. Pengertian minat dari Abu Ahmadi, Abdul Rahman Shalih Muhibid dan Abdul Wahab, peneliti memilih pendapat dari Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab. Alasannya adalah sebelum minat timbul dan memilih objek tersebut kita harus mengetahui dan memahami melalui pendekatan yang berhubungan dengan objek tersebut layak diminati atau tidak. Sehingga dengan hal itu kita tidak akan salah memilih pada suatu objek.

2. Adapun faktor pendukung minat menabung masyarakat pada bank sumsel babel Syariah cabang kayuagung: peneliti lakukan Jadi, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengertian minat merupakan perasaan suka, senang atau tertarik seseorang kepada suatu hal (objek) yang diikuti dengan tumbuhnya perhatian serta mendorongnya terlibat langsung karena sesuatu hal (objek) tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan dan kepuasan. bahwa faktor Promosi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah karena kebanyakan masyarakat di Indonesia masih banyak yang belum memahami akad Bank Syariah, dengan Adanya faktor promosi yang menarik bisa membuat nasabah ingin menabung di Bank Syariah dan memahami tentang Akad di Bank Syariah. kemudian diikuti dengan faktor produk yaitu produk yang berbasis Syariah dan amanah, faktor berikutnya adalah faktor lokasi: lokasi yang tidak terlalu jauh dari pusat kota atau daerah sehingga nasabah bisa menabung dengan mudah di Bank sumsel babel kayuagung. serta faktor pelayanan: yang ramah dan nyaman bisa membuat nasabah puas akan pelayanan di Bank Sumsel Babel. Sedangkan faktor reputasi tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank.

## Daftar Pustaka

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2017). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah.
- Alamsyah, D. P. (2016). Kepercayaan Konsumen Pada Produk *Organik*.
- Al Arif, M Nur Rianto. (2019). Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung:Alfabeta
- Andespa, R. (2016). Strategi Industri Perbankan di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar untuk Menciptakan Pelayanan yang Memuaskan.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2018). Bank Syari'ah dari teori ke praktik. Jakarta:Gema Insani.
- Arif, A., Nur, R., & Euis, A. (2019). Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional.
- Arikunto Suharsimi. (2018). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assal, A., A. Muhammad & F.A.A. arim. (2018). Sistem, Prinsip dan dan Tujuan Ekonomi Islam.
- Ascarya. (2019). Akad dan Produk Bank Syariah, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Asti Marlina dan Widhi Ariyi Bimo. (2018), Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank.
- Atalya Puspa,(2020), Bank Bertransformasi Menuju Digitalisasi, Media Indonesia.Aziz Setiawan, (2020), Sejumlah Bank Syariah Turunkan Target Profit, dalam Republika, teurunkan-target-profit, (diakses tanggal 10 januarii 2020)
- Azwar. (2020), Solusi Ekonomi Dan Keuangan Islam Di Masa Pandemi *Covid 19*,(diakses tanggal 1 Januari 2020).
- B. Yusuf ,(2012) ,*Adopting A Specific Innovation Type Versus Composition Of Different Innovaton Types: Case Study Of A Ghanaian Bank*, International.
- Burhan Bungin.,(2020), "Metode Penelitian Sosial Ekonomi: Format-Format *Kuantitatif* Dan *Kualitatif* Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran",Kencana Perdana Media Grup :Jakarta. Badan Pusat Statistik (BPS), 2020,"Kecamatan Tamalate DalamAngka Tahun 2020",

**Yulia Citra, Moh. Faizal, Choirunnisak**

Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Sumsel Babel  
Cabang Kayuagung

Cahyani, A. F. (2017). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Bandung.

Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H. (2021). *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Putri, N. S., & Aravik, H. (2021). Analisis Produk Tabungan Wadi'ah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(1), 1–10.  
<https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/view/2>

Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Media Edu Pustaka.