



Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan SI HASANAH Pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya

Sylvina Intan Rahmawati¹⁾; Miti Yarmunida²⁾; Herlina Yustati³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati
Sukarno Bengkulu

Email: ¹⁾ sylvinaintan222001@gmail.com ; ²⁾ miti_yarmunida@iainbengkulu.ac.id ; ³⁾ herlinayustati@iainbengkulu.ac.id

How to Cite :

Rahmawati, S. I., Yarmunida, M., Yustati, H. (2023). Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan SI HASANAH Pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya: *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11 (1). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>

ARTICLE HISTORY

Received 08 September 2022]

Revised [24 Desember 2022]

Accepted [31 Desember 2022]

KEYWORDS

Customer Interest, SI
HASANAH Savings
Products.

This is an open access article under
the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH. Jenis penelitian ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal, maupun sumber tertulis lainnya dan data primer yaitu observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya dilihat dari indikator minat sebagai berikut: a. Perhatian (Attention), b. Minat (Interest), c. Keinginan (desire), d. Tindakan (Action). Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih produk tabungan SI HASANAH pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya yaitu : a. Faktor Kemudahan, b. Faktor Promosi, c. Faktor Keramahan, d. Faktor Kepercayaan, e. Faktor Kualitas Produk, f. Faktor Religiuitas, g. Faktor Penghasilan.

ABSTRACT

This study aims to determine the customer's interest in choosing the SI HASANAH savings product and the factors that influence the customer's interest in choosing the SI HASANAH savings product. This type of research is descriptive with a qualitative approach. With secondary data collection techniques sourced from books, journals, and other written sources as well as primary data, namely observations and interviews. The results showed that the customer's interest in choosing the SI HASANAH savings product at BMT Syariah Jaya Abadi, Giri Mulya District, was seen from the interest indicators as follows: a. Attention, b. Interest (Interest), c. Desire (desire), d. Action (Action). Meanwhile, the factors that influence customer interest in choosing SI HASANAH savings products at BMT Syariah Jaya Abadi, Giri Mulya District are: a. Convenience Factor, b. Promotion Factor, c. The friendliness factor, d. Trust Factor, e. Product Quality Factors, f. Religiosity Factor, g. Income Factor.

PENDAHULUAN

Seiring dengan adanya perkembangan zaman yang begitu pesat, kini masyarakat sekarang sudah banyak menyimpan uang mereka di lembaga keuangan syariah. Masyarakat yang memiliki

penghasilan lebih ada baiknya dapat disimpan atau diinvestasikan di lembaga keuangan syariah yang mana nantinya dananya dapat dijalankan oleh lembaga untuk perputaran ekonomi yang tujuannya yaitu untuk meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat.

Dana tersebut akan dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan dana usahanya, agar memperoleh keuntungan dari dana yang sudah diinvestasikan tersebut. Menurut Q.S Yusuf : 47-49 nabi yusuf menjelaskan bahwa kehidupan di masa mendatang sulit untuk diprediksi, dan disarankan kepada masyarakat tentunya agar dapat melakukan investasi syariah yang kelak dapat berguna untuk mempersiapkan hal-hal yang tak terduga di kemudian hari. (Ramadhani, 2022)

Salah satu cara memanfaatkan dana agar lebih aman yaitu dengan memilih produk tabungan yang ditawarkan oleh perbankan syariah yaitu menggunakan akad mudharabah. Secara sederhana, pengertian mudharabah ialah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pengambilan hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. (Rahmani, 2020, p. 123)

BMT Syariah ialah lembaga keuangan berdasarkan syariat islam yang didirikan untuk membantu serta mengajak masyarakat menjauhi riba. Salah satu BMT yang menjadi objek penelitian penulis yaitu di BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya. Berbagai jenis produk yang dikelola di BMT Syariah Jaya Abadi berfokus pada inti bisnis mikro, kecil dan medium hal ini sesuai dengan salah satu strategi manajemen dari BMT Syariah Jaya Abadi itu sendiri. Produk tabungan yang paling banyak diminati nasabah ialah produk tabungan SI HASANAH. SI HASANAH HASANAH (Simpanan mudharabah) yaitu tabungan yang penyimpanan dan penarikannya bisa dilakukan sewaktu-waktu selama jam kerja dan nasabah mendapatkan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan. SI HASANAH juga merupakan produk tabungan yang paling banyak peminat.

LANDASAN TEORI

Minat

Minat ialah keinginan dan kemauan yang berkembang dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu, dari itu minat menjadi sesuatu yang sangat berperan penting dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. (Suryanto, 2017)

1. Indikator Minat ialah sebagai berikut :

a. Perhatian (Attention).

Minat seseorang diawali dengan tahap perhatian terhadap suatu produk setelah mendengar atau melihat produk yang dipromosikan oleh perusahaan.

b. Minat (Interest)

Setelah mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan oleh perusahaan, maka timbul minat konsumen terhadap produk tersebut.

c. Keinginan (desire)

Setelah konsumen mendalami tentang kelebihan produk, maka pada tahap ini konsumen akan memiliki keinginan dan hasrat untuk membeli produk tersebut.

d. Tindakan (Action)

Jika adanya keinginan dan hasrat yang kuat, maka akan mengambil keputusan untuk membeli / memilih produk tersebut.(Renaldi, 2022)

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah :

a. Faktor Kemudahan,

b. Faktor Promosi,

c. Faktor Keramahan,

d. Faktor Kepercayaan,

e. Faktor Kualitas Produk,

- f. Faktor Religiuitas,
- g. Faktor Penghasilan.(Yuliani, 2022)

Nasabah

Nasabah merupakan orang atau perusahaan atau badan hukum atau lembaga yang memiliki rekening pada suatu bank. Dan kegiatan utama sebuah bank adalah melakukan penghimpunan dana dan menyalurkan dana melalui kegiatan pembiayaan. (Candra, 2018)

Produk

Produk dapat diartikan sebagai barang berwujud maupun barang tidak berwujud yang dihasilkan oleh perusahaan dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Konsumen dapat mengambil manfaat atas barang tersebut.

Penilaian produk meliputi antara lain kondisi fisik produk, spesifikasi produk, kemudahan mendapatkan produk, dan pemeliharaan produk. Pada industri perbankan, produk yang dihasilkan secara umum adalah produk penghimpunan dana dan pembiayaan.(Budiningsih & Primadhita, 2019)

Tabungan SI HASANAH

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.(Fathimah, 2017)

Tabungan SI HASANAH ialah tabungan atau simpanan yang penyimpanannya dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu selama jam kerja dan nasabah mendapatkan bagi hasil dengan nisbah bagi hasil = 80 : 20 (BMT : Nasabah). Dimana 80 % untuk pihak BMT dan 20 % untuk pihak nasabah. Dengan simpanan awal minimal Rp. 50.000,- dengan tidak dikenakan biaya administrasi per bulan. Biaya buku tabungan Rp.5.000 sekali di awal.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ialah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan riset yang mempunyai sifat deskriptif dan lebih cenderung menggunakan analisis. (Sugiyono, 2017).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara sehingga dapat menggali lebih dalam tentang minat nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH.(Marihhot et al., 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti, wawancara, observasi dan dokumentasi seperti rekaman video/audio dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting dan dipelajari, serta membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif memiliki tiga tahap yaitu :

1. Data Reduction (reduksi data), ialah data yang diperoleh dari lapangan terbilang cukup banyak untuk perlu adanya rangkuman secara rinci, teliti, fokus, kode, mencari tema, dan menulis memo yang berkaitan dengan penelitian peneliti.
2. Data Display (penyajian data), penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya.

3. Verification/penarikan kesimpulan, yaitu bersifat sementara dan akan berubah apabila bukti lapangan tersebut kuat. Kesimpulan tersebut yang dapat menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan narasumber, setelah data tersebut sudah disajikan dengan bahasa yang mudah dimengerti agar dapat ditarik kesimpulan.(Rijali, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan SI HASANAH

Berikut ini data hasil wawancara peneliti kepada pengelola dan nasabah BMT Syariah Jaya Abadi mengenai minat nasabah menggunakan produk tabungan SI HASANAH berdasarkan indikator yaitu :

a. *Perhatian (Attention)*

Berdasarkan pembahasan tentang pengetahuan nasabah di BMT Syariah Jaya Abadi, maka nasabah lebih banyak memilih produk tabungan SI HASANAH dikarenakan pengetahuan nasabah tentang produk tabungan yang nilai simpanannya kecil minimal Rp10.000 sampai puluhan juta. dan pengambilan tabungan bisa dilakukan sewaktu-waktu selama jam kerja. (Sadimin dan Muchlis, wawancara 15-19 Oktober 2022).

Sedangkan tentang adanya produk tabungan SI HASANAH, bahwa memang mereka tahu di BMT Syariah Jaya abadi betul memiliki produk tabungan yang bernama SI HASANAH. (Dwi, Maman, dan Jeni, wawancara 19 Oktober – 1 November 2022).

b. *Minat (Interest)*

Produk tabungan SI HASANAH ialah produk yang paling banyak diminati. Hal ini dibuktikan berdasarkan wawancara maka didapatkan data jumlah nasabah sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Nasabah

NO	Produk Tabungan	Jumlah Nasabah dari Tahun 2015-2022
1.	SI HASANAH	112 orang
2.	SI QURMA	52 orang
3.	SI AROFAH	21 orang
4.	SI BAHAGIA	7 orang
5.	SI PINTAR	36 orang
6.	DEPOSITO 3 BULAN	7 orang
7.	DEPOSITO 6 BULAN	16 orang
8.	DEPOSITO 12 BULAN	107 orang
Total Jumlah Nasabah dari Tahun 2015-2022		358 orang

Sumber : Data jumlah nasabah BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya.

Dari sumber data di atas didapatkan jawaban bahwa produk yang paling banyak diminati ialah produk tabungan SI HASANAH. Serta jumlah nasabah yang memilih produk tabungan SI HASANAH sampai saat ini ialah 112 orang, dan total jumlah nasabah dari tahun 2015-2022 ialah 358 orang. (Sadimin dan Muchlis, wawancara 15-19 Oktober 2022).

Sedangkan pembahasan tentang apa saja yang menjadi daya tarik minat memilih produk tabungan SI HASANAH maka didapatkan jawaban bahwa produk tabungannya bisa diambil sewaktu-waktu, aman, prosesnya mudah, tidak ada potongan admin per bulan. (Dwi, Maman, dan Jeni, wawancara 19 Oktober – 1 November 2022).

c. *Keinginan (Desire)*

Pembahasan tentang keinginan nasabah semakin meningkat terhadap produk tabungan mengacu kepada semakin banyak permodalan di BMT, semakin banyak regulasi dana yang diputar, serta semakin banyak transaksi yang dilaksanakan di BMT Syariah Jaya Abadi menjadi

salah satu indikasi penabung SI HASANAH semakin berkembang pesat di banding tabungan lainnya. (Sadimin dan Muchlis, wawancara 15-19 Oktober 2022).

Sedangkan pembahasan tentang alasan memiliki keinginan memilih produk tabungan SI HASANAH yaitu karena proses pembuatan tabungan yang gampang, cepat di proses, dan aman tentunya. (Dwi, Maman, dan Jeni, wawancara 19 Oktober – 1 November 2022).

d. Tindakan (Action)

Tindakan yang dilakukan pihak BMT dalam memberikan informasi tentang produk tabungan SI HASANAH ialah dengan cara sebelum nasabah memilih jenis tabungan diberikan penyampaian terlebih dahulu jenis-jenis tabungannya, syarat-syarat ketentuannya, besar kecil dana yang harus di tabung / setoran awal tabungan tersebut, nisbah bagi hasilnya, dan jangka waktu pengambilan tabungan tersebut. (Sadimin dan Muchlis, wawancara 15-19 Oktober 2022).

Informasi dan tindakan pihak BMT memang mudah dimengerti dari segi syarat-syarat yang disampaikan, proses pembukaan rekening tabungan, informasi mengenai produk, nisbah bagi hasilnya jelas maka itu sebabnya nasabahnya semakin banyak. (Dwi, Maman, dan Jeni, wawancara 19 Oktober – 1 November 2022).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan SI HASANAH

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih produk tabungan SI HASANAH yaitu :

- a. Faktor Kemudahan
Syarat pembukaan rekeningnya mudah diajukan hanya modal KTP saja dan lokasi BMT sangat strategis serta mudah di akses.
- b. Faktor Promosi
Promosinya yaitu dengan cara melakukan sosialisasi ke beberapa tempat saat perkumpulan ibu-ibu pkk, pengajian untuk memaparkan keunggulan produk tabungan SI HASANAH.
- c. Faktor Keramahan
sikap pihak BMT dalam melayani nasabah yaitu dengan sangat ramah dan sopan.
- d. Faktor Kepercayaan
Bukti kepercayaan nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH ialah pihak BMT memberikan slip setiap kali menabung.
- e. Faktor Kualitas Produk
Manfaat menggunakan produk tabungan SI HASANAH ialah memperoleh nisbah bagi hasil yang ada di tabungan SI HASANAH tersebut.
- f. Faktor Religiuitas
Nasabah yang menabung di BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya rata-rata masyarakat muslim, walau tidak menutup kemungkinan ada juga nasabah non muslim.
- g. Faktor Penghasilan.
Penghasilan nasabah sangat mempengaruhi perkembangan BMT karena semakin banyak tabungan nasabah akan semakin membantu pihak BMT dalam perputaran modal untuk pembiayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat nasabah BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya dalam memilih produk tabungan SI HASANAH ada beberapa indikator yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH yaitu : a. Perhatian (Attention), b. Minat (Interest), c. Keinginan (desire), d. Tindakan (Action)

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk tabungan SI HASANAH yaitu : a. Faktor Kemudahan, b. Faktor Promosi, c. Faktor Keramahan, d. Faktor Kepercayaan, e. Faktor Kualitas Produk, f. Faktor Religiuitas, g. Faktor Penghasilan.

Saran

1. Bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu diharapkan dapat menggunakan produk-produk tabungan di BMT Syariah ataupun Bank Syariah dalam kehidupan sehari agar produk syariah lebih dikenal masyarakat luas.
2. Bagi nasabah diharapkan untuk terus menggunakan produk-produk tabungan yang ada di BMT Syariah agar produk tabungan di BMT memiliki kualitas produk yang semakin baik.
3. Bagi pihak BMT diharapkan untuk terus mengoptimalkan tata kelola perusahaan dan memaksimalkan keunggulan produk tabungan agar semakin baik lagi dan semakin diterima nasabah luar daerah bukan hanya di dalam daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiningsih, S., & Primadhita, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 121. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.339>
- Candra, N. (2018). Kajian Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 25(2), 160–172.
- Dwi, Maman, dan Jeni, wawancara pada tanggal 19 Oktober – 1 November 2022.
- Fathimah, V. (2017). Pengaruh Perkembangan Jumlah Tabungan, Deposito dan Bagi Hasil terhadap Jumlah Pembiayaan yang Diberikan oleh Perbankan Syariah di Sumatera Utara. *Jurnal Ilman*, 5(1), 41–52. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Marihot, Y., Sari, S., & Endang, A. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)* (Vol. 1, Issue 1).
- Rahmani, S. (2020). Faktor-Faktor Kebijakan Yang Mempengaruhi Tabungan Mudharabah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(2), 122–137. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i2.225>
- Ramadhani, D. & R. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT. 05(01).
- Renaldi, D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pd.Ikram Nusa Persada. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 5–39. <http://repository.unpas.ac.id/>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Sadimin dan Muchlis, Wawancara pada tanggal 15-19 Oktober 2022.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sugiyono (ed.); 26th ed.). ALFABETA.
- Suryanto, A. (2017). *Analisis Minat Masyarakat menjadi Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Kota Tasimalaya*. Iqtishoduna.
- Yuliani, I. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan Wakaf di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Samarinda. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 183. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.497>