

Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Rafikah^{*1}, Amrusi², A. Razak³
1,2,3 Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia

Abstrak

The development of Islamic economics or so-called sharia economy in Indonesia is currently growing so rapidly. The presence of sharia banks in the community considered able to overcome the difficulties that occur when saving in conventional banks. As is well known to conventional banks using interest. While already known also the interest system on the bank classified riba a thing that is forbidden in Islam. As for the formulation of this research problem is 1) What drives the decision of customers to save at Bank Aceh Sharia Branch Banda Aceh? 2) What are the most dominant factors affecting customers to save at Bank Aceh Syariah Branch of Banda Aceh ?. The approach used in this research is quantitative approach with descriptive research type. The techniques used in data collection are library research, field research in the form of observation, documentation and questionnaire. The result of the research indicates that that encourages the decision of customers to save at Bank Aceh Syariah branch of Banda Aceh because it is influenced by several factors ranging from product with a total value of 4.13 average in very high category, profit sharing system with total average value equal 3,94 in the high category, the service with the same average total of 3.95 in the high category, the promotion with a total grade of 3.56 in the high category, the location with a total average value of 3.92 in the high category and psychological factors with a total grade of 4.05 in very high category. Then the most dominant influence is the product where the product is the first thing that most dominant influence the decision of customer to save at Bank Aceh Syariah branch of Banda Aceh with total value average 4,13 in very high category.

Keywords : Decision of the Customer Saving

1. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi islam atau yang biasa disebut juga dengan ekonomi syariah di Indonesia saat ini berkembang dengan begitu pesat. Kehadiran perbankan syariah di dunia dinilai mampu menjawab kesulitan-kesulitan yang terjadi di perbankan konvensional. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1990an, berdirinya perbankan syariah di tengah-tengah perbankan konvensional membawa kemajuan tersendiri bagi dunia perbankan di Indonesia. Keberadaan bank syariah di Indonesia dipelopori oleh Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Sejak saat itu mulailah dibuat aturan-aturan yang terkait dengan pelaksanaan operasional bank syariah.

Dalam pandangan masyarakat, perbankan syariah dinilai paling sesuai dengan kondisi perekonomian Indonesia, hal ini dikarenakan kemudahan yang ditawarkan. Oleh karena itu, banyak nasabah yang tertarik untuk menabung pada bank yang bersifat syariah, ini semua dikarenakan sistem yang tidak menggunakan suku bunga bank. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang adil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat. Suatu sikap yang wajar ketika seorang nasabah menentukan atau memilih bank mana yang dipilih yang pastinya memberikan efek positif terhadap nasabah yang bisa memberikan kemudahan dan keuntungan juga secara bersamaan.

* Corresponding author
E-mail: rafikah@gmail.com

Seperti yang diketahui masyarakat di Indonesia yang sebagian besar muslim dihadapkan pada satu pilihan yaitu menyimpan dananya di bank konvensional. Sedangkan sudah diketahui bersama bank konvensional menganut sistem bunga. Sistem bunga termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu didirikannya bank syariah.

Pengembangan sistem perbankan syariah sebagai suatu lembaga keuangan di Indonesia merupakan sesuatu yang tidak terhindarkan. Dengan komposisi penduduk yang sebagian besar memeluk agama Islam, Indonesia merupakan pasar yang menjanjikan bagi sistem perbankan yang menggunakan nilai-nilai agama dalam pengembangan usahanya. Tapi masih ada umat Islam yang menyimpan uangnya di bank konvensional.

Keputusan nasabah adalah keinginan nasabah untuk menggunakan jasa atau kesetiaan nasabah dalam menggunakan jasa bank yang diinginkan dengan melihat yang sesuai dengan keinginan nasabah. Keputusan nasabah memilih produk atau jasa berbeda dengan nasabah lainnya, tergantung pada jenis tipe pembeliannya. Semakin kompleks keputusan yang akan diambil maka semakin banyak pihak yang terkait dan makin besar pertimbangannya.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip ajaran Islam, untuk memenuhi kebutuhan nasabah, hendaknya bank syariah di operasionalkan sesuai yang dikehendaki oleh prinsip syariah.

Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama islam yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank terdapat unsur-unsur riba jika ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan.

Seperti halnya Bank Syariah yang ada di Aceh yang begitu banyak masyarakat meyakini keamanan dan kenyamanan ketika menabung di Bank Syariah. Salah satunya Bank Aceh Syariah yang memiliki begitu banyak nasabahnya. Nasabah yang ada di bank tersebut pada umumnya memilih dan mempercayai uangnya untuk disimpan pada bank ini. Walaupun terkadang harus menunggu berjam-jam dan ada juga yang menunggu sambil berdiri dikarenakan kesediaan kursi yang sudah penuh terisi.

Peneliti memilih penelitian pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh didasarkan pada beberapa kemudahan-kemudahan yang ditawarkan kepada nasabah Hal ini dikarenakan, Bank Aceh syariah yang sudah dikenal oleh masyarakat luas khususnya daerah Aceh. Seperti yang diketahui juga tidak hanya Bank Aceh Syariah saja yang syariah tetapi seluruh Bank Aceh yang ada di Aceh sekarang sudah menganut sistem perbankan syariah. Dengan karakteristik dan keuntungan-keuntungan yang tinggi dari prinsip bagi hasil dari Bank Aceh Syariah, seharusnya dapat menjadi alternatif dan pilihan utama bagi masyarakat mengingat dari beberapa aspek misalnya secara hukum agama Islam, tingkat keuntungan, keamanan, kenyamanan, jaringan yang luas yang ditawarkan lebih menguntungkan dari pada bank konvensional. Akan tetapi, karena kurangnya sosialisasi dan pengetahuan menjadikan Bank Aceh Syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil sebagian masyarakat menganggap tidak banyak perbedaan dengan sistem bank konvensional. Akan tetapi nasabah hanya tahu bahwa pada Bank Aceh Syariah hanya tidak memakai sistem bunga.

Penelitian dilakukan oleh Dian Arie (2016) dengan judul persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kelurahan Mangga Besar Kota Prabumulih), hasil penelitian menjelaskan bahwa berdasarkan data yang diperoleh di lapangan bahwa persepsi masyarakat tentang perbankan Syariah di Kota Prabumulih Kelurahan Mangga Besar secara umum dapat dikategorikan baik karena masyarakat yang ada di kelurahan tersebut telah mengenal Bank Syariah begitupun dengan pelayanan dan sarana yang diberikan oleh Bank Syariah cukup baik, akan tetapi masih banyak yang ragu-ragu

mengenai sistem bagi hasilnya disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang sistem bagi hasil yang dilakukan oleh Bank Syariah.

Penelitian juga dilakukan oleh Apsah (2015) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang pembantu Blangpidie, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa keputusan menjadi nasabah dipengaruhi oleh faktor yang paling dominan yaitu produk. Kemudian juga faktor pelayanan, harga, tempat, dan terakhir faktor promosi.

Dari beberapa uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”.

2. TINJAUAN LITERATUR

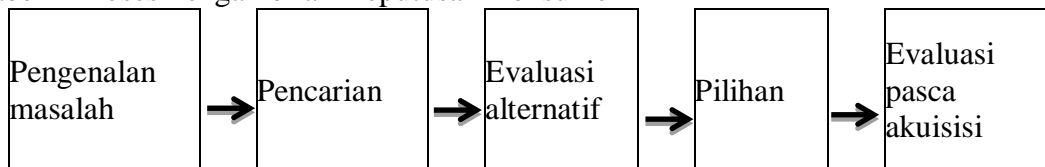
Pengambilan Keputusan

Menurut Amirullah (2002:61) pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Selain itu menurut Marimin (2010:14) dalam mengambil keputusan seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Yang dimaksud dalam kondisi unik adalah masalah tersebut tidak mempunyai preseden dan di masa depan mungkin tidak akan berulang kembali. Tidak pasti maksudnya bahwa faktor-faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Jangka panjang maksudnya bahwa implikasinya memiliki jangkauan yang cukup jauh ke depan dan melibatkan sumber-sumber usaha yang penting. Adapun kompleks yaitu dalam pengertiannya preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.

Proses Pengambilan Keputusan

Kotler dan Keller (2007:214) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Menurut Mowen dan Minor (2002:3) proses pengambilan keputusan konsumen yang paling kompleks terdiri dari lima tahap, yaitu:

Tabel 1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

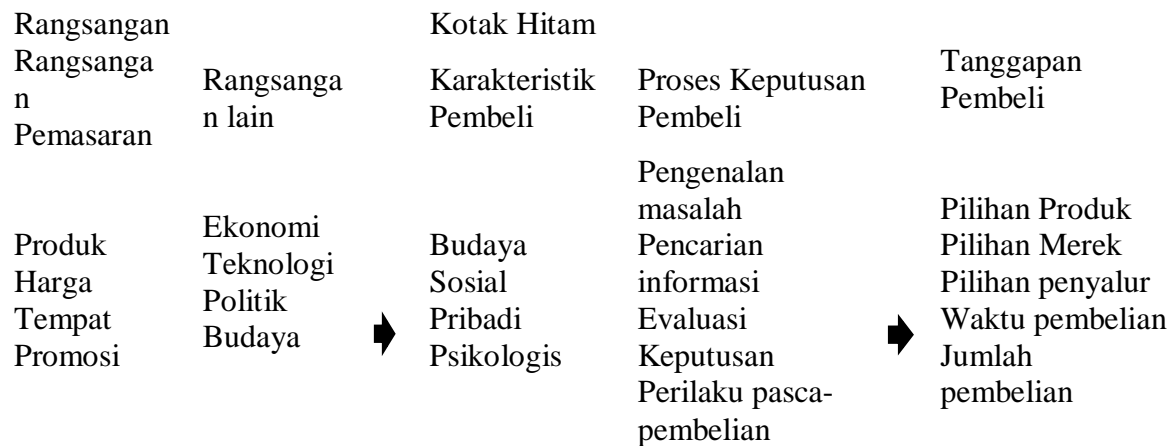


Pada tahap pengenalan masalah konsumen mengaku bahwa mereka membutuhkan sesuatu. Salah satu tujuan iklan adalah mendorong konsumen agar mengenali masalah. Bila kebutuhan cukup kuat, maka hal itu dapat memotivasi calon pembeli untuk memasuki tahap kedua dari proses pengambilan keputusan konsumen yaitu pencarian informasi, yang bisa mungkin, tergantung pada keterlibatan konsumen. Pada tahap ketiga, konsumen mengevaluasi alternatif yang mereka identifikasi untuk memecahkan masalah mereka. Tahap selanjutnya pilihan merupakan tahap keempat dari proses dimana konsumen memutuskan tindakan alternatif apa yang akan dipilih. Akhirnya pada tahap pasca akuisisi konsumen mengkonsumsi dan menggunakan produk atau jasa yang mereka peroleh. Mereka juga mengevaluasi akibat dari perilaku dan keterlibatan mereka.

Model Perilaku Konsumen

Banyak model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran, penelitian ini mengacu pada salah satu model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008:158) yaitu sebagai berikut:

Tabel 2 Model Perilaku Konsumen



Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu (Riswandi, 2005:11).

Menurut Lapoliwa (2000:73) tabungan adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh si penabung sewaktu-waktu dikehendaki.

Tabungan merupakan suatu jaminan untuk kehidupan di masa yang akan datang dari simpanan yang sudah disimpan sebelumnya. Semakin banyak simpanan uang di bank semakin besar tabungan jaminan dihidupkan yang akan datang.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Tabungan

- **Produk**

Menurut Kotler (2004:136) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Sedangkan menurut Kasmir (2004:135) secara umum definisi produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Produk adalah suatu yang berguna dan memiliki manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan maupun yang ingin dimiliki oleh nasabah.

- **Sistem Bagi Hasil**

Bagi Hasil adalah bentuk return dari kontrak investasi, yakni yang termasuk ke dalam natural uncertainty contracts. Dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar-kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah (A.Karim, 2013:203).

Bagi Hasil Merupakan karakteristik bank syariah, dan perhitungan (profit distribution) bagi bank syariah. Jika pada bank konvensional faktor keuntungannya berdasarkan bunga, maka pada bank syariah keuntungan diberikan atas dasar bagi hasil.

Menurut antonia (2001:39) faktor yang mempengaruhi bagi hasil yaitu:

1. Faktor langsung yang meliputi: investment rate (persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana), jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan, dan nisbah (profit sharing ratio).
2. Faktor tidak langsung: penentuan butir-butir pendapatan dan biaya mudharabah, dan kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting)

- **Pelayanan**

Pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik (Philip Kotler) dalam Hasibuan (2011:152)

Hasibuan (2011:152) menyebutkan lagi bahwa pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam memasarkan suatu barang. Semakin baik pelayanan yang dilakukan semakin baik juga hasil yang diperoleh oleh suatu perusahaan.

- **Promosi**

Menurut Lupiyoadi (2001:108) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Sedangkan Menurut Kasmir (2004:175) promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir

Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran dalam perusahaan. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi juga merupakan kegiatan yang dilakukan Perusahaan untuk menginformasikan, mempengaruhi yang pada akhirnya konsumen mengambil tindakan melaksanakan transaksi pembelian pada produk atau jasa yang dipromosikan.

- **Lokasi**

Tempat yang mudah dicapai oleh seorang nasabah merupakan salah satu faktor nasabah memilih menabung pada suatu bank, semakin mudah dan cepat mencapai lokasi semakin mudah pula dalam bertransaksi di bank. Menurut Setiadi (2003:15) lokasi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik mahasiswa untuk menabung dalam perbankan syariah. Sedangkan menurut Kasmir (2004:163) yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikan produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan.

- **Psikologis**

Kotler dan Armstrong (2008:160) Faktor psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku seorang konsumen meliputi beberapa unsur penting yaitu motivasi, belajar, kepribadian dan konsep diri, kepercayaan dan sikap.

Psikologis adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan tingkah laku. Psikologis juga dikatakan sebagai ilmu pengetahuan yang memahami perilaku manusia.

Bank Syariah

Istilah lain yang digunakan untuk sebutan Bank Syariah adalah Bank Islam. Secara akademik, istilah Islam dan syariah memang mempunyai pengertian yang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan Bank Islam dan Bank Syariah mempunyai pengertian yang sama. Menurut ensiklopedi Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Sumitro, 2002:5).

Pada sistem perbankan syariah kecenderungan menabung secara ekonomis akan terkait dengan prinsip bagihasil. Dana yang disimpan oleh nasabah pada bank disalurkan kepada mereka-mereka yang membutuhkan dengan perjanjian bahwa keuntungan yang diperoleh akan dibagi sesuai kesepakatan (Lubis, 2000:56).

Prinsip Dasar Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan Syariah (nilai-nilai makro dan mikro).

Nilai-nilai Makro: Keadilan, Maslahah, Zakat, bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (bathil), dan uang sebagai alat tukar. Nilai-nilai Mikro: Shiddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah Dimensi keberhasilan: Dunia dan akhirat (long term oriented) dan sangat memperhatikan kebersihan sumber, kebenaran proses dan kemanfaatan hasil.

Permasalahan Perkembangan Bank Syariah

Menurut Antonio (2001:224) banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan perbankan syariah, terutama berkaitan dengan penerapan suatu sistem perbankan yang baru, suatu sistem yang mempunyai sejumlah perbedaan prinsip yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia.

Berikut ini dikemukakan beberapa kendala yang muncul sehubungan dengan pengembangan perbankan syariah.

1. Pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah.
2. Peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah.
3. Jaringan kantor bank syariah yang belum luas.
4. Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit.

Tujuan Pengembangan Bank Syariah

Menurut Antonio (2001:226) langkah yang diambil pemerintah untuk membangun kembali sistem perbankan yang sehat dalam rangka mendukung program pemulihan dan pemberdayaan ekonomi nasional, selain restrukturisasi perbankan adalah dengan pengembangan sistem perbankan syariah. Tujuan pengembangan perbankan syariah adalah memenuhi hal-hal berikut.

1. Kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga.
2. Peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan.

3. METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Margono (2010:105) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan kerangka mengenai apa yang ingin kita ketahui.

Jenis dalam penelitian ini menggunakan jenis deskriptif. Suryabrata (2006:75) tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Sedangkan Setyosari (2010:39) Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah yang menabung di Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Sedangkan perolehan sampel menggunakan rumus Slovin (Umar, 2005:78) dengan ukuran sampel untuk batas-batas kesalahan $\pm 10\%$ dari jumlah populasi 27519 maka jumlah sampel diperoleh 100 orang.

Alat Analisis Data

Data yang diperoleh melalui angket, selanjutnya akan dianalisis untuk menyeleksi data yang relevan sehingga menjadi suatu konsep yang dapat diambil kesimpulan.

4. HASIL KAJIAN

Keputusan Nasabah Menabung

Keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh terdiri dari beberapa hal yaitu produk, sistem bagi hasil, pelayanan, promosi, lokasi dan faktor psikologis.

a. Produk

Tabel3 Indikator Produk

Variabel	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Bank Syariah ini menyediakan kebutuhan produk sesuai kebutuhan masyarakat berbasis islam	3	3	1	1	3	3	6	63	3	3	4,13
2. Saya menabung di Bank Syariah ini karena pilihan produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah	2	2	2	2	5	5	6	62	2	2	4,12
3. Saya memilih Bank Syariah sini karena produk yang ditawarkan terjamin keamanannya	0	0	2	2	3	3	6	60	3	3	4,27
4. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena produk yang ditawarkan oleh bank cukup menarik dan bervariasi	0	0	2	2	1	1	5	58	2	2	4,00
Total rata-rata											4,13

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel jawaban dari jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan produk skor rata-rata untuk keseluruhan 4,13 termasuk dalam kategori Sangat Tinggi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa produk merupakan hal yang sangat mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

b. Sistem bagi hasil

Sistem bagi hasil jika pada bank konvensional faktor keuntungannya berdasarkan bunga, maka pada bank syariah keuntungan diberikan atas dasar bagi hasil.

Tabel 4 Indikator Bagi Hasil

Variabel	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Saya memilih menabung di Bank Syariah ini karena memperhatikan unsur yang terbebas dari riba	2	2	4	4	16	16	47	47	31	31	3,98
2. Saya memilih menabung di Bank Syariah ini karena pembagian keuntungan lebih terjamin dengan sistem bagi hasil	0	0	7	7	21	21	54	54	18	18	3,81
3. Saya menabung di Bank Syariah ini karena keikutsertaan Bank dalam mendorong kemajuan ekonomi syariah	2	2	1	1	12	12	60	60	25	25	4,04
4. Saya menabung di Bank Syariah ini karena bagi hasil itu bisa memberikan keuntungan sesuai syariah	1	1	4	4	24	24	44	44	27	27	3,92
Total rata-rata											3,94

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel jawaban dari jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan sistem bagi hasil skor rata-rata untuk keseluruhan 3,94 termasuk dalam kategori Tinggi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa sistem bagi hasil merupakan hal yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

c. Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu yang terpenting dalam memasarkan suatu barang.

Tabel5 Indikator Pelayanan.

Variabel	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Saya menabung di Bank Syariah ini karena pelayanannya yang cepat sehingga tidak menunggu terlalu lama	2	2	5	5	21	21	53	53	19	19	3,79
2. Saya menabung di Bank Syariah ini karena karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti	1	1	2	2	12	12	67	67	18	18	3,97

3. Saya menabung di Bank Syariah ini karena karyawan yang ramah dalam memberi pelayanan	0	0	1	1	10	6	6	2	23	4,10
4. Saya memilih Bank Syariah ini karena kesigapan petugas dalam melayani nasabah.	0	0	3	3	17	6	6	1	18	3,95
Total rata-rata										3,95

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel jawaban dari jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan pelayanan skor rata-rata untuk keseluruhan 3,95 termasuk dalam kategori Tinggi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan hal yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

d. Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran dalam perusahaan.

Tabel6 Indikator Promosi

Variabel	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Spanduk Bank Syariah ini menarik perhatian saya untuk menumbuhkan minat menabung	0	0	10	10	31	31	45	45	14	14	3,60
2. Saya memilih menabung di Bank Syariah ini karena free biaya administrasi bulanan	1	1	6	6	18	18	51	51	24	24	3,89
3. Saya memilih menjadi nasabah Bank Syariah ini karena undian yang ditawarkan menarik	1	1	7	7	41	41	46	46	5	5	3,47
4. Saya memilih Bank Syariah ini karena saat sudah menjadi nasabah adanya kemudahan yang didapatkan	1	1	1	1	24	24	59	59	15	15	3,86
5. Saya memutuskan menabung setelah melihat iklan tentang tabungan Bank Syariah ini	2	2	13	13	34	34	48	48	3	3	3,39
6. Saya memutuskan menabung karena dorongan dari teman atau keluarga	5	5	22	22	35	35	31	31	7	7	3,16
Total rata-rata										3,56	

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel jawaban dari jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan promosi skor rata-rata untuk keseluruhan 3,56 termasuk dalam kategori Tinggi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan hal yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

e. Lokasi

Lokasi yang dimaksud disini tempat yang mudah dicapai oleh seorang nasabah merupakan salah satu faktor nasabah memilih menabung pada suatu bank, semakin mudah dan cepat mencapai lokasi semakin mudah pula dalam bertransaksi di bank.

Tabel 7 Indikator Lokasi

Variabel	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena lokasi yang strategis	3	3	2	2	17	17	55	55	23	23	3,90
Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena lokasinya yang dekat rumah/tempat kerja	0	0	4	4	11	11	60	60	25	25	4,04
Saya memilih Bank Syariah ini karena tersedia tempat parkir yang memadai	1	1	8	8	19	19	58	58	14	14	3,75
Lokasi ATM dan ketersediaan ATM dari Bank Syariah ini sudah cukup tersedia dan mudah dijangkau	4	4	4	4	5	5	63	63	24	24	3,99
Total rata-rata											3,92

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel jawaban dari jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan lokasi skor rata-rata untuk keseluruhan 3,92 termasuk dalam kategori Tinggi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan hal yang sangat mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

f. Faktor psikologis

Psikologis adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan tingkah laku. Psikologis juga dikatakan sebagai ilmu pengetahuan yang memahami perilaku manusia.

Tabel 8 Indikator Faktor Psikologi

Variabel	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya berminat menabung di Bank Syariah ini karena jaminan keamanan terhadap uang yang saya simpan	1	1	1	1	4	4	62	62	32	32	4,20
2. Saya menabung di Bank Syariah ini karena citra	1	1	1	1	13	13	63	63	22	22	4,02

bank yang baik											
Bank Syariah ini di akui sebagai Bank Syariah yang bermutu dan terpercaya	0	0	1	1	14	14	71	71	14	14	3,97
4. Saya memutuskan menabung karena Bank Syariah ini terkenal dengan sistem syariah Islam di dalamnya	1	1	5	5	13	13	53	53	28	28	4,02
Total rata-rata											4,05

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel jawaban dari jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan faktor psikologis skor rata-rata untuk keseluruhan 4,05 termasuk dalam kategori Sangat Tinggi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis merupakan hal yang sangat mempengaruhi nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

Faktor-Faktor Yang Dominan Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung

Dari hasil penelitian dapat dilihat faktor yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh pada tabel berikut:

Tabel 9 Faktor yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung

No	Variabel	Rata-rata
1	Produk	4,13
2	Faktor psikologi	4,05
3	Pelayanan	3,95
4	Sistem bagi hasil	3,94
5	Lokasi	3,92
6	Promosi	3,56

Dari tabel diatas dapat dilihat faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung dimulai dari yang pertama yaitu produk dengan nilai rata-rata 4,13. Kedua faktor psikologi dengan nilai rata-rata 4,05. Ketiga pelayanan dengan nilai rata-rata 3,95. Keempat sistem bagi hasil dengan nilai rata-rata 3,94. Kelima lokasi dengan nilai rata-rata 3,92. Dan keenam promosi dengan nilai rata-rata 3,56 dimana promosi merupakan pengaruh terakhir yang mempengaruhi nasabah menabung.

5. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di Bank Aceh Syariah yang dilakukan secara keseluruhan menunjukkan bahwa keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah ini cenderung baik. Hal ini sesuai dengan analisis data yang telah dilakukan dengan nilai persentase yang tinggi. Pada umumnya nasabah yang menabung memilih setuju dari angket penelitian yang diberikan. Nilai diperoleh pun berada dalam kategori sangat tinggi dengan rata-rata skor 4,15 dan tinggi dengan skor 3,56.

Berdasarkan persentase untuk masing-masing indikator maka dapat diketahui bahwa keputusan nasabah menabung yang paling dominan memilih dari produk, faktor psikologi, pelayanan, sistem bagi hasil, lokasi dan promosi merupakan indikator terakhir.

Keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dipengaruhi oleh beberapa hal. Dimulai dari produk, sistem bagi hasil, pelayanan, promosi, lokasi dan faktor psikologis. Ketersediaan produk dengan berbagai jenis tabungan yang ditawarkan oleh bank sangat sesuai dengan keinginan nasabah dalam menabung. Produk ini merupakan hal yang pertama yang paling dominan yang mempengaruhi masyarakat untuk menabung dengan penawaran produk yang berdasarkan prinsip syariah Islam. Dilihat dari hasil penelitian dengan perolehan nilai rata-rata untuk keseluruhan 4,15 termasuk dalam kategori Sangat Tinggi.

Hal ini berhubungan dengan perilaku konsumen Islam berdasarkan tuntunan Al-Quran dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang menintegrasikan keyakinan kepada kebenaran. Berbeda dengan konsumen konvensional, seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi yaitu untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarga serta sebagian lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah. Dalam Islam memperhitungkan berkah atau tidaknya barang tersebut. Dalam Islam ada beberapa etika ketika seorang muslim berkonsumsi menurut Yusuf Qardhawi (2001) yaitu 1) membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, 2) tidak melakukan kemubadziran, 3) menjauhi berutang, setiap muslim diperintahkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluarannya, 4) menjaga aset yang mapan dan pokok, serta 5) tidak hidup mewah dan boros. (lppm.universitassazzahra.ac.id)

Kemudian nasabah memilih menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh karena sistem bagi hasil. Dimana sistem bagi hasil itu sendiri dapat memperoleh manfaat secara ekonomi. Karena pada dasarnya sistem bagi hasil dapat mendatangkan keuntungan bagi nasabah serta tidak mengandung riba, sistem bagi hasil ini sama halnya dengan jual beli. Dilihat dari hasil penelitian dengan perolehan nilai rata-rata untuk keseluruhan 3,94 termasuk dalam kategori Tinggi.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Basri (2003) menabung di bank syariah karena menjalankan syariah dan sunatullah maka memperoleh bagi hasil lebih menguntungkan dari bank konvensional dan yang namanya bunga (bank) sudah jelas haram. Setiap pembelian produk jasa maupun barang, konsumen dipengaruhi oleh tingkat keuntungan atau manfaat yang akan diperolehnya dari produk tersebut. Adapun tingkat keuntungan yang akan diperoleh konsumen pada jasa bank terutama bank syariah adalah bagi hasil. Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha atau kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.

Dari pernyataan di atas terungkap kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keberhasilan dalam memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk. Sebab perbedaan karakteristik ini, setiap penilaian kualitas pelayanan, nasabah sebagai pemakai jasa terlibat secara langsung serta ikut di dalam proses jasa tersebut. Oleh karena itu perusahaan perbankan yang ingin memenangkan persaingan harus mampu untuk mengutamakan pelayanan kepada nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Perusahaan yang tidak memikirkan pelayanan akan kalah dalam persaingan. Karena pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank untuk mempertahankan loyalitas para nasabahnya. Pelayanan bank yang baik juga akan menimbulkan kepercayaan terhadap bank.

Nasabah juga memilih menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda karena promosi. Kegiatan promosi yang ditawarkan oleh bank mempengaruhi keputusan nasabah

menabung apalagi dengan adanya free biaya administrasi setiap bulannya sangat berbeda dengan bank konvensional yang setiap bulannya ada biaya administrasinya. Walaupun sebagian kecil ada yang tidak setuju terutama keinginan nasabah menabung karena dorongan keluarga dan kerabat dan promosi lain seperti spanduk yang mungkin masih kurang tersebar dan menarik ini dapat dilihat dari persentase yang sedikit diperoleh dalam hal promosi. Dilihat dari hasil penelitian dengan perolehan nilai rata-rata untuk keseluruhan 3,56 termasuk dalam kategori Tinggi.

Pernyataan ini juga diperkuat oleh teori Roziq dan Diptyanti (2013) yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu kepercayaan, tingkat pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah dan promosi berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan dalam memilih tabungan pada Bank Syariah. Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran dalam perusahaan. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi juga merupakan kegiatan yang dilakukan Perusahaan untuk menginformasikan, mempengaruhi yang pada akhirnya konsumen mengambil tindakan melaksanakan transaksi pembelian pada produk atau jasa yang dipromosikan.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Engel et al bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen salah satunya faktor psikologis (Simamora,2008:6). Faktor psikologis mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor social seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Faktor sosial sangat mempengaruhi tanggapan konsumen. Dan kebutuhan personal seseorang juga sangat mendominasi untuk memutuskan perilaku konsumen. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenic maupun biologis.

Dalam penelitian ini indikator yang paling banyak dan dominan atas keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh adalah produk dengan rata-rata 4,13. Kemudian disusul dengan faktor psikologi dengan rata-rata 4,05, pelayanan dengan rata-rata 3,95, sistem bagi hasil dengan rata-rata 3,94, lokasi dengan nilai rata-rata 3,92 dan promosi dengan rata-rata 3,56 dimana promosi merupakan pengaruh terakhir yang mempengaruhi nasabah menabung.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil penelitian dilaksanakan tentang keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Adapun yang mendorong keputusan nasabah menabung adalah produk, sistem bagi hasil, pelayanan, lokasi, promosi dan faktor psikologi.

- a. Produk merupakan hal pertama yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan total nilai rata-rata 4,13 dalam kategori sangat tinggi.
- b. Sistem Bagi Hasil merupakan hal ketiga yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan total nilai rata-rata sama 3,94 dalam kategori tinggi.
- c. Pelayanan merupakan hal ketiga yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan total nilai rata-rata sama 3,95 dalam kategori tinggi.

- d. Lokasi merupakan hal keempat yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan total nilai rata-rata 3,92 dalam kategori tinggi.
- e. Promosi merupakan hal kelima yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan total nilai rata-rata 3,56 dalam kategori tinggi.
- f. Faktor psikologi merupakan hal kedua yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan total nilai rata-rata 4,05 dalam kategori sangat tinggi.

2. Faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh yaitu produk dengan total nilai rata-rata 4,13 dalam kategori sangat tinggi. Dimana nasabah yang menabung sangat yakin dengan produk yang ditawarkan tersebut terjamin keamanannya. Kemudian produknya sesuai dengan kebutuhan yang berbasis islam, produk sesuai prinsip syariah dan produk yang ditawarkan pun cukup menarik dan bervariasi.

REFERENSI

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta: Bandung
- Amirullah, 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Penerbit Gema Insani Press; Jakarta.
- Apsah. 2015. Skripsi. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang pembantu Blangpidie*.
- Arie, Dian, 2016. *Persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah studi pada masyarakat muslim di kelurahan mangga besar kota Prabumulih*.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Penerbit PT Rineka Cipta; Jakarta.
- Adiwarman, Karim. 2008. "Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan". PT Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- Basri, Faisal, 2003. *Kerja Bank Syariah Itu Memble dan Tidak Profesional, Hukum Online - <http://www.ikastara.co.id>*, Diakses, 12 Agustus 2007
- Hasibuan, H.Malayu. 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT Bumi Aksara: Jakarta
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Prenada Media; Jakarta.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama, Kencana : Jakarta
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, PT Prenhallino; Jakarta.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I, Edisi 12. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Lapoliwa,dkk. 2000. *Akuntansi Perbankan*. Institut Indonesia; Jakarta.
- Lubis K, Suhrawardi. 2000.*Hukum Ekonomi Islam*. Penerbit Sinar Grafika;Jakarta .
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat; Jakarta
- lppm.universitazazzahra.ac.id/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/, diakses pada tanggal 12 Februari 2015 pukul 23:36 WIB
- Marimin. 2010. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. Penerbit IPB; Bogor.
- Margono S. 2010. *Metodologi penelitian pendidikan*. Rineka Cipta; Jakarta
- Maski, Ghozali. 2010. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 4 No. 1.
- Mowen, Jonh C Minor Michael. 2002. *Prilaku Konsumen*. Jilid 2. Salemba Empat; Jakarta.
- Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*. PT Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- Setiadi,J.Nugroho. 2008. *Perilaku konsumen : konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Kencana; Jakarta.
- Riswandi, Budi Agus. 2005. *aspek hukum intenet banking*. PT Raja Grafindo Persada;Jakarta
- Roziq, Diptyanti. 2013. “*Variabel Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember*”. Volume XII, Nomor 1, April2013.
- Setiadi, J Nurgroho. 2003. *Perilaku Konsumen; Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media; Jakarta
- Setyosari, Punaji. 2010. *Metode Penelitian dan Pengembangan,Edisi Kedua*. Kencana: Jakarta
- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan ketiga. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Sudjiono. 2005. *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers; Jakarta
- Suryabrata, Sumadi. 2006. *Metodelogi Penelitian*. PT. Rajagrafindo Persada; Jakarta
- Sumitro, Warkum. 2002. *Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada; Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management*. Penerbit ANDI; Yogyakarta

Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis bisnis*. PT RajaGrafindo Persada; Jakarta

Yatie, Vivieta Ary. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya*

Yupitri, Evi dan Sari,Raina L. 2012. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Medan. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.1, No.1, Desember 2012*