

ANALISIS FAKTOR PELAYANAN NASABAH DALAM MEMUTUSKAN MENABUNG DI TABUNGAN MUDHARABAH BNI SYARIAH CABANG DEPOK

Fatimah dan Hastya Maulana Fikri¹⁾

Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

Email: ¹hastyamaulana.fikri@gmail.com

Abstract

The Research was intended to analyze the influence of the service of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty on decisions to have mudharabah saving and which dimensional fo service is the most dominant in decide to have mudharabah saving at BNI Syariah branch Depok. The Research shows that variable of Tangibles (X_1) doesn't have significant influence, while Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), and Emphaty (X_5) have significant influence the decisions to have mudharabah saving at BNI Syariah branch Depok, with coefficient (R) of 0,683 (68,3%) and the value of adjusted R Square is 0,466 (46,6%). The dominant effect of decisions to have mudharabah saving at BNI Syariah branch Depok (Y) is Assurance (X_5) with the value of 0,540. Conclusion of this Research suggests that the Assurance has dominant effect to the decisions to have mudharabah saving at BNI Syariah branch Depok.

Key Words: Service, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor layanan yang terdiri dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah dan manakah yang dominan dari dimensi pelayanan dalam keputusan menabung pada tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Tangibles (X_1) tidak memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Emphaty (X_5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y), dengan koefisien (R) 0,683 (68,3%) dan nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah 0,466 (46,6%). Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y) yaitu variabel Assurance (X_5) dengan angka korelasi sebesar 0,540. Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Assurance (X_5) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y).

Kata kunci: Pelayanan, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang relatif stabil, adalah hal yang positif bagi perkembangan dunia perbankan, baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Kebutuhan dunia bisnis yang semakin besar terhadap perbankan merupakan suatu peluang yang harus direspon cepat. Tetapi disisi lain memunculkan persaingan antar bank yang

semakin ketat. Pertumbuhan *asset* perbankan Indonesia pada saat ini, cukup tinggi yaitu mencapai 15 persen untuk bank komersial, 22 persen untuk perbankan pembangunan daerah serta 27 persen untuk bank syariah. (Marketeers 31 jan 2013)

Dengan prinsip bank syariah yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank-bank konvensional, merupakan

peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin, karena umat islam dapat berhubungan dengan perbankan secara tenang, tanpa keraguan dengan adanya riba seperti di bank konvensional.

Peningkatan jumlah bank syariah di Indonesia sangat berbanding lurus dengan jumlah umat muslim di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik Tahun 2010 mencatat jumlah penduduk muslim yang ada di Indonesia sebesar 205 Juta atau 88,1 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Jumlah penduduk muslim tersebut merupakan pangsa pasar yang besar di Indonesia dan seharusnya bank syariah dapat memanfaatkan sebaik mungkin.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan azas kepercayaan. Karena itu kualitas layanan merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan bisnis mereka. Semakin memuaskan pelayanan yang diberikan oleh perbankan, maka semakin loyal nasabah bank yang bersangkutan. Hal ini juga berlaku terhadap perbankan syariah.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah yang ada di Indonesia, salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Umar, 2001:8-9) ada 5 dimensi dari sebuah pelayanan agar bank dapat menarik calon nasabah sebanyak-banyaknya, antara lain: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty.

Di Indonesia, banyak bank syariah yang belum memaksimalkan 5 dimensi tersebut atau cenderung mengabaikannya, sehingga bank syariah belum maksimal dalam hal penghimpunan dana. Dalam bidang usaha jasa, bank syariah harus memperhatikan tentang kualitas pelayanan, karena sering dijumpai seorang nasabah berpindah ke bank lain hanya karena kualitas pelayanan yang kurang baik. Sesungguhnya nasabah

adalah aset terpenting dalam bank, karena untuk menjalankan semua fungsi dan peran tersebut, bank syariah membutuhkan nasabah.

Berdasarkan pengamatan penulis pada salah satu cabang utama bank syariah yang ada di kota Depok, terlihat pelayanan yang diberikan di cabang utama tersebut kurang memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya keandalan kinerja *customer service* dan *teller*, selain itu fasilitas penunjang pelayanan di bank tersebut seperti kursi di ruang tunggu yang jumlahnya kurang memadai. Akibat dari lambatnya kinerja *customer service* dan *teller*, maka banyak nasabah yang harus menunggu lama, selain itu akibat kursi di ruang tunggu yang kurang memadai maka banyak nasabah yang harus menunggu dengan berdiri. Hal itu tidak seharusnya terjadi dalam usaha bidang jasa terutama bank, karena hal tersebut membuat *image* pelayanan bank tersebut rusak. Selain itu, di cabang utama tersebut kualitas pelayanan hanya ditentukan berdasarkan banyaknya keluhan atau pengaduan yang dilakukan nasabah. Pengaduan dianggap sebagai suatu bentuk ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan bank. Semakin banyak pengaduan, dianggap semakin rendah kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Apabila ungkapan keluhan nasabah dianggap sebagai ukuran tingkat kepuasan nasabah, maka ukuran tersebut tidak dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Hal ini disebabkan, tidak semua nasabah mau meluangkan waktu untuk mengisi lembar keluhan yang disediakan oleh bank. Menurut Thogersen dkk (2003), dikatakan seseorang akan melakukan komplain apabila dia memiliki sikap positif terhadap komplain itu sendiri, dan miliki kepribadian *negative affectivity* (ciri kepribadian yang luas, yang mengacu pada kecenderungan yang stabil untuk mengalami emosi negatif). Selain itu apabila dilihat dari pertumbuhan jumlah rekening yang ada di cabang tersebut,

pertumbuhannya meningkat setiap tahun. Pada Februari 2014 jumlah rekening tabungan di cabang tersebut sekitar 11.000. Jumlah tersebut harus diimbangi dengan pelayanan yang baik, karena tidak menutup kemungkinan terdapat nasabah yang mengurungkan niatnya menjadi nasabah hanya karena melihat pelayanan yang kurang.

Perumusan Masalah

Adakah pengaruh faktor pelayanan yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* dan manakah faktor pelayanan yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor layanan yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok.
2. Untuk menganalisis pengaruh paling dominan dari faktor pelayanan yang meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap keputusan menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah Cabang Depok.

METODE PENELITIAN

Untuk menjawab tujuan, digunakan metode penelitian sebagai berikut:

Dengan berbekal instrumen pernyataan, tim akan menyebarkan kuesioner ke nasabah BNI Syariah yang memiliki tabungan mudharabah. Hasil dari kuesioner akan dikembangkan dengan menggunakan regresi linear berganda, namun sebelum dilakukan pengujian dengan regresi linear berganda, tim melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat apakah instrumen pernyataan yang diberikan sudah valid dan

reliabel, setelah itu tim melakukan uji asumsi klasik menggunakan SPSS 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Sebelum membahas dan menganalisis hasil penelitian, tim pertama-tama melakukan pengujian instrumen pernyataan (Kuesioner) apakah sudah valid dan realibel. Dimana hasil dari setiap instrumen pernyataan menunjukkan hubungan antar item variabel dikatakan valid karena r hitung $\geq 0,2$. koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui hasilnya lebih besar dari 0,6 dikatakan realibel atau item pernyataan dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 1. Uji Asumsi Multikolinearitas

variabel	Collinearity Statistics	
	Toleranc e	VIF
<i>Tangibles</i>	,589	1,698
<i>Reliability</i>	,445	2,245
<i>Responsiveness</i>	,432	2,316
<i>Assurance</i>	,543	1,842
<i>Emphaty</i>	,455	2,196

Sumber: data yang diolah

Berdasarkan pengujian di atas dilihat bahwa nilai tolerance semua variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10,00. Berdasarkan nilai tersebut, disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heterokedasitas

Tabel 2. Uji Heterokedasitas

Variabel	T	Sig.
<i>Tangibles</i>	-2,733	,009
<i>Reliability</i>	,883	,382
<i>Responsiveness</i>	1,823	,075
<i>Assurance</i>	-,423	,675
<i>Emphaty</i>	-1,555	,127

Sumber: data yang diolah

Nilai T tabel dengan $N = 50$ maka diperoleh nilai T tabel = 2,01537.

Berdasarkan pengujian di atas diperoleh nilai T hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar 0,05, sehingga dapat disimpulkan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,307

Sumber: data yang diolah

Pemeriksaan autokorelasi menggunakan metode Durbin - Watson dimana $1 < DW < 3$, maka dalam penelitian ini hasil uji autokorelasi dengan menggunakan Durbin-Watson sebesar 2,307 dan dapat di artikan uji ini tidak terjadi autokorelasi karena $1 < 2,307 < 3$.

Pengujian Hipotesis Pengaruh *Tangibles* Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa variabel *tangible* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana nilai sig t sebesar $0,295 > 0,05$ sehingga diambil kesimpulan menolak hipotesis H1 atau tidak ada pengaruh signifikan antara pelayanan (*tangibles*) terhadap keputusan menabung di BNI Syariah cabang Depok.

Pengaruh *Reliability* Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana nilai sig t sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga diambil kesimpulan menerima hipotesis H1 atau ada pengaruh signifikan antara pelayanan (*reliability*) terhadap keputusan menabung di BNI Syariah cabang Depok.

Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap keputusan menabung, dimana nilai sig t sebesar $0,046 > 0,05$ sehingga diambil kesimpulan menerima hipotesis H1 atau ada signifikan antara pelayanan (*responsiveness*) terhadap keputusan menabung di BNI Syariah cabang Depok.

Pengaruh *Assurance* Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga diambil kesimpulan menerima hipotesis H1 atau ada pengaruh signifikan antara pelayanan (*assurance*) terhadap keputusan menabung di BNI Syariah cabang Depok.

Pengaruh *Emphaty* Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa variabel *emphaty* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana nilai sig t sebesar $0,020 < 0,05$ sehingga diambil kesimpulan menerima hipotesis H1 atau ada pengaruh signifikan antara pelayanan (*emphaty*) terhadap keputusan menabung di BNI Syariah cabang Depok.

Hasil Paling Dominan

Tabel 4. Hasil Variabel Paling Dominan

		Keputusan
Pearson Correlation	Keputusan	1,000
	<i>Tangibles</i>	,181
	<i>Reliability</i>	,337
	<i>Responsiveness</i>	,231
	<i>Assurance</i>	,540
	<i>Emphaty</i>	,242

Sumber: data yang diolah

Berdasarkan pengujian di atas, dapat dilihat keputusan nasabah memilih menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok paling tinggi di pengaruhi oleh faktor *Assurance* sebesar 0,540. Artinya, nasabah BNI Syariah cabang Depok senang dengan pengetahuan dan perilaku karyawan di cabang tersebut dalam hal memberikan komunikasi kepada

nasabah, memberikan informasi yang akurat, sopan santun yang diberikan karyawan dan keramahan karyawan, serta keamanan yang diberikan, sehingga nasabah mau menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang pengaruh faktor pelayanan nasabah dalam memutuskan menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel *tangible* tidak ada pengaruh signifikan antara pelayanan (*tangibles*) terhadap keputusan menabung, hal itu dapat di artikan bahwa dimensi *Tangibles* bukan lah hal utama bagi nasabah dalam memutuskan menabung, nasabah melihat dari dimensi layanan lainnya seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Pada variabel *reliability* mempunyai pengaruh signifikan antara pelayanan (*reliability*) terhadap keputusan menabung, hal ini dapat di artikan bahwa nasabah senang dengan fasilitas keamanan dalam e-banking sehingga keputusan menabung meningkat. Pada variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh signifikan antara pelayanan (*responsiveness*) terhadap keputusan menabung, hal ini dapat di artikan bahwa nasabah senang akan kesediaan karyawan dalam membantu nasabah. Pada variabel *assurance* mempunyai pengaruh signifikan antara pelayanan (*assurance*) terhadap keputusan menabung, hal ini dapat di artikan bahwa nasabah menyukai akan kemampuan karyawan dalam memberi rasa aman kepada nasabah saat bertransaksi. Pada variabel *emphaty* mempunyai pengaruh signifikan antara pelayanan (*emphaty*) terhadap keputusan menabung di BNI Syariah cabang Depok, hal ini dapat di artikan bahwa nasabah menyukai akan

keramahan, kesabaran dan kesopanan karyawan dalam mengurus nasabah.

2. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan memilih (Y) tabungan mudharabah BNI Syariah terdapat pada variabel *Assurance*. Dapat diartikan bahwa nasabah BNI Syariah cabang Depok memutuskan menabung karena mereka senang dengan kemampuan karyawan dalam memberi rasa aman kepada nasabah saat bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amirullah. 2002. *Perilaku Konsuemen*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- [2] Antonio, M. Syafi'I. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Pres.
- [3] Arikunto, Suharsimi. 1998. *Manajemen Penelitian*, Cetakan Kedua, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [4] Astuti, Andi Widya Kusuma. 2009. "Pengaruh kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) terhadap kepuasan investor dalam melakukan investasi pada reksadana syariah". Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.
- [5] Bodnar, George H., William S. Hopwood. 2000. *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 6-Buku 1, Diterjemahkan oleh Amir Abadi Jusuf, Rudi M. Tambunan. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Ghafur, Muhammad. 2007. *Pengantar Ekonomi Moneter*, Yogyakarta: Biruni Press.
- [7] Ghozali, imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- [8] Hamidi, M. Luthfi. 2003. *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*. Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- [9] Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- [10] Joseph F, Hair Jr. et al. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th edition*, Pearson, Prentice Hall.
- [11] Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syari'ah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- [12] Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: P.T. Raja Grafindo Persada.
- [13] Kotler, philip & kevin Lane keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12-buku 2. Jakarta: PT. Index.
- [14] Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*. Jakarta: Erlangga.
- [15] 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan kontrol*. Jakarta: Prehallindo.
- [16] Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis : Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- [17] Masyhuri, 2007. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Fakultas Ekonomi*. Malang: UIN.
- [18] Meleong, Lexy. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: P.T. Remaja Rosda Karya.
- [19] Perwataatmadja, Karnaen. dan Syafi'i Antonio. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- [20] Prasetyo, Ristiyanti, dan john, J.O.I. Ihalauw, 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- [21] Pusat Data dan Analisis Pilar, 2000, *Pelayanan yang Efektif*. Jakarta, Pilar no. 10. Th. III/1023 Mei.
- [22] Schroeder, R.G. 2000. *Operations Management, decisions Making in the Operations Function*. McGraw-Hill.
- [23] Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- [24] Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel. Edisi pertama*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [25] Stanton, William J., 2000, *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [26] Sudarsono, Heri. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonesia.
- [27] Sudartik. 2009. *Pengaruh Pelayanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada PT. BPR Semarang Margatama Gunadana*. Laporan Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- [28] Sufren, & Yonathan Natanael. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS secara autodidak*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [29] Suliyanto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [30] Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: P.T. Rineka Cipta.
- [31] Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- [32] 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [33] Umar, Husein, 2001, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [34] Waluyo, Bambang & Ansori. 2007. *Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah di Wilayah Depok*. Laporan Penelitian Dosen Muda. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- [35] Widarjono, Agus, 2005. *Ekonometrika Teori dan Aplikasinya*. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia.

- [36] Yayah, 2005, "*Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Dinas Perhubungan dan Telekomunikasi Propinsi Jawa Tengah*". Skripsi. Semarang: UDINUS.

