

Original Research Article

Factor Analysis of Time Deposits on Customer Interests at BMT UGT Nusantara Banyuwangi Probolinggo Branch

Analisis Faktor Tabungan Deposito Terhadap Minat Nasabah Di BMT UGT Nusantara Cabang Banyuwangi Probolinggo

Bashori Alwi¹, Niroh Qonita Tillah²

^{1,2} Nurul Jadid University Probolinggo, Indonesia

Article history: Received January 25, 2022; Accepted February 15, 2022; Published April 31, 2022

HOW TO CITE: Bashori Alwi, Niroh Qonita Tillah (2022) Analisis Faktor Tabungan Deposito Terhadap Minat Nasabah Di BMT UGT Nusantara Cabang Banyuwangi, Vol 6 (1), April 2022, 59-72. DOI Link: <http://doi.org/10.21070/perisai.v6i1.1582>

ABSTRACT

Customer satisfaction is very important in improving the quality or customer confidence in the improvement or development of Islamic financial institutions. This research has a purpose to see what the customers' perceptions of satisfaction with the distribution of ratios obtained from BMT UGT Nusantara Banyuwangi Branch and what factors influence customer interest in deposit products at BMT UGT Nusantara Banyuwangi Probolinggo Branch. The approach taken is a quantitative approach. The measuring instrument selected in this research is the Likert scale. The population used is the customers of BMT UGT Nusantara Banyuwangi Branch. Purposive sampling method is used to take samples. There are three sampling techniques based on characteristics, namely 1) Customers aged over 20 years, 2) Having time deposits, and 3) Having savings deposits for 1 year and over. Questionnaires were distributed to customers of BMT UGT Nusantara Banyuwangi Branch. A total of 53 samples is in line with the provisions of the characteristics of the determination of the sample. Testing the data taken in this research consisted the classical assumption testing (normality test, multicollinearity, and heteroscedasticity) as well hypothesis test (multiple regression analysis). The results of research on profit sharing, location, and social environment good impact on consumer interest. Meanwhile, promotion and religiosity have no impact on customer interest. These results are said to be in the T test and the result are significantly less than 0.05 and greater than the T table.

Keywords: Profit Sharing; Location; Promotion; Religiosity; Social Environment; Customer Interest

ABSTRAK

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting dalam meningkatkan kualitas atau kepercayaan nasabah terhadap peningkatan atau perkembangan lembaga keuangan syariah. Penelitian ini memiliki maksud guna melihat apa tanggapan nasabah pada kepuasan pembagian Nisbah yang diperoleh dari BMT UGT Nusantara Cabang Banyuwangi serta faktor yang memengaruhi minat nasabah guna produk deposito di BMT UGT Nusantara Cabang Banyuwangi Probolinggo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Alat ukur yang dimanfaatkan yakni skala likert. Populasi yang digunakan adalah nasabah BMT UGT Nusantara Cabang Banyuwangi. Sampel diambil melalui teknik sampling purposive sampling. Terdapat tiga metode penetapan sampel dari karakteristik yakni 1) Nasabah berumur diatas 20 tahun, 2) Memiliki tabungan deposito, dan 3) Memiliki tabungan deposito selama 1 tahun keatas. Kuesioner di sebarakan pada nasabah BMT UGT Nusantara Cabang Banyuwangi. Sebanyak 53 sampel yang sesuai ketentuan karakteristik penentuan sampel. Pengujian data yang dijalankan meliputi uji asumsi klasik (Uji normalitas, multikolinieritas, maupun heteroskedastisitas) sertapengujian hipotesis (Analisa regresi berganda). Hasil pada penelitian

pada bagi hasil, lokasi, dan lingkungan sosial memengaruhi positif pada minat nasabah. Promosi dan religiusitas tidak mempengaruhi pada minat nasabah. Hasil tersebut dilihat dari uji T dengan hasil signifikansi lebih sedikit dari 0,05 seta melebihi T tabel.

Kata Kunci: Bagi Hasil; Lokasi; Promosi; Religiusitas; Lingkungan Sosial; Minat Nasabah

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan ialah tiap perusahaan yang usaha aktivitasnya berhubungan pada bidang keuangan. Berdasarkan sistem operasional, lembaga keuangan memiliki dual sistem keuangan yakni konvensional dan syariah. Sistem konvensional dilandaskan dari tingkatan suku bunga. Sistem syariah dilandaskan pada prinsip syariah yaitu sistem nisbah bagi hasil. Prinsip syariah berdasarkan latar belakang Indonesia yaitu prinsip hukum Islam pada aktivitas perbankan. Sedangkan keuangannya berlandaskan petunjuk yang dikemukakan dari lembaga wewenang dalam menetapkan fatwa dibidang syariah. Pada hubungannya sebagai perbedaan dari konsep bunga yang saat ini dijalankan dalam lembaga keuangan konvensional (Damayanti, 2017).

Majelis Ulama Indonesia dengan Dewan Syariah Nasional padapetunjuk No. 03/DSN-MUI/IV/2000 menerangkan mengenai ketentuan deposit berlandaskan perjanjian mudharabah. Deposito yang disalahkan dengan syariah ialah berlandaskan perkiraan bunga. Dari fatwa MUI, hukum bunga yakni penerapan terdapatnya bunga dalam pinjaman sekarang ini telah mencapai karakter riba. Hal tersebut telah terjadi di zaman Nabi Muhammad SAW ialah riba nasiah. Oleh karenanya hukum bagi riba ialah haram. Apapun riba itu haram dan yang termasuk di dalamnya ialah lembaga perbankan, keuangan nonbank, serta riba yang diterapkan seseorang. Sementara deposito yang tidak disalahkan ialah deposito yang berlandaskan prinsip mudharabah. (Juniarty et al., 2017)

Baitul Maal wa Tamwil yaitu bagian dari kelembagaan keuangan syariah. BMT saat ini muncul di banyak wilayah pedesaan. BMT bernaung di kelompok masyarakat yang berusaha meningkatkan bisnis mikro guna menjunjung tingkat maupun harkat dan menjaga kebutuhan masyarakat menengah ke bawah. Operasional BMT melakukan penerapan sistem bagi hasil. Dasar dari bagi hasil ialah memerlukan akad. Akad yang disebut dengan mudharabah serta musharakah. (Putri, 2021)

Mudharabah ialah kesepakatan kerja sama yang dijalankan kedua pihak ataupun lebih. Salah satu pihak dalam perjanjian ini menjadi fasilitator dana. Sedangkan pihak lain menjadi yang mengelola bisnis. Kemudian hasil dari perjanjian ini akan dibagi seperti kesepakatannya. Musharakah ialah kesepakatan kerja sama yang dijalankan kedua pihak ataupun lebih yang keduanya berpartisipasi untuk modal serta bisnis. Sehingga apabila hasil usahanya memberi keuntungan, maka dapat dibagi rata. Sedangkan apabila terjadi kerugian, maka akan dibebankan pada kedua pihak tersebut yang disesuaikan dengan rasio modal sendiri-sendiri. (Pada et al., 2007)

Sebagian produk yang disediakan dan dikembangkan di BMT UGT NUSANTARA Cabang Banyuwangi adalah deposito dengan akad mudharabah. Deposito ialah penginvestasian dana dari akad mudharabah yang pelepasan dananya hanya didasarkan pada akad antar nasabah dengan Lembaga keuangan Syariah. (Ladiska et al., n.d.)

Prinsip mudharabah diimplementasikan atas dua produk yakni simpanan mudharabah serta deposito mudharabah. Tabungan mudharabah ialah simpanan yang bisa diambil disaat tergentu bergantung dengan perjanjian sebelumnya. Seperti penarikan tabungan haji disaat nasabah akan menjalankan ibadah haji, kurban, walimah serta lainnya. Sementara deposito mudharabah ialah deposito yang memiliki jangka dalam penggunaan prinsip mudharabah serta pengambilannya dilaksanakan dalam rentang waktu yang disesuaikan dengan perjanjian antar nasabah dan Lembaga Keuangan Syari'ah.

Deposito mudharabah ialah bagian penginvestasian. Dengan itu deposito disebut investment accounts. Deposito ialah bagian produk penyimpanan dana nasabah yang digunakan menjadi alat investasi masyarakat. Deposito memiliki dana lebih untuk masa depan. Tujuan nasabah melakukan deposito guna memperoleh bagi hasil yang menghasilkan keuntungan di tiap bulan oleh BMT dalam rentang waktu serta akad yang sudah disetujui. Deposito

memiliki periode penarikan tersendiri. Penarikan deposito dapat diambil dalam periode contohnya 1, 3, 6, 12 maupun 24 bulan. (Tinggi et al., n.d.) Dengan penguraian di atas, maka peneliti memiliki ketertarikan guna meneliti problematika ini dalam tema: “Analisis Faktor Tabungan Deposito Terhadap Minat Nasabah Di BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo”.

TINJAUAN PUSTAKA

BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo ialah lembaga keuangan Islam yang mengimplementasikan berbagai tingkat keislaman nilai-nilai Islam pada pelaksanaannya. Namun operasionalnya tidak menyimpan dari ajaran Islam serta tidak menjalankan sistem bunga. Sebab hal itu dapat berdampak dalam ketertarikan nasabah dari produk deposito pada BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo dikarenakan BMT memiliki nasabah bermayoritas Islam serta ada dilingkungan yang melekat pada nilai keislaman. Dalam Islam bunga adalah haram sebab disebut riba. Pada Al-Qur'an diterangkan bahwasanya riba memiliki hukum haram, sesuai firman Allah didalam surah An-Nisa ayat 160-161.

Nur Laili Maghfiroh menulis Skripsi yang bertema “Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat dalam Menabung (Studi Kasus Pada Nasabah BMT an-Nur Rewwin Sidoarjo)”⁵⁹. Penelitiannya di jalankan di tahun 2018. Sampel penelitiannya sejumlah 105 responden. Pengambilan sampel memanfaatkan metode purposive sampling. Variabel independennya yakni faktor layanan, lokasi, reputasi serta bagi hasil. Variabel dependennya yakni minat menabung. Penelitiannya menghasilkan bahwasanya berbagai hal yang berdampak pada minat menabung ialah faktor layanan, lokasi, reputasi serta bagi hasil. Faktor terdominan yakni faktor reputasi dengan hasil 18,368. Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Obyek penelitiannya yakni tabungan pada umumnya. Sementara penelitian saat ini yakni tabungan deposito. Variabel bebas dari penelitian tersebut yakni faktor layanan, lokasi, reputasi serta bagi hasil. Variabel penelitian saat ini yakni tempat, bagi hasil, lingkungan sosial, minat nasabah, promosi, religiusitas.

Deposito

Deposito ialah penyimpanan dana berperiode yang pengambilannya hanya bisa ditarik saat periode tertentu. Penarikannya hanya berlandaskan kesepakatan antar nasabah dan bank. Deposito mempunyai waktu penarikan tersendiri yang dilakukan tiap periode 1, 3, 6, 12 maupun 24 bulan.

Deposito yang di tawarkan oleh BMT UGT Nusantara ialah tabungan mudharabah berperiode yang memiliki akad berprinsip mudharabah. Adapun jenis mudharabah yakni mutlaqah san muqayyadah. Mudharabah mutlaqah ialah pihak yang mempunyai dana tidak memberi batas atau syarat khusus pada BMT untuk pengelolaan dana, baik berhubungan pada lokasi, masa serta bentuk usaha. Sementara itu, mudharabah muqayyadah ialah pihak yang mempunyai dan memberikan batas ataupun syarat khusus pada BMT yang berkaitan dengan lokasi, masa ataupun bentuk usahanya. Apa jenis mudharabah yang dipergunakan BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo? Dinyatakan dari penjelasan bapak M. Jamiin Aziz sebagai Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Banyuanyar Probolinggo beliau menyatakan :

“Jenis mudharabah dalam deposito yakni muqayyadah. Makna muqayyadah ini kan batasan atau terbatas, terdapat rentang waktu juga. Maka itu perjanjian oleh nasabah mintanya berapa bulan itu hak nasabah ingin deposito berapa bulan. Di sini yang tersedia itu 1, 3, 6, 9, 12 maupun 24 bulan.. Nasabah ingin yang mana dan nasabah juga yang menentukannya. Nah disini jika tabungan mudharabah itu umum, jenisnya yakni mudharabah muthlaqah.” (M. Jamiin Aziz, 35 Tahun, Wawancara, Sebagai Kepala (BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo, 14 juli 2021)

Minat Nasabah

Minat adalah konsep intelektual serta tidak hanya mewarnai sikap individu guna menjalankan kegiatan yang mengakibatkan individu merasakan ketertarikan pada suatu hal. (Wahyudi, 2020) Minat nasabah ialah sebuah kemauan yang bermunculan dari perasaan individu. Pada hal ini nasabah ialah konsumen pada produk yang disediakan oleh sebuah bank ataupun suatu lembaga keuangan. Sebuah kelembagaan keuangan perlu mengetahui alasan nasabah ataupun masyarakat memiliki minat. Hal tersebut perlu adanya rasa peka yang besar maupun diperhatikan secara matang supaya kehadiran lembaga selalu terjaga serta dapat menumbuhkan kehadiran lembaga keuangan. (Wahab, 2016)

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Ada 4 faktor yang berdampak pada minat nasabah dalam produk tabungan berperiode yaitu (Latifah, 2019);

1. Bagi hasil

Adiwarman Karim dalam buku yang bertema Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Nisbah (bagi hasil) ialah pada selang waktu tertentu, konsep bentuk pengembalian (perolehan kembaliannya) kontak investasi tidak memiliki kepastian maupun ketetapan. Besaran pengembalian tersebut tergantung dari hasil usaha yang nyata. Maka hasil untung perlu dibagi disesuaikan pada perjanjian antar mudharib (wahab) dan shahibul maal, dari berbagai perolehan, tanpa kepastian maupun ketetapan. Besarnya pendapatan kembali berlandaskan dari hasil upaya yang sedang dijalankan. Jadi keuntungan wajib terbagi disesuaikan dari perjanjian sama-sama antar shahibul maal dan mudharib (Wahab, 2016). Adapun dua indikator yakni bagi hasil yang memiliki keuntungan serta bagi hasil yang lebih banyak oleh lembaga keuangan lain. (Latifah, 2019)

2. Lokasi

Lokasi bank ialah wilayah jual beli produk perbankan serta pusat pengawasan perbankan. Lokasi yang strategis mampu menarik minat nasabah untuk terkait dengan bank secara langsung. (R. Maharani, T Supriyanto, 2021). Umumnya, pemikiran untuk menimbang penentuan letak sebuah lokasi ialah jarak dengan pelanggan, adanya sarana prasarana, jarak dengan pusat pemerintah, serta mudahnya dalam menjalankan ekspansi (Lina Marlina, 2020). Berdasarkan (Krisdayanto et al., 2018) terdapat lima indikator lokasi yakni visibilitas, akses, trafik lalu lintas, lingkungan, dan persaingan.

3. Promosi

Promosi merupakan penginformasian untuk pelanggan produk yang disediakan dari perusahaan dengan cara pengiklanan yang bisa memerlukan berbagai sarana media yang ada sekarang (Fathudim, Muhajir, 2021). Media promosi saat ini bisa berbentuk media elektronik, cetak maupun penyampaian informasi dari internet. Namun aktivitas promosi jugabisa menjadikan berkurangnya minat nasabah guna membuka tabungan di bank. Maka darinya, bank perlu memfungsikan media promosi secara baik dan benar. Menurut Philip Kotler terdapat lima indikator promosi yakni periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, kehumasan, serta tenaga penjualan.

4. Religiusitas

Religiusitas ialah sebuah tingkatan yang mana individu bisa berkomitmen pada agama yang dianut. Pada umumnya telah dipahami bahwasanya agama bisa berdampak kuat bagi tiap individu. Agama ialah simbol kepercayaan, nilai serta sikap individu yang dilembagakan dan berfokus pada peresapan dalam permasalahan maknawi (Romdhoni & Sari, 2018). Menurut (Latifah, 2019), terdapat lima indikator religius yakni pengetahuan

agama, pengalaman, keyakinan, konsekuensi, serta praktik.

5. Lingkungan Sosial

Pengaruh sosial bisa berarti sebagai tingkatan individu yang beranggapan pada seseorang disekitarnya menjadi keluarga ataupun teman dan mengajak guna menjalankan aktivitas yang baru. Pengaruh sosial bisa menunjuk seseorang atas perubahan sikap guna mencapai tuntutan sosial yang diterima dari perilaku, perintah ataupun permintaan. Menurut (Latifah, 2019), terdapat lima indikator lingkungan sosial yakni kelompok referensi, keluarga, dan peran/status.

A. Landasan Hukum Nisbah (Bagi Hasil)

a. Al- Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu (Q.S . An-Nisa 4: 29).

b. Hadist

“Abbas bin Abdul Muthalib apabila memberikan harga sebagai mudharabah, ia memberi syarat pada mudharib-nya supaya tanpa mengurangi lautan serta tanpa menuruni bukit, maupun tanpa membeli hewan ternak. Apabila syarat tersebut tidak terlampaui, maka ia wajib mengurus risiko itu. Disaat syarat yang ditetapkan Abbas tersebut terdengar oleh Nabi Muhammad, Nabi memperbaiki.”(HR. Thabrani dari Ibnu Abbas).

c. Ijma'

Disampaikan, sejumlah sahabat memberikan (pada orang, mudharib) harta anak yatim menjadi mudharabah serta tidak satupun orang yang melampauinya. Sebabnya, hal tersebut dianggap menjadi ijma'.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang dipergunakan ialah penelitian kuantitatif. Berdasarkan Sugiyono (2009), metode kuantitatif yakni metode yang menggambarkan atau menjelaskan objek yang diamati dengan data yang dikumpulkan lalu menganalisis serta menyimpulkan (Khoirani, 2020).

Alat ukur yang dipergunakan ialah skala likert. Skala ini bertujuan guna mengetahui tingkatan persetujuan responden pada pertanyaan mengenai obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2010), skala likert sudah sering ditemui pada riset pemasaran yang memanfaatkan metode survei serta bisa dikategorikan menjadi skala interval. (Romdhoni & Sari, 2018).

Populasi yang diambil ialah nasabah BMT UGT Nusantara cabang Banyuwangi Probolinggo. Purposive sampling ialah caramengambil sampel yang dipergunakan penulis. Purposive sampling yakni cara penetapan sampel berdasarkan karakteristik. (Akhmad Darmawan, S.E.,M.si, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, 2019).

Karakteristik yang dipergunakan sebagai pengambilan sampel yakni 1) Nasabah berumur diatas 20 tahun, 2) Memiliki tabungan deposito, dan 3) Memiliki tabungan deposito selama 1 tahun keatas. Sampel yang diperoleh sebanyak 53 sampel yang sesuai karakteristik penentuan sampel.

Tabel 1 Skala Likert

SKOR	PERNYATAAN
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Metode pengujian data yang dibutuhkan di penelitian berikut ini: (Romdhoni & Sari, 2018)

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yakni mengamati regresi guna memperhatikan data terdapat residual/pengganggu distribusi normal pada data. Pengujian normalitas menggunakan *one kolmogrov-smirnov test* hasil dilihat dari *Asymp.sig*. Distribusi normal ketika nilai lebih banyak dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yakni mengamati antar variabel bebas yang terjadi model regresi dan mempunyai ikatan linier utama/hampir utama. uji regresi yang dilihat antar variabel bebas dalam model regresi yang mempunyai ikatan linier utama/hampir utama. Hasilnya terlihat pada hasil *tolerance* > 0,1 serta hasil VIF < 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan tidak adanya kesamaan antar varian residual dalam seluruh peninjauan model regresi. Uji ini memerlukan pengujian glejser dan hasilnya diketahui pada hasil signifikan. Tidak adanya heteroskedastisitas apabila hasilnya lebih dari 0,05.

2. Uji Hipotesis

a. Uji regresi linear berganda

Sugiyono (2014) menjelaskan, bahwasanya uji regresi linear berganda adalah untuk memprakirakan kondisi variabel terikat jika terdapat lebih dari dua variabel bebas sebagai prediktor. Jadi hubungan antar variabel bisa dinyatakan pada model berikut ini (Khoirani, 2020):

- Uji T (Parsial)

Uji T dipergunakan sebagai pemeriksaan hipotesis guna menyatakan pengaruh setiap variabel bebas melalui individual pada variabel terikat. Nilai dilihat dari T tabel < T hitung dengan signifikan < 0,05.

- Uji F (Simultan)

Uji F dipergunakan sebagai pemeriksaan hipotesis untuk menunjukkan pengaruh variabel independen pada variabel terikat dengan bersamaan. Hasil dilihat dari F tabel < F hitung dengan signifikan < 0,05.

- Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi dipergunakan sebagai menguji hipotesis untuk membuktikan pertimbangan proporsi pengaruh semua variabel independen maupun variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 2 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,12026533
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,092
	Negative	-,118
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan output spss tersebut didapat hasil signifikansi $0,062 > 0,05$ sehingga hipotesis normalitas tercapai.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,807	2,060		,878	,385		
	X1	,387	,117	,474	3,307	,002	,393	2,548
	X2	,203	,096	,282	2,124	,039	,459	2,177
	X3	-,060	,091	-,078	-,661	,512	,573	1,746
	X4	-,005	,115	-,005	-,041	,967	,590	1,694
	X5	,381	,103	,391	3,687	,001	,718	1,393

Dari tabel 3 tersebut bisa dilihat dalam bagan coefficient yang nampak hasil VIF dari seluruh variabel tidak banyak dari skor 10. Sedangkan hasil *tolerance* mengarah keangka 1. Dengan ini variabel penelitian terbebas oleh gejala multikolinieritas pada pemodelan regresi. Sehingga hasil ini telah mencapai persyaratan analisa data.

Uji Heteroskedastisitas Glejser

Tabel 4 Coefficients

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,608	1,362		1,915	,062
	X1	,010	,077	,029	,130	,897
	X2	,070	,063	,224	1,106	,275
	X3	,005	,060	,016	,086	,932
	X4	-,051	,076	-,120	-,671	,506
	X5	-,124	,068	-,294	-1,814	,076

a. Dependent Variable: Abs_Res

Dalam hasil pengolahan heteroskedastisitas dengan metode Glejser memberikan nilai bahwasanya hasil signifikansi pada pengujian heteroskedastisitas dengan seluruhnya mempunyai tingkatan signifikan yang melebihi 0,05. Artinya tidak ada korelasi antar besaran data dan residual. Sehingga ketika data diperluas tidak mengakibatkan kefatalan semakin banyak.

Uji linier berganda

Tabel 5 Coefficients

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.807	2.060		.878	.385
	X1	,387	,117	,474	3,307	,002
	X2	,203	,096	,282	2,124	,039
	X3	-,060	,091	-,078	-,661	,512
	X4	-,005	,115	-,005	-,041	,967
	X5	,381	,103	,391	3,687	,001

a. Dependent Variable: Y

Dalam tabel tersebut didapat persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,807 + 0,387 (X1) + 0,203 (X2) - 0,060 (X3) - 0,005 (X4) + 0,381 (X5)$$

Dalam persamaan regresi tersebut bisa didefinisikan yakni:

- a. Konstanta senilai 1,807 menyatakan besaran hasil variabel minat nasabah apabila variabel independennya yakni bagi hasil, lokasi, promosi, religiusitas dan lingkungan sosial terbilang nol. Hal ini berarti tidak diberikan pengaruh dari variabel independen. Jadi besaran variabel minat nasabah senilai 1,807
- b. Koefisien regresi variabel bagi hasil (X1) senilai 0,387 berarti apabila bagi hasil ditambah 1 poin, maka Variabel minat nasabah dapat tumbuh senilai 0,387

- c. Koefisien regresi variabel lokasi (X2) senilai 0,203 artinya ketika lokasi diberi 1 poin, maka Variabel minat nasabah dapat tumbuh senilai 0,203
- d. Koefisien regresi promosi (X3) senilai -0,060 berarti ketika promosi ditambah 1 poin, maka Variabel minat nasabah dapat menurun senilai 0,060
- e. Koefisien regresi variabel religiusitas (X4) senilai -0,005 berarti apabila religiusitas ditambah 1 poin, maka Variabel minat nasabah dapat menurun senilai 0,005
- f. Koefisien regresi lingkungan sosial (X5) senilai 0,381 berarti apabila lingkungan sosial ditambah 1 poin, maka Variabel minat nasabah dapat meningkat senilai 0,381

Uji T

Tabel 6 Coefficients

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.807	2.060		.878	.385
	X1	.387	.117	.474	3.307	.002
	X2	.203	.096	.282	2.124	.039
	X3	-.060	.091	-.078	-.661	.512
	X4	-.005	.115	-.005	-.041	.967
	X5	.381	.103	.391	3.687	.001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 6 hasil hitung berikut ini:

1. Hasil signifikan variabel bagi hasil (X1) terhadap minat nasabah (Y) yakni $0,002 < 0,05$ serta besaran T hitung $3,158 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 ditolak serta H_a diterima. Berarti variabel bagi hasil mempengaruhi positif pada minat nasabah.
2. Nilai signifikansi pada variabel lokasi (X2) terhadap minat nasabah (Y) yakni $0,039 < 0,05$ serta besaran T hitung $2,124 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 di tolak serta H_a di terima. Berarti variabel lokasi mempengaruhi positif pada minat nasabah.
3. Nilai signifikansi pada variabel promosi (X3) terhadap minat nasabah (Y) yakni $0,512 > 0,05$ serta besaran T hitung $-0,661 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 diterima serta H_a ditolak. Berarti variabel promosi tidak mempengaruhi pada minat nasabah.
4. Hasil signifikan variabel religiusitas (X4) terhadap minat nasabah (Y) yakni $0,967 > 0,05$ serta besaran T hitung $-0,041 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 diterima serta H_a ditolak. Berarti variabel religiusitas tidak mempengaruhi pada minat nasabah.
5. Nilai signifikan pada variabel lingkungan sosial (X5) terhadap minat nasabah (Y) yakni $0,001 < 0,05$ serta besaran T hitung $3,687 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 ditolak serta H_a diterima. Berarti variabel lingkungan sosial mempengaruhi positif pada minat nasabah.

Uji F

Tabel 7 Coefficients

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106,816	5	21,363	15,386	,000 ^b
	Residual	65.260	47	1.389		
	Total	172,075	52			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

Dari tabel 7 olah data tersebut diketahui hasil hitung senilai 15,386 melebihi f tabelnya yaitu senilai 2,41 serta nilai sig yakni $0,000 < 0,05$. Dengan ini disimpulkan bahwasanya bagi hasil, lokasi, promosi, religiusitas serta lingkungan sosial dengan bersamaan memiliki pengaruh pada minat nasabah

Koefisien Determinasi

Tabel 8 Coefficients

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106,816	5	21,363	15,386	,000 ^b
	Residual	65.260	47	1.389		
	Total	172,075	52			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

Dari tabel analisa koefisien determinasi (R^2) diperlihatkan bahwasanya hasil signifikan pada Adjusted R square yakni 0,580. Bermakna keahlian variabel bebas untuk menerangkan variabel terikat yakni sebanyak 58%. Sedangkan variabel lain sebanyak 42%.

PEMBAHASAN

Pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah

Hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya ada pengaruh antar antara variabel bagi hasil pada minat nasabah didapat dari hasil signifikan $0,002 < 0,05$ serta besaran T hitung $3,158 > T$ tabel 2,007. Jadi H_0 ditolak serta H_a diterima yang berarti bagi hasil mempengaruhi positif pada minat nasabah di BMT UGT Nusantara Banyuanyar Cabang Probolinggo. Adanya bagi hasil yang di berikan BMT UGT Nusantara Cabang Probolinggo dirasakan nasabah telah memberi bagi hasil yang menguntungkan. Dengan ini dapat menarik minat nasabah dalam menyimpan uangnya dengan produk deposito. Menurut Nike (2012) dalam Fitri (2020) menyimpulkan yakni bagi hasil ialah bagian dari hal yang berpengaruh dalam minat nasabah. Bagi hasil merupakan kerjasama antar kedua pihak dimana satunya menjadi

pemilik dana serta lainnya menjadi yang mengelolanya. Hasil dari usaha akan terbagi yang disesuaikan pada kesepakatan. Hasil penelitian sekarang mempunyai perbedaan bagi penelitian terdahulu yang diteliti Fitri (2020) menyatakan hasil signifikan $0,058 > 0,05$ serta hasil T hitung $1,976 < 2,053$ yang dapat diartikan bagi hasil tidak mempengaruhi pada minat nasabah.

Pengaruh lokasi terhadap minat nasabah

Hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya ada pengaruh antar variabel lokasi pada minat nasabah dilihat dari besaran signifikan $0,039 < 0,05$ serta hasil T hitung $2,124 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 di terima serta H_0 di tolak yang dapat diartikan bahwa lokasi mempengaruhi positif pada minat nasabah di BMT UGT Nusantara Banyuanyar Cabang Probolinggo. Pada umumnya, mempertimbangkan penentuan tataletak sebuah lokasi ialah yang terdekat dari sasaran, adanya fasilitas, terdekat dari pusat pemerintah serta mudahnya dalam pelaksanaan ekspansi (Lina Marlina, 2020). Lokasi BMT UGT Nusantara Banyuanyar Cabang Probolinggo strategis sehingga masyarakat dapat menjangkau lokasi dengan mudah. Hasil penelitian selaras dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Sepatningsih (2019) yang menunjukkan hasil sebanyak $0,190220$ dan hasil T-statistik $1,286972 > 1,28$ dalam taraf signifikan $\alpha = 0,1$ (10%) yang dapat diartikan lokasi mempengaruhi positif pada minat nasabah.

Pengaruh promosi terhadap minat nasabah

Hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya antara promosi tidak mempengaruhi pada minat nasabah dilihat berdasarkan hasil signifikan $0,512 < 0,05$ serta hasil T hitung $-0,661 < T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 diterimaserta H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwasanya promosi tidak mempengaruhi pada minat nasabah di BMT UGT Nusantara Banyuanyar Cabang Probolinggo. Promosi senantiasa bukan sebagai hal utama untuk prosedur mengambil keputusan guna menabung. Maka darinya penentuan menabung tidak ditetapkan dari baiknya promosi. Akan tetapi menabung ditetapkan dari unsur lain. Hasil ini selaras pada penelitian terdahulu yang diteliti Fajar dan Emma (2015) yang menyatakan besaran signifikan $0,219 > 0,05$ serta hasil T hitung $1,241$ yang dapat diartikan promosi tidak mempengaruhi pada minat nasabah.

Pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah

Hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya antara variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dilihat berdasarkan hasil signifikan $0,967 < 0,05$ serta hasil T hitung $-0,041 < T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 diterima serta H_0 ditolak yang bisa diartikan bahwasanya religiusitas tidak mempengaruhi pada minat nasabah di BMT UGT Nusantara Banyuanyar Cabang Probolinggo. Religiusitas senantiasa bukan sebagai hal utama pada prosedur mengambil keputusan dalam menabung. Maka darinya penentuan menabung tidak hanya ditetapkan religiusitas namun terdapat unsur lainnya. Hasil penelitian sebanding dengan penelitian terdahulu yang diteliti Supriharti, Sumadi, dan Tho'in (2020) yang menyatakan besaran signifikan $0,503 > 0,05$ serta hasil T hitung $0,672 < 1,9849$ yang dapat diartikan bagi hasil tidak mempengaruhi pada minat nasabah.

Pengaruh lingkungan sosial terhadap minat nasabah

Hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya ada pengaruh antar variabel lingkungan sosial pada minat nasabah dilihat dari besaran signifikan $0,001 < 0,05$ serta hasil T hitung $3,687 > T$ tabel $2,007$. Jadi H_0 ditolak serta H_0 diterima. Yang maknanya bahwasanya lingkungan sosial mempengaruhi positif pada minat nasabah di BMT UGT Nusantara Banyuanyar Cabang Probolinggo. Dapat diketahui bahwasannya lingkungan sosial merupakan akses informasi. Berarti individu akan berinteraksi sosial pada dua pihak ataupun lebih melalui proses bermusyawarah mengenai hal

tertentu Peter & Olson (2014) dalam Isma (2020). Dari proses interaksi serta bermusyawarah membuat individu memperoleh informasi dengan tidak langsung. Kemudian seseorang ialah makhluk sosial dan manusia tidak bisa mencapai keinginannya tanpa terjadi interaksi antar pihak lain. Hasil penelitiannya sepadan pada penelitian terdahulu yang diteliti Isma (2020) yang menunjukkan hasil korelasi sebesar 0,399 yang dapat diartikan lingkungan sosial memiliki hubungan positif terhadap minat nasabah.

KESIMPULAN

- 1) Variabel bagi hasil mempengaruhi positif pada minat nasabah serta hasil signifikan $0,002 < 0,05$ serta hasil T hitung $3,158 > T \text{ tabel } 2,007$.
- 2) Variabel lokasi mempengaruhi positif pada minat nasabah serta hasil signifikan $0,039 < 0,05$ serta hasil T hitung $2,124 > T \text{ tabel } 2,007$.
- 3) Variabel promosi tidak mempengaruhi terhadap minat nasabah serta hasil signifikan $0,5122 < 0,05$ serta hasil T hitung $-0,661 > T \text{ tabel } 2,007$.
- 4) Variabel religiusitas tidak mempengaruhi terhadap minat nasabah serta hasil signifikan $0,967 < 0,05$ serta hasil T hitung $-0,041 > T \text{ tabel } 2,007$.
- 5) Variabel lingkungan sosial mempengaruhi positif pada minat nasabah serta hasil signifikan $0,001 < 0,05$ serta hasil T hitung $3,687 > T \text{ tabel } 2,007$.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengutarakan terima kasih sebanyaknya pada seluruh pihak, pada orang tua yang selalu bertahan serta mendoakan, pada dosen pembimbing yang sudah gigih memberi bimbingan, serta pada informan yang sudah memberi bantuan untuk penyelesaian jurnal ini. Dengan ini artikel dapat diselesaikan secara baik. Semoga artikel ini bermanfaat untuk seluruh kalangan terkhusus untuk pembaca. Sehingga pengetahuan yang sudah diamati dapat selalu ditingkatkan serta diterapkan dan terciptanya penyambung perjuangan untuk kesejahteraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Darmawan, S.E.,M.si, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, M. R. A. dan R. Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah".Penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis*, 18(01), No.1.
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Fathudim, Muhajir, A. U. I. (2021). *Faktor Pelayanan, Promosi, dan Reputasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada BRI Syariah KCP Magelang Tahun 2019*. 6469(2), 32–48.
- Juniarty, N., Mifrahi, M. N., & Tohirin, A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi deposito mudharabah pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 3(1), 36–42. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol3.iss1/art5>
- Jamiin Aziz, M. (2021). Wawancara, Sebagai Kepala BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo, 14 juli 2021.
- Khoirani, K. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i1.1867>
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Ladiska, L., Iswandhiarii, W., & Yuliani, M. (n.d.). *ANALISIS PENERAPAN NISBAH BAGI HASIL YANG DIAMBIL SEBELUM JATUH TEMPO PADA PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH BMT AT-TAQWA MUHAMMADIYAH CABANG BANDAR BUAT PADANG Analysis of the Application of Profit Sharing Ratio Taken Not Yet Due on Deposit Products Mudharabah* .
- Latifah, L. (2019). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah pada produk tabungan berjangka di BMT usaha gabungan terpadu (UGT) Sidogiri Capem Galis Bangkalan* . 116. <http://digilib.uinsby.ac.id/31055/>
- Lina Marlina, G. R. (2020). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 33–40.
- Pada, M., Mudharabah, T., Bank, D. I., & Populasi, M. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28. <https://doi.org/10.9744/jak.9.1.pp.18-28>
- Putri, F. M. (2021). Analisa Minat Masyarakat Kampus Universitas Abdurrah Terhadap Tabungan Multiguna Di Baitul Maal Wat Tamwil Islam Abdurrah *Juhanperak*, 521–535. <http://ejournal.uniks.ac.id/index.php/PERAK/article/view/1469>
- R. Maharani, T Supriyanto, M. R. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi*

kasus pada bsi ex bsm) factors affecting readability in saving in sharia bank (case study on bsi ex bsm) . 7(2), 127–136.

Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>

Tinggi, S., Islam, A., & Timur, J. (n.d.). *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Deposito Barokah The Influence of Results and Promotion Towards Customer Interest in Barokah Deposits*
Keywords : Profit Sharing Rate , Promotion , Customers Interest , Barokah Deposits . Penda. 93–112.

Wahab, W. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1(2), 167–184. <http://journal.febi.iainimambondjol.ac.id/index.php/JEBI/article/view/41/pdf>

Wahyudi, I. (2020). Strategi Koperasi Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah. *Akademika*, 13(02). <https://doi.org/10.30736/adk.v13i02.125>

*Correspondent e-mail address bashori@gmail.com

Peer reviewed under responsibility of Universitas Nurul Jadid, Probolinggo.

© 2022 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)