

PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH DEPOSITO BAROKAH PADA BANK JAWA TIMUR KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH WIYUNG PERIODE 2018-2020

Turmudi¹, Mochammad Isa Anshori²

turmudi411@gmail.com¹, isa.anshori@trunojoyo.ac.id²

Universitas Trunojoyo Madura

Abstrak

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan bank syariah yang memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Kegiatan perbankan yang paling utama salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dengan menawarkan berbagai produk serta fasilitas yang akan diberikan kepada calon nasabah dan salah satu penghimpunan dana paling tinggi yaitu DPK (Dana Pihak Ketiga) sebagian besar didominasi oleh produk deposito. Dalam meningkatkan minat nasabah deposito, perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Syariah sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998. Banyak faktor yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan deposito salah satunya yaitu tingkat bagi hasil dan promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank syariah untuk nasabah. Penelitian ini menguji pengaruh tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor dari tingkat bagi hasil dan promosi mempengaruhi terhadap minat nasabah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 nasabah. Kuesioner online disebarkan kepada nasabah deposito barokah berisi mengenai faktor tingkat bagi hasil, promosi dan minat nasabah. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu statistik deskriptif dengan pengukuran skala likert. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling yaitu simple random sampling. Teknik pengumpulan data diolah dengan menggunakan software SPSS versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel tingkat bagi hasil dengan nilai uji t diperoleh $sig\ 0.00 < 0.05$ secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, variabel promosi dengan nilai uji t diperoleh $sig\ 0.00 < 0.05$ secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan ke dua variabel yaitu tingkat bagi hasil dan promosi dengan nilai (F -hitung) $87,208 > (F$ -tabel) $3,12$ secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Kata Kunci: Tingkat Bagi Hasil, Promosi, Minat Nasabah Deposito Barokah

1. PENDAHULUAN

Dalam penilaian Global Islamic Financial Report (GIFR) tahun 2019, Indonesia berhasil mendapatkan urutan pertama dari 48 Negara yang lain dalam pasar keuangan syariah global. Penilaian tersebut dilihat dari beberapa aspek dalam perhitungan indeks yang meliputi banyaknya jumlah bank syariah, jumlah lembaga keuangan nonbank syariah, maupun ukuran aset keuangan syariah yang memiliki nilai terbesar.

Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah dimulai dengan adanya perbankan syariah pada tahun 1991 yakni sejak didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank umum satu-satunya yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil. Keberadaan bank syariah di Indonesia secara formal telah dimulai sejak diberlakukannya UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, tetapi belum disebutkan secara tegas istilah tentang bank yang beroperasi sesuai prinsip Syariah.

Pada tahun 1998 dilahirkan UU No.10 Tahun 1998 yang secara tegas tentang menetapkan bahwa bank dapat beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Syariah.

Maka sejak saat itu dimulailah kebijakan hukum perbankan di Indonesia yang menganut sistem perbankan ganda (Dual Banking System) dimana diberikan kesempatan untuk lembaga keuangan bank umum yang konvensional memberikan layanan syariah melalui mekanisme Islamic Window dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS).

Unit Usaha Syariah (UUS) bisa mendorong perkembangan perbankan syariah. Khususnya pada perkembangan Bank Jawa Timur Syariah pada tahun 2018-2019. Berikut ini adalah data mengenai perkembangan pada Bank Jawa Timur Syariah:

Tabel 1 Data Perkembangan Bank Jawa Timur Syariah

No.	Indikator	Tahun	
		2018	2019
1.	Jaringan Kantor	244	248
2.	Aset (Jutaan Rp)	62.689.118	76.715.290
3.	Dana Pihak Ketiga (DPK) (Jutaan Rp)	1.650.607	1.645.507
4.	Pembiayaan Yang Diberikan (PYD) (Jutaan Rp)	1.119.662	1.401.833

Sumber: Laporan Tahunan Bank Jawa Timur, 2019

Dari Tabel 1 data perkembangan Bank Jawa Timur Syariah dapat disimpulkan pada tahun 2019 untuk jaringan kantor syariah menambah 0,5%, Sedangkan aset dari keseluruhan Bank Jatim menambah 0,6%, untuk DPK Bank Jatim Syariah menurun 0,31% dan PYD pada Bank Jatim syariah pada tahun 2019 terealisasi mengalami kenaikan sebesar 25,20% dibandingkan dengan tahun 2018.

Bank Jawa Timur Syariah merupakan lembaga keuangan bank syariah yang memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Kegiatan dari Bank Jawa Timur Syariah yang paling utama salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dengan menawarkan berbagai produk serta fasilitas yang akan diberikan kepada calon nasabah.

Faktor yang mempengaruhi penghimpunan dana paling tinggi salah satunya yaitu jumlah DPK (Dana Pihak Ketiga), Berikut merupakan Komposisi DPK pada Bank Jawa Timur Syariah:

Tabel 2 Komposisi DPK Bank Jawa Timur Syariah

No.	Keterangan	Tahun	
		2018 (Jutaan)	2019 (Jutaan)
1.	Giro Amanah	116.885	104.441
2.	Tabungan Barokah	213.842	241.672
3.	Tabungan Haji Amanah	70.077	256.389
4.	Tabungan Barokah Sejahtera	2.433	7.344
5.	Tabungan Rencana IB Barokah	11,05	955
6.	Tabunganku IB	30.737	40.088
7.	Tabungan Simpel IB	4.109	5.450
8.	Tabungan Umroh IB Amanah	1.887	2.376
9.	Deposito Barokah	1.210.623	986.749
Total		1.650.607	1.645.507

Sumber: Laporan Tahunan Bank Jawa Timur, 2019

Dari Tabel I.2 DPK Bank Jawa Timur Syariah dapat disimpulkan realisasi DPK pada tahun 2019 sebesar Rp1.645.507 juta, turun sebesar Rp5.100 juta atau (0,31%)

dibandingkan tahun 2018 sebesar Rp1.650.607 juta. Berdasarkan komposisi DPK tersebut total terbanyak didominasi oleh Deposito Barokah.

Dari praktik yang ada pada Bank Jawa Timur Syariah, banyak faktor yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan deposito. Deposito merupakan *investment account* atau salah satu instrument keuangan utama bank Islam dalam mengerahkan dana masyarakat atau dana pihak ketiga bagi sistem perbankan Islam.⁴ Ketika nasabah memilih menyertakan dananya di bank dalam bentuk deposito, motif dari nasabah adalah untuk mendapatkan profit yang tinggi dari investasi yang telah dilakukan maka besarnya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah akan sangat mempengaruhi pertumbuhan dari deposito mudharabah.

Adapun kurangnya pengetahuan masyarakat dalam menempatkan dana dengan jumlah besar atau produk dana apakah yang tepat untuk menyimpan dana mereka, berdasarkan beragam motif dan juga tujuan nasabah menyimpan dananya tersebut, maka diperlukan suatu kajian untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil ataupun faktor lain yakni promosi terhadap minat nasabah.

Konsep bagi hasil merupakan perjanjian yang dibuat antara pihak pertama dengan pihak kedua berdasarkan untung/rugi, nisbah bagi hasil berdasarkan keuntungan yang diperoleh, sedangkan dalam pengelolaan dana bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah mis-management (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Penelitian mengenai pengaruh tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah deposito dari penelitian terdahulu diantaranya adalah mengenai variabel bagi hasil. Penelitian yang telah dilakukan oleh Nila Juniarty, Mustika Noor Mifrahi, dan Achmad Tohirin yang menyatakan bahwa besarnya tingkat bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah deposito mudharabah.⁷ Sedangkan menurut Atik Suharwati, menyimpulkan bahwa variabel tingkat bagi hasil juga berpengaruh positif terhadap simpanan deposito mudharabah.

Menurut beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat bagi hasil yakni jika bank syariah dapat memberikan bagi hasil lebih tinggi kepada nasabah maka secara otomatis nasabah yang berminat menyimpan dana akan tinggi juga. Selain faktor tingkat bagi hasil, ada faktor lain yang dapat mendongkrak segmentasi marketing dalam dunia perbankan yaitu dengan menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya dengan cara promosi.

Promosi adalah mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif berkenaan dengan suatu penawaran. Adanya kegiatan promosi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya dengan lancar, mengingat persaingan yang semakin ketat serta kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan oleh pasar, sehingga dibutuhkan promosi yang berfungsi untuk mempengaruhi kecenderungan membeli dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atanasius Hardian Permana Yogiarto, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Malikhatul Ulfa, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BRI Syariah KCP Majapahit Semarang. Promosi memang sangat penting dalam bauran pemasaran karena dari adanya promosi nasabah bisa mendapatkan suatu informasi mengenai suatu produk yang dapat membuat nasabah kemudian tertarik untuk membelinya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh A. Rares & R.J. Jorie, hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga, promosi, lokasi, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sementara promosi, lokasi dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari ketiga hasil penelitian di atas jika promosi yang dilakukan oleh karyawan bank kepada nasabah baik maka akan timbul minat nasabah. Sehingga dari minat tersebut, nasabah akan mengambil keputusan untuk menyimpan dana di bank syariah semakin meningkat.

Peluang diatas menjadikan adanya persaingan ketat antara bank-bank syariah di Indonesia dengan saling menunjukkan keunggulan produk dan pelayanan jasa yang baik (service excelent) serta meningkatkan kualitas dari bank itu sendiri.¹³ Dan salah satu bank syariah dengan menunjukkan keunggulan produk dan bank-bank syariah di Indonesia yakni Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung yang berada di Babatan Pratama Blok A-08 Jl. Raya Menganti Surabaya.

Berbagai macam produk dana dan pelayanan jasa unggulan diberikan Bank Jatim Syariah kepada calon nasabah. Salah satu bentuk produk yang ditawarkan kepada calon nasabah apabila ingin menyimpan dananya adalah dalam bentuk Deposito, pada Bank Jatim Syariah dinamakan Deposito Barokah.

Deposito Barokah adalah jenis simpanan (mudharabah muhlaqah) dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan (nasabah) dengan pihak bank. Deposito Barokah memiliki jangka waktu tertentu yang umumnya adalah satu bulan, tiga bulan, enam bulan, dan dua belas bulan.

Deposito Barokah sendiri termasuk simpanan dana yang mendapatkan bagi hasil dan diberikan oleh bank kepada deposan (nasabah) sangat kompetitif/bersaing sama dengan produk dana lainnya seperti Tabungan Barokah, Tabungan Haji Amanah, Tabunganku iB, serta Giro Amanah. Dengan bagi hasil yang sangat kompetitif/bersaing beserta promosi yang telah dilakukan oleh bank jatim syariah, Deposito Barokah menjadi produk dana yang banyak diminati oleh masyarakat. Khususnya masyarakat yang ingin menyimpan dananya dalam jumlah relatif besar.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penafsiran. Isi rencana analisis data selalu didasarkan pada rencana penelitian yang telah dirumuskan dan data yang sudah siap diolah.

Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung.

Pendekatan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif deskriptif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.²

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data diperoleh berasal dari jawaban responden nasabah deposito barokah terhadap pernyataan yang telah diajukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah deposito barokah. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya tentang pengaruh tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah, baik dengan adanya tambahan variabel atau tidak. Pembahasan masing-masing variabel disajikan sebagai berikut:

A. Apakah tingkat bagi hasil (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung ?

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t secara parsial untuk variabel tingkat bagi hasil diperoleh Nilai thitung 6,471 sedangkan ttabel nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa thitung > ttabel ($6,471 > 1,665$) sehingga terdapat pengaruh yang positif atau signifikan antara variabel tingkat bagi hasil terhadap minat nasabah atau hipotesis diterima.

Maka dapat disimpulkan untuk tingkat bagi hasil dapat mempengaruhi minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung. Hal itu bisa terjadi karena tingginya tingkat bagi hasil deposito berdampak nyata pada peningkatan minat nasabah. Oleh karena itu, hasilnya signifikan atau berpengaruh. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis yang menyatakan "Tingkat Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah deposito barokah", didukung.

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola (Mudharib). Makin tinggi nisbah bagi hasil maka jasa yang ditawarkan menarik bagi konsumen untuk memutuskan membeli. Kejelasan kesepakatan seperti penentuan bagi hasil serta jaminan dalam pembukaan rekening menentukan konsumen menggunakan atau tidak menggunakan jasa tabungan mudharabah.

Menurut Atik Suharwati, Bagi hasil (profit sharing) yang merupakan karakter dasar dari lembaga keuangan syariah adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemodal (penyedia dana) dengan pengelola dana dengan mengutamakan prinsip keadilan dan hubungan kerjasama investasi yang harmonis. Dengan prinsip ini kedua belah pihak dituntut untuk sungguh-sungguh dan bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atik Suharwati (2016) dengan judul Analisis Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang) (Skripsi. IAIN Salatiga, 2016). Diketahui penelitian ini bahwa bagi hasil signifikan terhadap simpanan deposito mudharabah di BMT Taruna Sejahtera. Hal ini dikarenakan semakin tinggi bagi hasil yang ditawarkan maka semakin banyak nasabah yang deposito di BMT Taruna Sejahtera.

B. Apakah promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) deposito barokah pada Bank Jatim KCP Syariah Wiyung ?

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah deposito barokah. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t Nilai thitung untuk variabel promosi adalah 6,135 sedangkan ttabel nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa thitung > ttabel ($6,135 > 1,665$) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat nasabah atau hipotesis diterima.

Dapat disimpulkan untuk variabel promosi dalam penelitian ini berpengaruh terhadap minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung. Hal itu bisa terjadi karena pihak bank sangat memperhatikan segmen persaingan terutama dalam menjual produk atau promosi. Semakin banyaknya media dan makin menarik suatu promosi akan mempengaruhi suatu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah khususnya produk deposito barokah.

Oleh karena itu, hasilnya positif dan signifikan maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan "Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah deposito barokah", didukung.

Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang untuk bertindak dalam membeli suatu produk.

Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat yaitu melalui sarana promosi. Bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah. Untuk dapat menarik calon nasabah bank perlu menjelaskan mengenai jenis produk yang ditawarkan serta keunggulan lainnya dalam promosinya.

Keberhasilan promosi sendiri ada 2 faktor yaitu pemilihan media promosi yang tepat serta perumusan pesan yang persuasive. Pada bagian promosi peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pembeli dan penjual, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pembeli dan penjual, pada akhirnya akan memberikan kepuasan setelah membeli suatu produk. Informasi yang tersedia akan menentukan banyak alternatif yang akan dievaluasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malikhatul Ulfa yang berjudul Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi Serta Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bri Syariah KCP Majapahit Semarang (Skripsi. IAIN Salatiga, 2018) diketahui Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bri Syariah KCP Majapahit Semarang.

Hal ini dibuktikan dengan uji t (parsial) bahwa promosi berpengaruh sebesar 22,567 dan signifikan sebesar 0,000 artinya bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KUR. Promosi memang sangat penting dalam bauran pemasaran karena dari adanya promosi nasabah bisa mendapatkan suatu informasi mengenai suatu produk yang dapat membuat nasabah kemudian tertarik untuk membelinya.

C. Apakah tingkat bagi hasil (X1) dan promosi (X2) secara simultan mempengaruhi minat nasabah (Y) deposito barokah pada Bank Jatim KCP Syariah Wiyung ?

Hasil uji regresi linier berganda penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil dan promosi, bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik nilai Ftabel untuk $df = 75$ ($75 - 3 = 72$) pada probabilitas 5% adalah 3,12. Dan dari Fhitung anova sebesar 87,208 ini menunjukkan bahwa Fhitung > Ftabel ($87,208 > 3,12$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan "Tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah deposito barokah secara bersama-sama", didukung.

Menurut Nila Juniarty dkk, Bagi hasil pada bank Islam dapat diartikan sebagai perolehan aktivitas usaha dengan kontrak investasi dengan jangka waktu tertentu dan tidak dapat ditentukan secara pasti jumlahnya. Banyak atau sedikit jumlah yang diperoleh sangat bergantung pada investasi yang diusahakan oleh bank syariah. Besarnya porsi bagi hasil antara bank dan nasabah telah ditentukan sebelumnya pada awal transaksi. Nisbah bagi hasil yang disepakati antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (At-Tarroddhin) oleh masing-masing pihak tanpa ada unsur paksaan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian bagi hasil adalah suatu sistem yang digunakan dalam Lembaga keuangan syariah dalam menentukan porsi nisbah hasil yang didapat masing- masing pihak antara lembaga keuangan dan nasabah sebagai penyimpan dana.

Menurut Malikhatul Ulfa, promosi merupakan salah satu alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali manfaat dari suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

Menurut Angelina dan Rotinsulu kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang sangat mendukung bisa dikenalnya barang/jasa yang akan dijual. Karena promosi sendiri bertujuan untuk mengenalkan, mempengaruhi dan membujuk setiap konsumen untuk dapat membeli barang/jasa yang dijual dengan harapan konsumen akan melakukan kegiatan pembelian secara terus-menerus.⁸⁹

Dari uraian diatas bisa disimpulkan bahwa, Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan nasabah agar tetap tertarik pada suatu produk pada bank tersebut. Promosi yang dilakukan oleh bank juga bisa mengurangi minat nasabah jika penyampaian promosi tersebut tidak tepat. Sehingga bank harus memanfaatkan media promosi yang berupa media elektronik, cetak maupun promosi langsung dengan baik dan benar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atanasius Hardian Permana Yogiarto dengan judul Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan) (Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) diketahui Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,681, nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($0,681 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).

Berdasarkan semua uraian di atas, maka untuk menarik minat nasabah khususnya produk deposito barokah yang optimal sangat diperlukan adanya prosedur bagi hasil yang tepat dan media promosi yang luas, pada penggunaan jasa

perbankan syariah di era maju sekarang ini agar mampu bersaing dengan pertumbuhan bisnis syariah lainnya.

D. Variabel Independen manakah yang paling berpengaruh terhadap Variabel Dependen ?

Dari hasil analisis pada Tabel IV.22 maka diperoleh hasil untuk nilai uji thitung variabel tingkat bagi hasil adalah 6,471 dan ttabel nya adalah 1,665. Sedangkan untuk nilai uji thitung variabel promosi adalah 6,135 dan ttabel nya adalah 1,665. Maka dapat disimpulkan variabel indenpen (tingkat bagi hasil dan promosi) yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (minat nasabah) yaitu variabel tingkat bagi hasil.

Variabel tingkat bagi hasil sangat berpengaruh terhadap minat nasabah karena ada faktor-faktor yang mendorong nasabah utuk memilih produk deposito barokah yaitu nasabah telah memahami tingkat bagi hasil yang ada di Bank Jatim KCP Syariah Wiyung menggunakan persentase dan mengetahui persentase saat ini. Selain itu, nasabah juga memahami jika bagi hasil yang didapat tergantung kinerja bisnis bank dan juga jaminan nisbah bagi hasil tidak merugikan nasabah.

E. Indikator Variabel Independen manakah yang paling berpengaruh terhadap Variabel Dependen?

a) Tingkat Bagi Hasil (X1)

Tabel 3 Descriptive Statistics Tingkat Bagi Hasil

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Sum
Mengetahui nisbah bagi hasil keuntungan didasarkan dalam bentuk persentase	75	2	5	329
Mengetahui besar nisbah bagi hasil yang ditetapkan saat ini	75	2	5	323
Mengetahui bagi hasil yang didapat tergantung pada kinerja bisnis	75	2	5	298
Jaminan nisbah bagi hasil yang diberikan bank tidak merugikan nasabah	75	2	5	301
Valid N (listwise)	75			

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

Dari Tabel 3 pernyataan mengenai variabel tingkat bagi hasil yang paling tertinggi adalah “Mengetahui nisbah bagi hasil keuntungan didasarkan dalam bentuk persentase” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 329. Itu artinya nasabah mengetahui dan setuju dengan pernyataan ini.

Sedangkan pernyataan mengenai variabel tingkat bagi hasil yang paling terendah adalah “Mengetahui bagi hasil yang didapat tergantung pada kinerja bisnis” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 298. Itu artinya nasabah kurang setuju dengan pernyataan ini.

b) Promosi (X2)

Tabel 4 *Descriptive Statistics* Promosi

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Sum
Iklan yang dilakukan bank menarik dan kreatif	75	2	5	314
Brosur tentang deposito barokah lengkap dan jelas	75	2	5	306
Karyawan Bank Jatim KCP Syariah Wiyung secara langsung memberikan informasi terkait deposito barokah	75	2	5	302
Tertarik deposito barokah karena pemberian hadiah	75	2	5	305
Valid N (<i>listwise</i>)	75			

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

Dari Tabel 4 pernyataan mengenai variabel promosi yang paling tertinggi adalah “Iklan yang dilakukan bank menarik dan kreatif” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 314. Itu artinya nasabah mengetahui dan setuju dengan pernyataan ini.

Sedangkan pernyataan mengenai variabel promosi yang paling terendah adalah “Karyawan Bank Jatim KCP Syariah Wiyung secara langsung memberikan informasi terkait deposito barokah” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 302. Itu artinya nasabah kurang setuju dengan pernyataan ini.

Dari indikator 2 variabel bebas diatas, terdapat variabel yang paling dominan adalah variabel bebas tingkat bagi hasil (X1) mengenai pernyataan “Mengetahui nisbah bagi hasil keuntungan didasarkan dalam bentuk persentase” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 329. Itu artinya nasabah mengetahui dan setuju dengan pernyataan ini.

F. Dari Keseluruhan Indikator variabel, Indikator manakah yang paling dominan ?

Tabel 5 *Descriptive Statistics* Seluruh Variabel

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Sum
Mengetahui nisbah bagi hasil keuntungan didasarkan dalam bentuk presentase	75	2	5	329
Mengetahui besar nisbah bagi hasil yang ditetapkan saat ini	75	2	5	323
Mengetahui bagi hasil yang didapat tergantung pada kinerja bisnis	75	2	5	298
Jaminan nisbah bagi hasil yang diberikan bank tidak merugikan nasabah	75	2	5	301
Iklan yang dilakukan bank menarik dan kreatif	75	2	5	314
Brosur tentang deposito barokah lengkap dan jelas	75	2	5	306
Karyawan Bank Jatim KCP Syariah Wiyung secara langsung memberikan informasi terkait deposito barokah	75	2	5	302
Tertarik deposito barokah karena pemberian hadiah	75	2	5	305
Menggunakan produk deposito barokah karena kepuasan yang didapatkan dari bank	75	2	5	305
Tertarik deposito barokah karena berbagai macam informasi yang didapatkan mengenai jasa bank lengkap	75	2	5	285
Memilih deposito barokah karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai	75	3	5	334
Berminat deposito barokah karena kemudahan akses informasinya	75	1	5	302
Valid N (<i>listwise</i>)	75			

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

Dari Tabel 5 bisa disimpulkan indikator pernyataan dari semua variabel, yang paling dominan adalah pada variabel tingkat bagi hasil (X1) yaitu “Mengetahui nisbah bagi hasil keuntungan didasarkan dalam bentuk persentase” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 329. Itu artinya pernyataan tersebut sangat berpengaruh terhadap minat nasabah deposito barokah.

Sedangkan untuk indikator pernyataan dari semua variabel, yang kurang dominan adalah pada variabel minat nasabah (Y) yaitu “Tertarik deposito barokah karena berbagai macam informasi yang didapatkan mengenai jasa bank lengkap” yang didapat nilai minimum 2 “Tidak Setuju” dan nilai maximum 5 “Sangat Setuju” dengan total keseluruhan 285. Itu artinya indikator tersebut masih kurang dipahami oleh nasabah.

4. KESIMPULAN

Hasil data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner *online*, maka dilakukan pengujian validitas untuk menyatakan sah atau tidaknya kuesioner serta pengujian reliabilitas untuk mengetahui konsistensi jawaban responden dari waktu ke waktu. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari data nasabah deposito barokah di Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel.

Setelah melakukan statistik, data diuji secara analisis deskriptif, analisis linier berganda, uji t dan uji F. Dengan demikian, kesimpulan dan saran yang diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat bagi hasil terdapat pengaruh yang positif atau signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,547, nilai t_{hitung} untuk variabel tingkat bagi hasil adalah 6,471 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,471 > 1,665$).
- 2) Promosi terdapat pengaruh yang positif atau signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,543, nilai t_{hitung} untuk variabel promosi adalah 4,466 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,466 > 1,665$).
- 3) Tingkat bagi hasil dan Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} untuk $df = 75$ ($75 - 3 = 72$) pada probabilitas 5% adalah 3,12. Dan dari F_{hitung} anova sebesar 87,208, ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,208 > 3,12$).

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Jatim, "Bank Jatim Syariah Ekspansi Buka Kantor Cabang Pembantu di Wiyung Surabaya" dalam <http://bankjatim.co.id/id/informasi/berita/bank-jatim-syariah-ekspansi-buka-kantor-cabang-pembantu-di-wiyung-dan-merr-surabaya> diakses 25 Juni 2020.
- DDCAP Group, "Global Islamic Finance Report 2019" dalam Islamic Finance Country Index – IFCI 2019. DDCAP Group, 2019.
- Formulir Aplikasi Pembukaan Rekening Deposito Barokah.
- Ghozali Imam, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Undip, 2011.
- Hardian Permana Yogiarto Atanius, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Identitas Perusahaan dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.
- Istijanto, Teori praktis riset pemasaran. Jakarta: Gramedia pustaka utama, 2009.
- Jonathan Sarwono, Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Juniarty Nila, Mustika Noor Mifrahi, dan Achmad Tohirin, "Faktor-faktor yang

- mempengaruhi deposito mudharabah pada bank syariah di Indonesia” dalam *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*. No. 1, Vol. 3. Januari 2017.
- Karim, Adiwarmanto A, Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Karim, Adiwarmanto A, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), *Insight Buletin Ekonomi Syariah Edisi Kedelapan*. Jakarta: KNKS, 2020.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management 15th edition*. New Jersey: Pearson Education Limited, 2016.
- Logo dan arti logo bank jatim dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.
- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat, 294.
- M, Fishbein dan Ajzen I, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction In Theory and Reseach*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- Machmud Amir dan Rukmana, *Bank Syariah, Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Mm Sukanto, *Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. Jakarta: Integrita Press, 1985.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005. N Tamalia Yunia, *Wawancara*, Surabaya, 18 Maret 2020.
- Nashr Tajun, “Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam” dalam <https://www.rumahfiqih.com>. 13 Desember 2016.
- Produk Deposito Barokah dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.
- Produk-Produk Bank Jatim dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.
- Rares A., R.J. Jorie, “The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Store Manado Town Square” *Journal Of Emba*. No. 2, Vol. 3, Juni 2015. ISSN 2303-1174.
- Sangadji, E, M. dan Sopiah, *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013. Sejarah bank jatim dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.
- Shaleh Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*. Jakarta : Kencana, 2004.
- Subagyo Ahmad, *Marketing In Business Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Suharwati Atik, *Analisis Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang)*. Skripsi. IAIN Salatiga, 2016.

Sujianto Agus Eko, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009.

Suliyanto, *Analisis Data Aplikasi Pemasaran*. Purwokerto: Ghalia Indonesia, 2005.

Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.

Supranto Johannes, *Riset Operasi (Untuk Pengambilan Keputusan)*. Jakarta: UI Press, 1987.

Ulfa Malikhatul, *Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi Serta Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bri Syariah KCP Majapahit Semarang*. Skripsi. IAIN Salatiga, 2018.

Visi dan Misi bank jatim dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.