



PENGARUH MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK DEPOSITO

Muhammad Ryan Fahlevi

Institut Agama Islam Negeri Metro

ryanfahlevi2017@gmail.com

Hasrun Afandi UmpuSinga

Institut Agama Islam Negeri Metro

hasrunafandi@metrouniv.ac.id

Nizaruddin

Institut Agama Islam Negeri Metro

nizaruddin@metrouniv.ac.id

Dwi Puspa Anjasari

Institut Agama Islam Negeri Metro

Puspa.sarri@gmail.com

Diterima: Maret, 2022

Direvisi : Juni, 2022

Diterbitkan: Juni, 2022

Abstract: *This study has the aim of knowing the effect of interest in the Influence of Customer Interest on Deposit Products, this research was conducted at the Islamic People's Financing Bank Metro Madani Metro Head Office (BPRS Metro Madani KP Metro), BPRS Metro Madani KP Metro is one of the financial institutions based In sharia, there are several fund-raising products that use the profit-sharing principle that is offered, one of which is a deposit product. The research was conducted by regression analysis. The population in this study was 207 people using the Slovin formula, a sample of 69 people was obtained. The results of the study conclude that the hypothesis is fulfilled, namely customer interest has a positive and significant effect on the product, with an R Square of 0.748.*

Keywords: *Customer Interest, Deposit Products*

Abstrak: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh minat Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Produk Deposito, penelitian ini dilakukan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Pusat Metro (BPRS Metro Madani KP Metro), BPRS Metro Madani KP Metro merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah, terdapat beberapa produk penghimpunan dana yang menggunakan prinsip bagi hasil yang ditawarkan salah satunya yaitu produk deposito. Penelitian dilakukan dengan analisis regresi, Populasi pada penelitian ini adalah 207 orang dengan menggunakan rumus Slovin didapat sampel sebanyak 69 orang. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis terpenuhi yaitu Minat nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk, dengan R Square sebesar 0,748.

Kata Kunci: Minat Nasabah, Produk Deposito

Copyright © 20xx, First Author et al

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



Pendahuluan

Industri perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan bertambahnya zaman. Pada zaman modern ini perbankan syariah memiliki peran besar dalam memajukan perekonomian negara maupun untuk mempermudah aktivitas masyarakat yang ada di negara tersebut. Hadirnya perbankan syariah, masyarakat telah memperoleh solusi supaya terhindar dari transaksi yang riba yang diakukan perbankan konvensional.

Perbankan syariah merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu jasa perbankan/ keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah dan kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bagi hasil sesuai dengan syariat islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadist.¹ Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.²

Di Indonesia lembaga keuangan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu contoh lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia semakin menambah daftar nama perbankan syariah, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan yang tidak berbasis riba.³

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam mendukung laju pertumbuhan perekonomian dalam bidang penghimpunan dana dari masyarakat juga menjadi perhatian penting. Karena seiring dengan kemajuan ekonomi yang mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi, maka upaya menarik nasabah untuk produk yang dimiliki oleh BPRS sangatlah penting dan lembaga keuangan harus mampu memberikan kepuasan kepada nasabah.

Nasabah merupakan seseorang yang menjadi perhatian yang penting, karena nasabah telah pandai memilih produk mana yang menurut mereka memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Perilaku konsumen iatau nasabah menjadi sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian atau memilih produk yang mereka inginkan.

Minat merupakan dorongan yang kuat seseorang untuk melakukan sesuatu objek yang mereka inginkan atas dasar keinginan dan kesukaan diri sendiri. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, minat adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa.⁴ Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Pranadamedia Group, 2010), h.38

² Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 32.

³ Uus Ahmadi Husaeni, "Determinan Pembiayaan Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 1 (2017), 50.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 357.

seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.⁵ Minat merupakan dorongan penting untuk nasabah mengenal produk atau menggunakan produk yang ada pada perbankan syariah.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki beberapa produk penghimpunan dana yaitu berupa simpanan amanah, tabungan wadiah dan deposito wadiah/mudharabah.⁶ Salah satu produk penghimpunan dana yang dikembangkan dan ditawarkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah produk deposito *mudharabah*. Deposito *mudharabah* menggunakan prinsip-prinsip *mudharabah* yang sesuai dengan ketentuan hukum syariah.

Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan perjanjian yang dilakukan bank dan nasabah investor.⁷ Deposito mudah diprediksi ketersediaannya karena terdapat jangka waktu dalam penempatannya. Sifat deposito yaitu penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktunya, sehingga pada umumnya balas jasa berupa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank untuk deposito lebih tinggi dibandingkan tabungan *mudharabah*.⁸

Bank iPembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani memiliki beberapa produk penghimpunan dana yaitu Tabungan Syariah Metro Madani, Tabungan Pendidikan, Tabungan Qurban, Tabungan *Walimah*, Tabungan Haji, dan Deposito Investasi *Mudharabah*. Salah satu produk simpanan berjangka berdasarkan prinsip *mudharabah* di BPRS Metro Madani yaitu Deposito Investasi Mudharabah.⁹

Berikut jumlah data nasabah deposito pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani, dibawah ini :¹⁰

Tabel 1.1

Data Nasabah Deposito Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani

| Nasabah Bank Metro Madani | |
|---------------------------|----------------|
| Tahun | Jumlah Nasabah |
| 2018 | 357 |
| 2019 | 401 |
| 2020 | 422 |
| Total | 1180 |

⁵ Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim, "Pengaruh Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Presepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati," *Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no.1 (2006): 49

⁶ <https://universalbpr.co.id/blog/bprs-bpr-pengertian-dan-perbedaannya/>. Diakses pada 18 Desember 2020.

⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 91.

⁸ *Ibid.*, 91.

⁹ Wawancara dengan Joko (*Kepala Bagian Umum/SDI*), tanggal 23 Desember 2020 di BPRS Metro Madani.

¹⁰ Wawancara dengan Joko (*Kepala Bagian Umum/SDI*), tanggal 23 Desember 2020 di BPRS Metro Madani.

Sumber: Data Jumlah Nasabah Deposito Investasi Mudharabah BPRS Metro Madani Tahun 2018- Tahun 2019.¹¹

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk deposito mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah nasabah produk deposito yang berjumlah 357 nasabah. Pada tahun 2019 nasabah produk deposito mengalami pertambahan sebesar 44 nasabah, sehingga kenaikan jumlah nasabah menjadi 401 nasabah. Pada tahun 2020 jumlah nasabah produk deposito berjumlah 422 nasabah, setelah mengalami kenaikan nasabah sebesar 21 nasabah. Jumlah kenaikan yang tertinggi ada pada tahun 2019 dimana BPRS Metro Madani dapat menarik nasabah sebanyak 44 nasabah.

Berikut jumlah data nasabah deposito pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani Kantor Pusat Metro, dibawah ini:¹²

Tabel 1.2
Data Nasabah Deposito Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani KP Metro

| Nasabah Bank Metro Madani KP Metro | |
|------------------------------------|----------------|
| Tahun | Jumlah Nasabah |
| 2018 | 185 |
| 2019 | 199 |
| 2020 | 207 |
| Total | 591 |

Sumber: Data Jumlah Nasabah Deposito Investasi Mudharabah BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro Tahun 2018- Tahun 2019.¹³

Dapat dilihat dari tabel diatas jumlah nasabah deposito pada kantor pusat Metro pada tahun 2018 berjumlah 185 nasabah. Pada tahun 2019 mengalami penambahan nasabah baru sebanyak 14 orang, sehingga totalnya menjadi 199 nasabah. Pada tahun 2020 juga mengalami kenaikan menjadi 207 nasabah. Penambahan jumlah nasabah pada tahun 2020 tidak sebanyak pada tahun 2019 yaitu hanya 8 orang sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 14 orang. Dari jumlah nasabah deposito pada BPRS Metro Madani ini mengalami kenaikan bahkan penurunan penambahan jumlah nasabah pada produk ini.

Kenaikan dan penurunan penambahan jumlah nasabah berarti banyak atau tidaknya orang yang tertarik atau berminat untuk bertransaksi dengan produk deposito yang ada

¹¹ Wawancara dengan Joko (*Kepala Bagian Umum/SDI*), tanggal 23 Desember 2020 di BPRS Metro Madani.

¹² Wawancara dengan Joko (*Kepala Bagian Umum/SDI*), tanggal 7 Januari 2021 di BPRS Metro Madani.

¹³ Wawancara dengan Joko (*Kepala Bagian Umum/SDI*), tanggal 7 Januari 2021 di BPRS Metro Madani.

pada BPRS Metro Madani yang dipengaruhi oleh suatu faktor-faktor tertentu. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat calon nasabah untuk itu pihak-pihak terkait harus membangun ketertarikan calon nasabah agar senantiasa menggunakan dan bertransaksi dengan produk Deposito Investasi Mudharabah yang telah disediakan oleh BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro. Semakin banyak calon nasabah memiliki minat terhadap produk bank, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara optimal.

Kajian Teoritik

Minat

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu¹⁴ Minat menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah konumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa¹⁵ Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sidatnya tidak stabil.¹⁶

Minat dapat diartikan dengan mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa yang secara langsung terlibat dengan rasa senang atau tidak senang menghadapi suatu objek,¹⁷ Minat pada dasarnya merupakan perasaan suka atau diri seseorang terhadap suatu objek, Untuk menarik minat seseorang maka sebuah perusahaan harus menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan orang tersebut.

Berdasarkan beberapa teori diatas maka dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti bahwa minat suatu keinginan terhadap suatu objek dan rasa ingin memiliki objek tersebut, kemudian keinginan itu didasari dari perasaan suka atau senang terhadap objek tersebut. Minat dapat dipengaruhi oleh sesuatu yang dipelajari, artinya objek yang sebelumnya tidak diminati dapat berubah menjadi objek yang diminati bahkan sebaliknya dikarenakan adanya masukan-masukan dan pola pemikiran yang baru.

Faktor internal yang memengaruhi minat, diantaranya: Pertama, keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.¹⁸ Kedua, motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya Motivasi ini menjadi alasan untuk berperilaku, dimana seseorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan. Seseorang yang termotivasi akan benar-benar bertindak dipengaruhi presepsinya mengenai situasi tertentu.¹⁹ Ketiga, keyakinan dan sikap merupakan pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional, dan kecenderungan

¹⁴ Rusdianto dan Chanafi, "Pengaruh Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Presepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati," h. 49.

¹⁵ Kotler dan Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 357.

¹⁶ Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani* (Semarang: IKIP, 1994), h. 4.

¹⁷ Rahmah Yulianti, "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan memilih produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh," *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* 2, no. 1 (2015): 19.

¹⁸ Kotler dan Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 171.

¹⁹ Thamrin Abdullah dan Tanti Francis, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 120.

tindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap objek atau ide tertentu. Sikap dan keyakinan merupakan daya yang kuat dan langsung mempengaruhi persepsi perilaku konsumen.²⁰ Keempat, gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatan. Gaya hidup memotret interaksi “seseorang secara utuh” dengan lingkungannya.²¹ Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktu. Kelima, agama hendaknya dapat memperhatikan secara seksama preferensi dan tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan karena akan mempengaruhi perilaku pembeli dari kelompok-kelompok keagamaan. Agama merupakan hal terpenting untuk seseorang memutuskan keinginan mereka akan terlaksana.

Faktor eksternal yang mempengaruhi minat, diantaranya: Pertama, promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atas suatu jasa/produk. Dalam kegiatan promosi nasabah dapat mengelola, memilih dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari kegiatan promosi tersebut dan kemudian akan merespon melalui tindakan ketertarikan untuk menggunakan atau tidak produk/jasa yang ditawarkan bank.²² Kedua, bagi hasil merupakan perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Sistem bagi hasil meliputi tata cara pembuatan hasil usaha antara penyediaan modal dengan pengelolaan modal dan keuntungan yang dibagikan pihak bank kepada nasabah berdasarkan laba bruto dengan perbandingan bagi hasil 40:60, atau sesuai dengan kesepakatan tawar menawar kedua belah pihak.²³ Bagi hasil sangat penting untuk menetapkan *profit* yang menarik untuk nasabah. Nasabah yang melakukan deposito akan mempertimbangkan tingkat imbalan yang akan diterima. Jika keuntungan yang ditawarkan relatif tinggi maka nasabah akan memilih bank syariah sebagai tempat berinvestasi.

Ketiga, reputasi bank adalah sesuatu yang menunjukkan seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dijadikan mitra kerjasama.²⁴ Keempat, kualitas pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik yaitu pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.²⁵ Kualitas merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Baik atau tidaknya kualitas barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Pelayanan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas pelayanan perbankan dapat diukur melalui sudut pandang masing-masing individu, bukan berdasarkan penyedia

²⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 45.

²¹ Kotler dan Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 175.

²² Tri Astuti dan Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah,” *Jurnal Nominal* 2, no. 1 (2013): 188.

²³ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (Juli 2016): 178.

²⁴ Siti Maria Wardayani, “Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah,” *Walisongo*, Volume 19, No 1 (2011): h. 9.

²⁵ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), h. 152.

jasa.²⁶ Kelima, Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen Lokasi ini merupakan faktor yang strategis untuk membuat sekelompok/segolongan masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa bank yang dapat diharapkan menjadi nasabah bank bersangkutan.²⁷ Disini peran pemimpin bank sangat penting untuk menetapkan strategi pemasaran produk jasa banknya sehingga efektif mencapai tujuan.

Deposito

Deposito didefinisikan sebagai simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo.²⁸ Deposito merupakan dana yang dapat diambil sesuai dengan perjanjian berdasarkan jangka waktu yang disepakati. Penarikan deposito hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, misalnya deposito diperjanjikan jangka waktunya satu bulan, maka deposito dapat dicairkan setelah satu bulan.²⁹ Deposito, menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad nasabah penyimpan dana dan bank syariah atau unit usaha syariah (UUS).

Bank Syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *ishohibul maal* (pemilik dana). Bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkan dana dari pemilik modal, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak ketiga. Dengan demikian bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib* memiliki sifat sebagai wali amanah, yakni harus berhati-hati atau bijaksana dalam beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Disamping itu Bank Syariah juga bertindak sebagai kuasa dalam usaha bisnis pemilik dana yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan seoptimal mungkin tanpa melanggar berbagai aturan syariah.³⁰

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, Bank Syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan karena kelalaiannya. Namun apabila yang terjadi adalah *mis management* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.³¹ Dari beberapa pengertian diatas, deposito mudharabah merupakan simpanan yang memiliki jangka waktu dalam penarikannya dengan menggunakan prinsip mudharabah, dimana ada 2 pihak yang bekerjasama satu sebagai pemilik dana dan satunya sebagai pengelola.

²⁶Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat menabung di Bank Syariah," 178.

²⁷ S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, h. 150.

²⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), h. 99.

²⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 91.

³⁰ Fakhri Ismanudin, "*Analisis Pengelolaan Deposito Mudharabah Pada Bank BNI Syariah Fatmawati*", Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2015.

³¹ Adiwarmarman A. Karim, "*Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 363.

Rukun deposito *mudharabah* yang harus ada dalam transaksi dan menjadi syarat syahnya transaksi *mudharabah* yaitu: Ijab Qabul, adanya dua pihak (pihak penyedia dana dan pengusaha), adanya modal, adanya usaha (al-a'mal), adanya keuntungan.

Hasil dan Pembahasan

Peneliti memperoleh data yang berkaitan dengan minat nasabah terhadap produk deposito pada BPRS Metro Madani KP Metro melalui penelitian lapangan. Penelitian lapangan yang dilakukan dengan proses penyebaran angket kepada responden yang merupakan nasabah produk deposito di BPRS Metro Madani KP Metro yang berjumlah 69 nasabah. Penyebaran angket dilakukan secara online melalui google forms. Angket yang disebar oleh peneliti kepada responden terdiri dari 17 item soal dan dibagi dalam 2 kategori yaitu: Ada 12 soal digunakan untuk mengetahui tentang variabel pengaruh minat nasabah (X). Dan 5 soal digunakan untuk mengetahui tentang variabel produk deposito (Y).

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dalam penelitian ini kuisioner yang disebar telah diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui kuisioner yang akan disebar layak atau tidak. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 69 responden, terdiri dari 67 nasabah dari perhitungan sampel nasabah deposito pada tahun 2020 yang berjumlah 207 nasabah dan 2 responden berasal dari bukan nasabah. Pengujian validitas dan reliabilitas kuisioner dilakukan dengan responden dari nasabah deposito baik laki-laki maupun perempuan.

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik korelasi *product moment*, uji reliabilitas menggunakan *alpha cronbach*, dan uji asumsi menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan koefisien determinasi.

Berdasarkan uji parsial (uji t), variabel minat terhadap variabel deposito adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 10,779 > t_{tabel} 1,995$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel minat (X) terhadap variabel deposito (Y).

Berdasarkan uji simultan (uji F), diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel minat (X) secara simultan terhadap variabel deposito (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 11,265 > F_{tabel} 3,98$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel minat (X) secara simultan terhadap variabel deposito (Y).

Nilai R Square atau nilai koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0,144 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel minat (X) secara simultan terhadap variabel deposito (Y) adalah sebesar 14,4%. Pengaruh variabel minat (X) terhadap variabel deposito (Y) sangat lemah dan hanya sebesar 0,144.

Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak cukup layak digunakan untuk melihat pengaruh minat nasabah terhadap produk deposito BPRS Metro Madani KP Metro. Hal ini karena tidak terdapat hubungan antara minat nasabah terhadap produk deposito. Artinya minat nasabah sangat lemah dalam mempengaruhi produk deposito, lemahnya faktor-faktor minat yang membuat ketertarikan seorang nasabah untuk menggunakan dan bertransaksi dengan produk deposito pada suatu bank.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh minat nasabah terhadap produk deposito (Studi Kasus BPRS Metro Madani KP Metro) yang telah diujikan menggunakan analisis regresi sederhana maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat nasabah tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap produk deposito. Sedangkan secara simultan, minat nasabah signifikan berpengaruh terhadap produk deposito. Berdasarkan hasil koefisien determinasi dengan hasil sebesar 0,144 untuk variabel minat. Hal ini berarti variabel minat tidak mampu memengaruhi variabel produk deposito dikarenakan tingkat pengaruh yang lemah hanya sebesar 0,144 atau 14,4% tingkat pengaruhnya. Tidak adanya pengaruh minat nasabah terhadap produk deposito dalam penelitian ini dikarenakan adanya kesalahan dalam penempatan skor pada indikator minat.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin., Tanti, Francis. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Astuti, Tri., Mustikawati, Indah. "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah," *Jurnal Nominal*, Vol. 2, No. 1, 2013.
- BPRS Metro Madani, <http://www.banksyariahmetromadani.co.id/>, diakses 4 Januari 2021, 14.20 WIB
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- <https://universalbpr.co.id/blog/bprs-bpr-pengertian-dan-perbedaanya/>. Diakses pada 18 Desember 2020.
- Husaeni, Uus Ahmadi. "Determinan Pembiayaan Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1, 2017.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Pranadamedia Group, 2010.
- Ismanudin, Fakhri. "Analisis Pengelolaan Deposito Mudharabah Pada Bank BNI Syariah Fatmawati", 2015.
- Joko. *Wawancara Pribadi*. Rabu 23 Desember 2020.
- Karim, Adiwarmarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.

- Kolter, Philip., Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Krismanto, Adi. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah. Semarang: Universitas Diponegoro, 2009.
- Kusuma, Habi Aldi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menggunakan Jasa Bank Mandiri Syariah (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Syariah Kcp Teluk Betung Bandar Lampung)", Skripsi IAIN Metro 2020.
- Muhaimin. *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani*. Semarang: IKIP, 1994.
- Mujahidin, Akhmad. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Narbuko, Cholid., Achmadi, Abu. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Novia, Poppy. *Wawancara Pribadi*. Senin 11 Januari 2021.
- Prasetia, Ta 'dir Eko., Tommy, Parengkuan., Saerang, Ivone S. "Struktur Modal, Ukuran Perumusan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Niali Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI," Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 2, June 2014.
- Rivai, Veithzal., Arifin, Arviyan. 2010. *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Rusdianto, Hutomo., Ibrahim, Chanafi. "Pengaruh Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Presepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati," Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 4, No.1, juni 2006.
- Sangadji, Etta Mamang., Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Siregar, Sofiyan. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suryabrata, Sumardi. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Uniyati, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah, Skripsi UIN Alauddin Makasar, 2018.
- Wahab, *Wirdayani*. "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 1, No. 2, Juli 2016.
- Wahab, Wridayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru," Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 1, January 2017.
- Wahyudi, Reno. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kurangnya Minat Nasabah Untuk Membeli Produk Deposito Mudharabah BRI Syariah KCP Panorama Bengkulu, Skripsi IAIN Bengkulu, 2015.

Wardayani, Siti Maria. "Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah", *Walisongo*, Vol. 19, No 1, 2011.

Wininggar, Dwi. Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Honda Beat Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Iain Metro Angkatan 2015, Skripsi IAIN Metro, 2019.

Yulianti, Rahmah. "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh," *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Maret 2015.

Zahirah, Siti. Minat Nasabah Menggunakan Produk Deposito Mudharabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Capem Syariah Hampan Perak, Skripsi UIN Sumatra Utara, Medan, 2019.

