

Pengaruh tingkat bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Kc Mataram Hasanuddin

Nurul Uswathun^{1)*}, Nurwinsyah Rohmaningtyas²⁾

¹Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia.

Email: [^{1\)}nuruluswathun.22179@mhs.unesa.ac.id](mailto:nuruluswathun.22179@mhs.unesa.ac.id), [^{2\)}nurwinsyahrohmaningtyas@unesa.ac.id](mailto:nurwinsyahrohmaningtyas@unesa.ac.id)

Abstrak

Minat menabung tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode statistik dengan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata kunci: *bagi hasil; Bank Syariah Indonesia; kualitas pelayanan; minat menabung.*

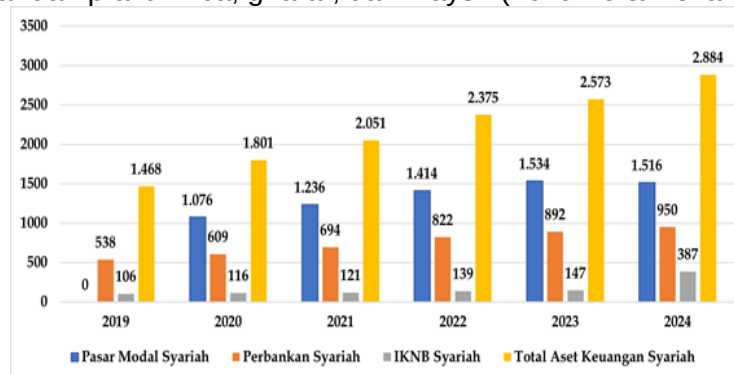
Abstract

Interest in saving is not determined by a single factor but is influenced by various interrelated factors. This study analyzes the effect of profit-sharing rates and service quality on customers' interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia's Mataram Hasanuddin Branch. The method used is a quantitative approach with primary data obtained through a questionnaire survey. Data analysis was conducted using statistical methods based on the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) with the assistance of IBM SPSS Statistics 26. The results of the study indicate that profit-sharing rates and service quality have a positive and significant effect on interest in saving, both partially and simultaneously.

Keywords: *Bank Syariah Indonesia; interest in saving; profit-sharing; service quality.*

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia memiliki peranan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional melalui penyediaan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah (Yudi et al., 2024). Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan pembiayaan dengan mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap ketentuan syariah (Irawan et al., 2021). Seluruh kegiatan operasional perbankan syariah dilaksanakan berdasarkan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, sehingga terhindar dari praktik riba, gharar, dan maysir (Tuzuhro & Rozaini, 2023).



Gambar 1. 1 Perkembangan Aset Keuangan Syariah 2019-2024 (dalam Rp Triliun)

Merujuk pada gambar 1.1, perkembangan sektor keuangan nasional menunjukkan tren positif. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset keuangan syariah meningkat dari Rp1.468 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp2.884 triliun pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan pertumbuhan sekitar 96,43% dalam kurun waktu 5 tahun (OJK, 2024). Perkembangan ini semakin diperkuat oleh kebijakan pemerintah yang menggabungkan beberapa bank syariah milik BUMN menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), yang mulai beroperasi secara resmi pada 1 Februari 2021 (Prasetyandari, 2022). Setelah merger, BSI menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dan memiliki posisi strategis dalam pengembangan industri perbankan syariah nasional. Peran strategis BSI dapat dilihat dari perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan tabungan secara nasional. Berdasarkan laporan keuangan tahunan PT Bank Syariah Indonesia Tbk periode 2021 sampai 2025, total DPK BSI meningkat dari Rp233,25 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp380,49 triliun pada tahun 2025. Pada periode yang sama, tabungan BSI juga meningkat dari Rp100,70 triliun menjadi Rp162,63 triliun (BSI, 2025).

Data tersebut menunjukkan bahwa BSI memiliki kemampuan besar dalam menghimpun dana masyarakat, khususnya melalui produk tabungan. Meskipun BSI memiliki skala nasional yang besar, persaingan perbankan syariah di daerah tetap perlu diperhatikan. Di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), Bank NTB Syariah menjadi salah satu bank daerah berbasis syariah yang dekat dengan masyarakat lokal dan mendapat dukungan dari pemerintah daerah. Berdasarkan laporan keuangan Bank NTB Syariah periode 2021 sampai 2025, DPK Bank NTB Syariah meningkat dari Rp8,67 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp14,05 triliun pada tahun 2025. Pada sisi tabungan, Bank NTB Syariah mencatatkan peningkatan dari Rp2,52 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp3,74 triliun pada tahun 2025, meskipun secara keseluruhan nilai tabungan tahun 2025 masih lebih tinggi dibandingkan tahun 2021, nilai tabungan tersebut menurun sebesar 4,26% di bandingkan posisi 31 Desember 2024. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Bank NTB Syariah merupakan pesaing lokal yang relevan dalam penghimpunan dana masyarakat di NTB.

Potensi pengembangan perbankan syariah di NTB juga didukung oleh karakteristik masyarakat setempat. Berdasarkan data Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Kependudukan dan Pencatatan Sipil (PMPD Dukcapil) Provinsi NTB tahun 2024, jumlah penduduk Muslim mencapai 5.575.075 jiwa atau sekitar 96,94% dari total penduduk NTB (Dukcapil NTB, 2025). Selain itu, pertumbuhan aset perbankan syariah di NTB pada November 2024 mencapai 12,72% secara year on year (yoy), lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan bank konvensional sebesar 5,29% (OJK, 2025). Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat inklusi keuangan syariah yang optimal. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK), tingkat inklusi keuangan syariah di NTB masih berada pada 15,5% (SNLIK, 2024).

Sejalan dengan kondisi tersebut, OJK terus mendorong peningkatan literasi dan inklusi keuangan masyarakat NTB melalui kegiatan Pasar Keuangan Rakyat NTB 2024. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penggunaan produk serta layanan jasa keuangan oleh masyarakat (OJK, 2024). Sebelumnya, OJK juga menegaskan bahwa literasi keuangan masih menjadi tantangan di NTB karena masih banyak masyarakat yang belum memahami layanan keuangan secara memadai (OJK, 2020). Dengan demikian, pengembangan perbankan syariah di NTB tidak cukup hanya didukung oleh potensi demografis, tetapi juga membutuhkan strategi untuk mendorong penggunaan produk keuangan syariah, khususnya produk tabungan.

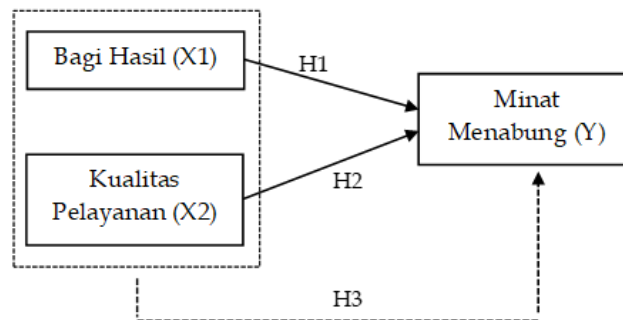
Salah satu kantor cabang BSI yang berperan dalam mengoptimalkan potensi tersebut adalah BSI KC Mataram Hasanuddin. Kantor cabang ini berada di kawasan pusat bisnis Kota

Mataram dan telah melayani sekitar 5.141 nasabah hingga akhir tahun 2025 (BSI, 2025). Pemilihan BSI KC Mataram Hasanuddin sebagai objek penelitian tidak hanya didasarkan pada keberadaannya sebagai kantor cabang BSI di wilayah NTB, tetapi juga karena terdapat fenomena empiris dalam penghimpunan dana tabungan. Berdasarkan data kinerja DPK BSI KC Mataram Hasanuddin, posisi tabungan per 19 Mei 2026 tercatat sebesar Rp367,998 miliar, sedangkan target posisi Mei 2026 sebesar Rp406,139 miliar. Dengan demikian, terdapat gap sebesar Rp38,141 miliar dengan tingkat pencapaian 90,61%. Selain itu, tabungan mengalami penurunan secara month to date (MtD) sebesar Rp10,753 miliar atau 2,84%, serta secara year to date (YtD) sebesar Rp14,125 miliar atau 3,70% (BSI, 2026). Data tersebut menunjukkan bahwa penghimpunan dana tabungan pada BSI KC Mataram Hasanuddin masih perlu ditingkatkan. Fenomena ini menjadi dasar empiris untuk meneliti minat menabung nasabah.

Dalam penelitian ini, minat menabung tidak dimaknai sebagai ketertarikan awal seseorang untuk membuka rekening, melainkan sebagai kecenderungan nasabah yang telah menggunakan layanan BSI untuk tetap memilih produk tabungan, mempertahankan penggunaan layanan, meningkatkan aktivitas menabung, serta merekomendasikan produk tabungan BSI kepada orang lain. Dengan demikian, meskipun responden penelitian produk tabungan merupakan nasabah BSI, pengukuhan minat menabung tetap relevan karena kepemilikan rekening belum tentu menunjukkan aktivitas menabung yang tinggi dan berkelanjutan. Dalam persaingan perbankan syariah, minat menabung nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan nasabah adalah tingkat bagi hasil. Tingkat bagi hasil yang adil dan transparan dapat memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa dana yang disimpan dikelola sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan manfaat ekonomi yang layak (Sa'diyah, 2025). Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam mendorong minat menabung. Pelayanan yang cepat, profesional, ramah dan didukung teknologi yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk tabungan bank syariah (Lukman, 2025).

Hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh tingkat bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masih menunjukkan perbedaan temuan. Penelitian Azhar et al. (2023) menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung. Sebaliknya Susetyarsi et al. (2022) menemukan bahwa tingkat bagi hasil tidak berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas pelayanan menjadi faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi minat menabung. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji kembali, khususnya pada nasabah BSI KC Mataram Hasanuddin.

Berdasarkan perkembangan BSI secara nasional, persaingan perbankan syariah di NTB, rendahnya inklusi keuangan syariah, serta fenomena belum optimalnya realisasi tabungan pada BSI KC Mataram Hasanuddin, penelitian ini penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak bank dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan minat menabung nasabah, memperkuat penghimpunan Dana Pihak Ketiga dan mempertahankan daya saing di tengah kompetisi perbankan syariah di NTB.



Gambar 2. Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dan dilaksanakan di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin. Populasi penelitian berjumlah 5.141 nasabah. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen, jumlah sampel minimum adalah 98 responden. Namun, data yang terkumpul dan memenuhi kriteria berjumlah 130 responden sehingga seluruhnya digunakan dalam analisis. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria nasabah memiliki tabungan aktif, telah menjadi nasabah minimal 1 tahun, dan pernah menggunakan layanan bank. Data dikumpulkan melalui *Google Forms* dengan skala Likert 1 “sangat tidak setuju” hingga 5 “sangat setuju”, kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 26 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan 130 kuesioner yang diolah, responden didominasi oleh kelompok usia 21–25 tahun, yaitu sebanyak 99 orang (76%). Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 110 orang (85%). Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh pelajar atau mahasiswa sebanyak 100 orang (77%). Sementara itu, berdasarkan lama menjadi nasabah, mayoritas telah menjadi nasabah selama 1–3 tahun, yaitu sebanyak 109 orang (84%).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Bagi Hasil (X1)				
Besaran Nisbah Bagi Hasil	BH.1	0.748	0.374	Valid
	BH.2	0.778	0.374	Valid
Keadilan Pembagian Bagi Hasil	BH.3	0.829	0.374	Valid
	BH.4	0.868	0.374	Valid
Transparansi Perhitungan	BH.5	0.802	0.374	Valid
	BH.6	0.866	0.374	Valid
Konsistensi Pembagian	BH.7	0.819	0.374	Valid
	BH.8	0.712	0.374	Valid
	BH.9	0.758	0.374	Valid

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kesesuaian Prinsip Syariah	BH.10	0.823	0.374	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)				
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	KP.1	0.735	0.374	Valid
	KP.2	0.635	0.374	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	KP.3	0.689	0.374	Valid
	KP.4	0.676	0.374	Valid
Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	KP.5	0.684	0.374	Valid
	KP.6	0.718	0.374	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)	KP.7	0.641	0.374	Valid
	KP.8	0.573	0.374	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)	KP.9	0.784	0.374	Valid
	KP.10	0.572	0.374	Valid
Minat Menabung (Y)				
Minat Transaksional	MM.1	0.871	0.374	Valid
	MM.2	0.897	0.374	Valid
Minat Referensial	MM.3	0.862	0.374	Valid
	MM.4	0.848	0.374	Valid
Minat Preferensial	MM.5	0.862	0.374	Valid
	MM.6	0.816	0.374	Valid
Minat Minat Eksploratif	MM.7	0.832	0.374	Valid
	MM.8	0.875	0.374	Valid

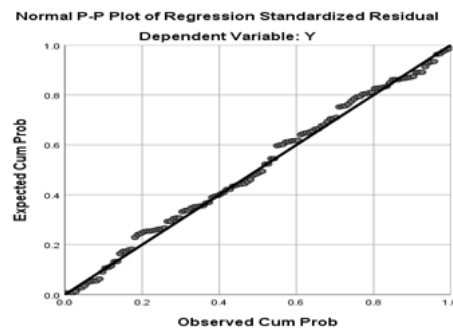
Uji validitas dilakukan melalui uji coba instrumen pada 30 responden. Dengan jumlah tersebut, nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,374. Berdasarkan Tabel 1 uji validitas, seluruh item pada variabel Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan Minat Menabung memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Nilai r hitung variabel Bagi Hasil berada pada kisaran 0,712–0,868, Kualitas Pelayanan 0,572–0,784, dan Minat Menabung 0,816–0,897. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Karena instrumen tidak mengalami perubahan setelah uji coba, instrumen tersebut digunakan dalam penelitian utama dengan jumlah sampel aktual sebanyak 130 responden.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Bagi Hasil (X1)	0.936	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.862	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0.948	Reliabel

Uji reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden uji coba menggunakan metode Cronbach's Alpha. Berdasarkan Tabel 4.6, variabel Bagi Hasil memperoleh nilai 0,936, Kualitas Pelayanan sebesar 0,862, dan Minat Menabung sebesar 0,948. Seluruh nilai tersebut lebih

besar dari 0,70. Oleh karena itu, instrumen dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi pengukuran yang baik. Selanjutnya, karena tidak terdapat perubahan pada instrumen, seluruh data dari 130 responden digunakan dalam analisis penelitian.



Gambar 3. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Berdasarkan Gambar 3, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola garis tersebut. Meskipun terdapat beberapa titik yang sedikit menjauh, penyimpangan tersebut tidak membentuk pola tertentu dan masih berada dalam batas yang wajar. Hal ini menunjukkan bahwa secara visual, data residual telah mendekati distribusi normal. Dengan demikian, berdasarkan grafik Normal P-P Plot, model regresi pada penelitian ini dapat dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

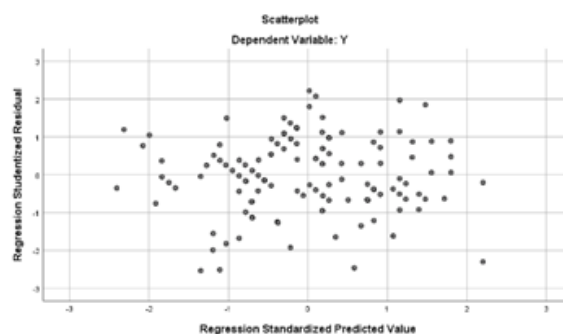
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42377820
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.038
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Bagi Hasil (X1)	.962	1.040
Kualitas Pelayanan (X2)	.962	1.040

Berdasarkan Tabel 4, variabel Bagi Hasil (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,962 dan nilai VIF sebesar 1,040. Nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Kedua variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam model regresi dan analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.



Gambar 4. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.6, dapat dilihat bahwa titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak di sekitar garis horizontal pada nilai nol dan tidak membentuk pola tertentu. Penyebaran titik juga tampak relatif merata, baik di atas maupun di bawah sumbu horizontal. Sebaran titik seperti ini menunjukkan tidak adanya pola teratur, yang berarti varians residual relative konstan pada setiap nilai prediksi. Pola acak ini menunjukkan bahwa model tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.420	1.196		5.368	.000
	Bagi Hasil	.328	.028	.555	11.932	.000
	Kualitas Pelayanan	.326	.027	.555	11.940	.000

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5, model persamaan regresi linear berganda yang didapat pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 6,420 + 0,328X_1 + 0,326X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 6,420 menunjukkan bahwa apabila Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan bernilai tetap atau nol, nilai Minat Menabung diperkirakan tetap sebesar 6,420. Koefisien Bagi Hasil sebesar 0,328 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Bagi Hasil akan meningkatkan Minat Menabung sebesar 0,328, dengan asumsi Kualitas Pelayanan tetap. Koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,326 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Minat Menabung sebesar 0,326, dengan asumsi Bagi Hasil tetap. Nilai signifikansi kedua variabel sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.732	2.443

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai F hitung sebesar 177,138 dengan nilai signifikansi 0,000 atau $p < 0,001$. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Bagi Hasil (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y). Oleh karena itu, hipotesis simultan diterima dan model regresi dinyatakan layak digunakan.

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.420	1.196		5.368
	Bagi Hasil	.328	.028	.555	11.932
	Kualitas Pelayanan	.326	.027	.555	11.940

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan Tabel 7, variabel Bagi Hasil (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 11,932 dengan nilai signifikansi 0,000 atau $p < 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,328, maka Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 11,940 dengan nilai signifikansi 0,000 atau $p < 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,326, maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dengan demikian, secara parsial Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh parsial dari kedua variabel tersebut dinyatakan diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2114.041	2	1057.020	177.138	.000 ^b
	Residual	757.836	127	5.967		
	Total	2871.877	129			

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai R Square sebesar 0,736. Artinya, variabel Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variasi Minat Menabung sebesar 73,6%, sedangkan sisanya 26,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,732 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah responden, model mampu menjelaskan 73,2% variasi minat menabung. Dengan demikian, model regresi memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung.

Pembahasan

Berikut merupakan pembahasan penelitian yang didasarkan dari temuan dan hasil analisis data empiris yang berhubungan dengan hipotesis yang dirumuskan di awal, yaitu pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Mataram Hasanuddin sebagai berikut:

Tingkat bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin. Pengaruh tersebut muncul karena sistem bagi hasil memberi nasabah harapan memperoleh keuntungan yang adil berdasarkan kesepakatan nisbah. Nasabah tidak hanya mempertimbangkan besarnya imbal hasil, tetapi juga menilai kejelasan akad, keterbukaan perhitungan, konsistensi pembagian, serta kesesuaian mekanismenya dengan prinsip syariah. Secara mekanis, sistem bagi hasil dapat meningkatkan minat menabung melalui pembentukan kepercayaan. Ketika bank menjelaskan cara perhitungan keuntungan secara terbuka, nasabah lebih mudah memahami hak dan kewajibannya. Kejelasan tersebut mengurangi ketidakpastian dan memperkuat keyakinan bahwa dana dikelola secara bertanggung jawab. Sebaliknya, informasi yang kurang jelas atau pembagian hasil yang tidak konsisten dapat menurunkan kepercayaan dan melemahkan minat nasabah untuk mempertahankan tabungannya.

Temuan ini mendukung pendapat Antonio (2001) bahwa sistem bagi hasil menempatkan bank dan nasabah dalam hubungan kerja sama yang didasarkan pada keadilan, transparansi, dan pembagian risiko. Hasil penelitian juga sejalan dengan Karim (2010) yang menjelaskan bahwa hubungan dalam perbankan syariah bersifat kemitraan, bukan hubungan kreditur dan debitur. Dalam hubungan tersebut, kejelasan nisbah dan keterbukaan dalam pengelolaan dana menjadi dasar terbentuknya rasa aman dan kepercayaan nasabah. Dari perspektif Islam, sistem bagi hasil merupakan alternatif transaksi yang menghindari praktik riba. Prinsip ini sejalan dengan QS. Al-Baqarah ayat 275 yang menegaskan perbedaan antara transaksi yang halal dan praktik riba. Penerapan bagi hasil yang sesuai akad, transparan, dan adil memberi nasabah keyakinan bahwa kegiatan menabung tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai syariah yang mereka pertimbangkan.

Bagi nasabah, sistem bagi hasil yang jelas dapat meningkatkan rasa aman, kepuasan, dan keinginan untuk mempertahankan dana pada bank syariah. Bagi bank, temuan ini menunjukkan pentingnya menyampaikan informasi nisbah secara sederhana, menjaga konsistensi pembagian hasil, serta meningkatkan edukasi mengenai dasar syariah produk tabungan. Langkah tersebut dapat memperkuat kepercayaan, meningkatkan loyalitas, dan menarik calon nasabah baru. Hasil penelitian ini sejalan dengan Putricia et al. (2021) dan Ustanti et al. (2023) yang menemukan bahwa bagi hasil mendorong minat menabung di bank syariah. Namun, hasil ini berbeda dengan Susetyarsi et al. (2022) yang menemukan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh bagi hasil dapat bergantung pada tingkat pemahaman nasabah, karakteristik responden, kualitas informasi yang diberikan bank, serta kondisi sosial ekonomi di lokasi penelitian.

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin

Kualitas pelayanan memengaruhi minat menabung karena layanan perbankan bersifat tidak berwujud dan sangat bergantung pada kepercayaan nasabah. Nasabah tidak hanya menilai produk tabungan dari manfaat finansial, tetapi juga dari kemudahan transaksi, ketepatan pelayanan, keamanan, serta sikap pegawai. Ketika bank mampu memberikan layanan yang cepat, akurat, dan mudah dipahami, nasabah merasa lebih nyaman untuk menyimpan dan mengelola dananya di bank tersebut.

Bukti fisik yang baik, seperti kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruang pelayanan, membentuk kesan awal tentang profesionalisme bank. Namun, fasilitas fisik saja belum cukup untuk mempertahankan minat nasabah. Keandalan dan daya tanggap pegawai berperan dalam mengurangi waktu, kesulitan, dan ketidakpastian selama transaksi. Pelayanan yang

tepat serta respons yang cepat terhadap kebutuhan atau keluhan membuat nasabah merasa bahwa bank mampu memberikan dukungan secara konsisten. Jaminan dan empati juga menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan. Kompetensi pegawai, kejelasan informasi, dan kemampuan memberikan rasa aman dapat mengurangi kekhawatiran nasabah dalam menyimpan dana. Sementara itu, perhatian terhadap kebutuhan individual membuat nasabah merasa dihargai, bukan hanya diperlakukan sebagai pengguna layanan. Karena itu, peningkatan jaminan dan empati dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank.

Temuan ini sesuai dengan teori Parasuraman et al. (1988) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terbentuk dari kesesuaian antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima. Ketika pengalaman pelayanan memenuhi harapan, nasabah cenderung memberikan penilaian positif dan mempertahankan penggunaan layanan tersebut. Pendapat Kotler (2016) juga menegaskan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, tepat, dan profesional mampu menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa. Dalam perspektif Islam, pelayanan yang baik berkaitan dengan nilai keadilan, kebaikan, amanah, dan tanggung jawab sebagaimana terkandung dalam QS. An-Nahl [16]: 90. Nilai tersebut dapat diterapkan melalui pelayanan yang jujur, santun, tidak diskriminatif, serta memperhatikan kepentingan nasabah. Dengan demikian, pelayanan di bank syariah tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan operasional, tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip etika syariah.

Bagi nasabah, kualitas pelayanan yang baik memberikan kenyamanan, kepastian, dan rasa aman dalam bertransaksi. Bagi bank, temuan ini menunjukkan perlunya meningkatkan kompetensi pegawai, kejelasan komunikasi, kecepatan penanganan keluhan, serta perhatian personal terhadap nasabah. Perbaikan pada aspek tersebut dapat memperkuat kepercayaan, menjaga loyalitas, dan meningkatkan kecenderungan nasabah untuk terus menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan Anwar (2023) dan Bella et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mendorong minat menabung melalui peningkatan kepuasan dan kepercayaan. Namun, hasil ini berbeda dengan Aulia et al. (2025), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan ketika dianalisis bersama literasi keuangan dan produk. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dapat berubah sesuai dengan karakteristik responden, kualitas produk, tingkat literasi, dan konteks pelayanan pada masing-masing bank.

Tingkat bagi hasil dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memengaruhi minat menabung nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan menabung tidak hanya terbentuk dari pertimbangan ekonomi, tetapi juga dari pengalaman nasabah saat berinteraksi dengan bank. Nasabah cenderung memilih bank yang mampu memberikan manfaat keuangan sekaligus pelayanan yang aman, mudah, dan dapat diandalkan.

Bagi hasil memberikan dorongan ekonomi karena nasabah memperoleh peluang keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Namun, daya tarik tersebut akan lebih kuat apabila bank menyampaikan mekanisme perhitungan secara jelas dan konsisten. Transparansi dapat mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan keyakinan bahwa dana dikelola secara adil dan sesuai dengan prinsip syariah. Kualitas pelayanan memperkuat pengaruh tersebut melalui pengalaman langsung nasabah. Pelayanan yang cepat, akurat, ramah, dan responsif membuat nasabah merasa nyaman saat melakukan transaksi. Kompetensi pegawai, kejelasan informasi, serta perhatian terhadap kebutuhan nasabah juga membentuk rasa

aman. Dengan demikian, sistem bagi hasil menciptakan manfaat ekonomi, sedangkan kualitas pelayanan memperkuat kepercayaan terhadap bank. Kedua variabel tersebut bekerja melalui mekanisme yang saling melengkapi. Tingkat bagi hasil yang menarik belum tentu mampu mempertahankan nasabah apabila pelayanannya lambat atau informasinya sulit dipahami. Sebaliknya, pelayanan yang baik dapat kehilangan daya tarik apabila mekanisme bagi hasil dianggap tidak jelas atau kurang sesuai dengan harapan. Minat menabung akan semakin kuat ketika nasabah memperoleh manfaat yang wajar dan pengalaman pelayanan yang positif secara bersamaan.

Temuan ini mendukung Antonio (2001) yang menempatkan keadilan dan transparansi sebagai dasar hubungan antara bank syariah dan nasabah. Hasil penelitian juga sesuai dengan Parasuraman et al. (1988) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terbentuk ketika layanan mampu memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, teori Maslow (1943) membantu menjelaskan bahwa menabung berkaitan dengan kebutuhan akan rasa aman. Rasa aman tersebut tidak hanya berasal dari tersedianya dana untuk masa depan, tetapi juga dari keyakinan bahwa bank mampu mengelola dana dan melayani nasabah secara profesional.

Secara deskriptif, kecenderungan nasabah untuk merekomendasikan BSI kepada orang lain menunjukkan adanya pengalaman yang cukup positif. Namun, minat untuk mencari informasi mengenai produk lain masih perlu diperkuat. Kondisi ini menunjukkan bahwa bank tidak cukup hanya mempertahankan nasabah yang sudah ada, tetapi juga perlu meningkatkan edukasi produk, komunikasi digital, serta penyampaian informasi yang mudah dipahami. Dalam perspektif syariah, pengelolaan harta secara bertanggung jawab berkaitan dengan upaya mempersiapkan kebutuhan masa depan sebagaimana nilai yang terkandung dalam QS. An-Nisa [4]: 9. Dalam konteks penelitian ini, sistem bagi hasil yang adil dan pelayanan yang amanah dapat mendukung keputusan nasabah untuk menyimpan dana secara lebih terencana.

Bagi nasabah, kombinasi bagi hasil dan pelayanan yang baik memberikan manfaat ekonomi, kenyamanan, serta rasa aman. Bagi bank, temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan minat menabung tidak cukup dicapai melalui penawaran nisbah semata. BSI KC Mataram Hasanuddin perlu menjaga transparansi dalam pembagian hasil, meningkatkan kompetensi pegawai, mempercepat penanganan keluhan, serta memperkuat edukasi produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan Azhar et al. (2023), Anisah dan Sunargo (2024), serta Anis dan Arfiansyah (2023) yang menunjukkan bahwa hasil dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dapat meningkatkan keputusan atau minat menabung. Kesamaan tersebut memperkuat bahwa strategi penghimpunan dana bank syariah perlu menggabungkan manfaat ekonomi dengan kualitas hubungan dalam pelayanan.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa bagi hasil dan kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan minat menabung nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin. Sistem bagi hasil yang adil, transparan, konsisten, dan sesuai dengan prinsip syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah, sementara kualitas pelayanan yang baik, didukung fasilitas yang memadai, pegawai yang andal dan responsif, serta perhatian terhadap kebutuhan nasabah dapat meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan layanan bank. Oleh karena itu, peningkatan minat menabung perlu dilakukan melalui penguatan transparansi sistem bagi hasil dan perbaikan berkelanjutan kualitas pelayanan.

PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Hasanuddin disarankan untuk meningkatkan transparansi informasi mengenai mekanisme bagi hasil serta memperkuat kualitas pelayanan,

hususnya kompetensi pegawai, jaminan keamanan, empati, dan penanganan keluhan. Pemerintah bersama OJK dan lembaga terkait juga diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan syariah, religiusitas, kepercayaan, promosi, dan layanan digital, serta memperluas jumlah cabang dan responden agar hasil penelitian lebih representatif.

Referensi

- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 352–365.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Anwar, M. K., Dairobi, & Hushila. (2024). Sosialisasi jenis-jenis akad dalam transaksi perbankan syariah di Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru, Kalimantan Selatan. *Ar-Rahman: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Azhar, I. A., Suprpto, R., & Fuad, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(1), 61–73.
- Bank NTB Syariah. (2025). *Laporan Tahunan 2024: Transformasi dan Kepercayaan Masyarakat NTB*. Mataram: PT Bank NTB Syariah.
- Bank Syariah Indonesia. (2025). *Laporan Publikasi Triwulan September 2025*.
- Dukcapil Nusa Tenggara Barat. (2025). *Data Kependudukan Berdasarkan Agama Provinsi NTB Semester II 2024*. Mataram: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil.
- Fajar Sodik, M., Akrom Hidayat, R., Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis pengaruh pengetahuan produk dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hijrah, Hidayah, A., Junaidi, & Putra, H. R. (2025). Literasi keuangan syariah di era digital dan tantangan teknologi dalam transformasi perbankan. *Al-Iqtishad: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 3(1), 43–48.
- Husna, N. (2021). Analisis pengaruh tingkat bagi hasil, inflasi, dan likuiditas terhadap deposito mudharabah pada Bank Umum Syariah Indonesia periode 2015–2019. *El Amwal*, 4(1).
- Irawan, H., Dianita, I., & Salsabila Mulya, A. D. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Asy-Syarikah*, 3(2), 147–158.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lukman, H. A. (2025). Pengaruh media promosi, kualitas pelayanan, dan penyediaan fasilitas terhadap kepuasan nasabah bank. *JESIL: Jurnal Ekonomi Syariah dan Industri Halal*, 2(1), 59–74.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers: Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasetyandari, C. W. (2022). Perbandingan Kinerja Keuangan Pt. Bank Syariah Indonesia, Tbk (BSI) Sebelum Dan Sesudah Di Merger. *Adl Islamic Economic*, 3(2), 135–142.
- Putricia, S. N., Choiriyah, C., & Muharir, M. (2021). Pengaruh bagi hasil pada produk

tabungan mudharabah terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP KM 6 Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2), 153–158.

- Radiansyah, M., & Munawaroh, M. (2025). Analisis literatur tentang efektivitas sistem bagi hasil dalam pembiayaan mudharabah pada perbankan syariah. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 90–103.
- Resty, M., & Tauhid, M. (2025). Analisis bentuk kepuasan nasabah dalam sistem bagi hasil tabungan mudharabah di Bank Syariah Indonesia Sangatta. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(3), 5956–5966.
- Sa'diyah, S. D. (2025). Pengaruh Overhead Cost, Risk Cost Dan Bagi Hasil DPK Terhadap Pendapatan Margin Murabahah (Pada Bank Muamalat Indonesia Periode 2014-2023) (*Doctoral dissertation*, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Susetyarsi, T., Heridiansyah, J., & Wibowo, P. A. (2022). Pengaruh Bagi Hasil, Produk, dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 202–213.
- Tuzuhro, F., & Rozaini, N. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah Diindonesia. *Peka*, 11(2), 78–87.
- Yudi, Y., & Nurnasrina, N. (2024). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(4), 81–84.