

PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH INDONESIA

Athirah Nisrina Fakhirah¹, Dessy Handa Sari², Ramli³

¹Mahasiswa Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

²Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

³Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

Athiranisrinaa@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of product and location towards customer interest in choosing Bank Syariah Indonesia at Bank Syariah Indonesia Soekarno Hatta Branch Office. This research uses quantitative descriptive research, the research location for this final assignment is Balikpapan City. This research used a sampling method with a total of 392 respondents who were customers of Bank Syariah Indonesia, who expressed their opinions in a research questionnaire as a data collection method. In processing the data, using Smart PLS application programs. The variables used are product (X1), location (X2), and customer interest (Y). The data analysis techniques used are descriptive data analysis, validity and reliability testing, hypothesis testing and the influence between variables. The result of this research is Product (X1) has a positive impact to the Customer Interest (Y), and Location (X2) has the same positive impact to the Customer Interest (Y) variable.

Keywords: Product, Location, Interest, Syaria Bank.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari produk dan lokasi terhadap minat nasabah memilih Bank Syariah Indonesia pada Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Soekarno Hatta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, lokasi penelitian tugas akhir ini berada pada Kota Balikpapan. Penelitian ini menggunakan metode sampling dengan total 392 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, yang menuangkan pendapatnya pada sebuah angket penelitian sebagai metode pengumpulan data. Pengolahan data menggunakan bantuan program dari aplikasi SmartPLS 3.0. Variabel yang digunakan produk (X1), lokasi (X2), dan minat nasabah (Y). Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif data, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis dan pengaruh antara variabel. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa variabel Produk (X1) secara parsial berpengaruh secara positif terhadap variabel Minat Nasabah (Y), dan variabel Lokasi (X2) secara parsial juga terbukti berpengaruh secara positif terhadap Minat Nasabah (Y).

Kata kunci: Produk, Lokasi, Minat, Bank Syariah.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Perbankan merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang keuangan, sebagian besar pekerjaannya adalah menerima simpanan masyarakat berupa tabungan, giro, deposito serta merupakan pusat dari sistem keuangan pada seluruh negara karena eksistensinya yang menjadi wadah terbesar dalam penyimpanan dana oleh masyarakat perseorangan, lembaga usaha milik negara maupun swasta, serta badan pemerintahan [1]. Seiring perkembangan zaman, lembaga keuangan perbankan yang umum diterapkan dan sangat diminati dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara Indonesia adalah Bank Konvensional dan Bank Syariah (Rusdi dkk., 2019). Bank syariah merupakan suatu organisasi yang bergerak dalam bidang keuangan dengan tidak mengambil keuntungan berdasarkan konsep bunga, mengikuti kaidah dan prinsip syariat Islam, serta merumuskan produk dan jasa yang berpedoman Al-qur'an serta hadist Nabi SAW (Masruron & Safitri, 2021).

Tabel 1 Jumlah Rekening Bank Umum Syariah

Jumlah Rekening Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah				
Tipe	2020	2021	2022	2023
Dana Pihak Ketiga	30.244.128	34.917.852	42.272.480	45.641.836
Pembiayaan	4.798.781	4.963.426	5.486.015	5.639.821

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2024) data diolah kembali

Data diatas menunjukkan bahwa kebutuhan akan perbankan syariah semakin berkembang. Hal ini terdapat pada peningkatan jumlah kepemilikan rekening dana pihak ketiga (DPK) sebesar 50,91% dan rekening pembiayaan sebesar 17,52% sejak tahun 2020 hingga 2023. Hal ini merupakan fakta seiring berjalannya waktu, masyarakat yang memiliki minat untuk menggunakan dan memilih produk dari bank syariah semakin bertambah. Minat nasabah merupakan hal penting karena menjadi dasar dalam perkembangan bank syariah di Indonesia (Sultania, 2019). Dalam meningkatkan minat nasabah terdapat lokasi yang merupakan hal penting karena akan mempengaruhi potensi pengumpulan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat [5]. Lokasi merupakan letak posisi berdirinya suatu usaha untuk melakukan kegiatan operasional dalam menawarkan produknya (Halim dkk., 2021:8). Produk adalah hal fundamental sebagai representasi dari barang/jasa yang akan ditawarkan kepada pembeli [7]. Produk yang efisien dapat menarik perhatian pengguna serta meningkatkan minat nasabah untuk memiliki produk pada suatu bank (Hidayati & Nurfitriani, 2021).

Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Sudirman 2 pada bulan November tahun 2023 melakukan perpindahan menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Soekarno Hatta dikarenakan sebelumnya beroperasi pada satu wilayah yang sama dengan kantor cabang BSI lainnya. Hal ini terjadi sebab sebelum diberlakukannya mergerisasi kedua cabang tersebut merupakan kompetitor yaitu representasi dari Bank BRI Syariah dan Bank BNI Syariah. Direktur utama BSI Hery Gunardi menyatakan bahwa penetapan lokasi kantor cabang BSI yang berdekatan dinilai tidak efektif karena terdapat kantor cabang yang berhadapan dan bersampingan. Oleh karena itu, ia menyimpulkan bahwa diperlukannya penataan ulang dari penyebaran kantor cabang Bank Syariah Indonesia (Finansialbisnis.com, 2021). Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Soekarno Hatta memutuskan untuk pindah guna menjangkau nasabah sekitar, hal ini didukung dengan tidak terdapatnya kantor cabang Bank BSI pada wilayah tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh positif produk terhadap minat nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia.
2. Mengetahui pengaruh positif lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia.

1.4. Penelitian Terdahulu

Produk, lokasi dan minat nasabah merupakan tiga hal yang telah diteliti beberapa kali namun hasil penelitian yang diperoleh memiliki pernyataan yang berbeda-beda. Salah satu peneliti yang mengkaji tentang pengaruh produk serta lokasi terhadap minat nasabah adalah Hidayati & Nurfitriani (2021) dengan hasil yang menyatakan bahwa produk mempunyai dampak positif serta signifikan terhadap minat. Sedangkan Bhakti & Diana (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa produk tidak memiliki pengaruh pada minat nasabah.

Pada aspek lokasi juga ditemukan beberapa penelitian yang menghasilkan kesimpulan berbeda-beda. Pada penelitian yang dilakukan oleh Papatungan dkk., (2021) diperoleh pernyataan yang menghasilkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap minat, dimana hal tersebut berlawanan dengan penelitian oleh Arfiani & Yusuf (2022) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh positif aspek lokasi terhadap minat nasabah.

Berdasarkan kajian ulang dari penelitian-penelitian tersebut dapat diketahui bahwa hingga saat ini masih terdapat *Gap Research* atau kesenjangan penelitian pada aspek produk, lokasi dan minat nasabah. Keempat penelitian sebelumnya turut menggunakan metode penelitian kuantitatif, namun memiliki perbedaan pada teknik analisis data yaitu analisis regresi linier sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis SEM-PLS. Perbedaan lainnya juga terdapat pada aspek penelitian lainnya berupa *personal selling* dan pelayanan, serta objek penelitian yang turut berbeda yaitu bank konvensional dan bank pembiayaan, sedangkan penelitian ini fokus pada bank syariah.

1.5. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengkaji hubungan variabel Produk (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel Minat Nasabah (Y) dalam memilih Bank Syariah Indonesia. Pada masing – masing variabel terdapat indikator yang diperlukan untuk mengukur variabel, seperti Produk (X1) memiliki indikator Manfaat (X1.1), Keberagaman (X1.2), Mampu Bersaing (X1.3), Kemudahan (X1.4), Prinsip Syariah (X1.5), Berkualitas (X1.6). Lokasi memiliki indikator Terjangkau (X2.1), Strategis (X2.2), Area Parkir (X2.3), Sarana dan Prasarana (X2.4) dan Minat Nasabah (Y) memiliki indikator Ketertarikan (Y1.1), Keinginan (Y1.2), Keyakinan (Y1.3).

1.6. Hipotesis Penelitian

H1: Variabel produk berpengaruh secara positif terhadap variabel minat nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia.

H2: Variabel Lokasi berpengaruh secara positif terhadap variabel Minat Nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia.

2. Metodologi

2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dikaji dan dilakukan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu Balikpapan Soekarno Hatta yang terletak di jalan Soekarno Hatta, Kelurahan Batu Ampar, Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu lima bulan yaitu pada bulan Februari hingga bulan Juli tahun 2024.

2.2. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dari objek penelitian ini ialah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Soekarno Hatta, yang diambil sampelnya

menggunakan teknik *slovin* dan menghasilkan representasi sebanyak 392 responden. Teknik dalam menghimpun data pada penelitian ini adalah menggunakan data primer berupa kuesioner yang menuangkan pendapat nasabah BSI.

2.3. Metode Analisis Data

Teknik atau mekanisme dalam melakukan kajian data dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan model persamaan *Partial Least Square* (PLS). PLS melakukan pengujian model pengukuran (*outer model*) dengan uji validitas dan uji reliabilitas, serta pengujian model struktural (*inner model*) yaitu analisis *R-Square* serta *path coefficient*.

3. Hasil dan Pembahasan

Peneliti melakukan beberapa analisis pada penelitian ini berupa uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, uji reliabilitas, analisis *R-Square* dan analisis *path coefficient*.

Tabel 2 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Batasan Nilai <i>Outer Loading</i>	Keputusan Uji
Produk	Item 1	0,715	0,6	Valid
	Item 3	0,719	0,6	Valid
	Item 4	0,718	0,6	Valid
	Item 5	0,754	0,6	Valid
	Item 6	0,795	0,6	Valid
	Item 7	0,743	0,6	Valid
	Item 8	0,783	0,6	Valid
	Item 9	0,799	0,6	Valid
	Item 10	0,737	0,6	Valid
	Item 11	0,789	0,6	Valid
	Item 12	0,763	0,6	Valid
	Lokasi	Item 1	0,752	0,6
Item 2		0,763	0,6	Valid
Item 4		0,794	0,6	Valid
Item 5		0,774	0,6	Valid
Item 6		0,809	0,6	Valid
Item 7		0,820	0,6	Valid
Item 8		0,806	0,6	Valid
Item 9		0,800	0,6	Valid
Minat Nasabah		Item 1	0,786	0,6
	Item 2	0,831	0,6	Valid
	Item 3	0,783	0,6	Valid
	Item 4	0,845	0,6	Valid
	Item 5	0,812	0,6	Valid
	Item 6	0,817	0,6	Valid

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Tabel 3 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Nilai AVE	Batasan Nilai AVE	Keputusan Uji
Produk	0,572	0,5	Valid
Lokasi	0,624	0,5	Valid

Minat Nasabah	0,660	0,5	<i>Valid</i>
---------------	--------------	-----	--------------

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Setelah dilakukannya uji validitas konvergen setiap *item* dinyatakan valid sebab nilai *outer loading* keseluruhan melampaui batasan 0,6. Nilai *Average Varians Extracted* (AVE) setiap variabel turut dinyatakan valid karena mencapai skor diatas 0,5.

Tabel 4 Uji Validitas Diskriminan

Pengukur Konstruk	<i>Cross Loading</i>		
	Produk	Lokasi	Minat Nasabah
P1	0,715	0,563	0,605
P3	0,719	0,543	0,613
P4	0,718	0,588	0,575
P5	0,754	0,590	0,639
P6	0,795	0,573	0,679
P7	0,743	0,571	0,638
P8	0,783	0,613	0,629
P9	0,799	0,611	0,637
P10	0,737	0,522	0,546
P11	0,789	0,633	0,649
P12	0,763	0,584	0,622
L1	0,555	0,752	0,522
L2	0,573	0,763	0,525
L4	0,616	0,794	0,517
L5	0,606	0,774	0,534
L6	0,653	0,809	0,584
L7	0,613	0,820	0,578
L8	0,616	0,806	0,577
L9	0,621	0,800	0,607
M1	0,646	0,549	0,786
M2	0,699	0,593	0,831
M3	0,627	0,570	0,783
M4	0,682	0,593	0,845
M5	0,656	0,544	0,812
M6	0,696	0,586	0,817

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Pada penyajian data uji validitas diskriminan terdapat pengujian *cross loading* yang dapat membuktikan seluruh *item* adalah *valid*. Hal ini dikarenakan nilai masing-masing pengukur konstruk memiliki angka tertinggi pada pengujian dengan konstraknya itu sendiri.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Batasan Nilai Reliabilitas	Keputusan Uji
Produk	0,925	0,926	0,7	<i>Valid</i>
Lokasi	0,914	0,915	0,7	<i>Valid</i>
Minat Nasabah	0,897	0,898	0,7	<i>Valid</i>

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel dapat diandalkan dan teruji reliabilitasnya, hal ini didasari pada nilai variabel yang melampaui batasan nilai *reliable* dengan skor uji diatas nilai 0,7.

Tabel 6 Analisis R-Square

Variabel	R-Square (R ²)
Minat Nasabah	0,689

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Minat nasabah memiliki hasil uji sebesar 0,689 > 0,67 dimana pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen pada penelitian ini kuat (*strong*). Produk dan lokasi mempengaruhi 69% minat nasabah, 31% dipengaruhi variabel yang tidak diteliti.

Tabel 6 Analisis Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	T-Statistic (O/STDEV)	P- Values	Hasil
Produk (X1) > Minat Nasabah (Y)	0,686	12.373	0.000	Diterima
Lokasi (X2) > Minat Nasabah (Y)	0,178	3.123	0.001	Diterima

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Original sample produk dan lokasi menunjukkan angka positif sebesar 0,686 dan 0,178 yang mengartikan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap minat nasabah. T-Statistics dan P-Values keduanya menunjukkan skor diatas standar yaitu T-Statistics > 1,64 dan P-Values < 0,005 mengartikan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk memiliki pengaruh secara positif terhadap Minat Nasabah. Variabel lokasi turut memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Produk yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan serta lokasi yang strategis dan terjangkau akan meningkatkan minat nasabah dalam memilih sebuah bank untuk melakukan transaksi..

5. Saran

Penelitian selanjutnya yang memiliki pembahasan relatif diharapkan dapat dikembangkan dengan wadah studi kasus yang berbeda untuk menguatkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, serta mengembangkan lingkup penelitian dengan menambahkan variabel lainnya.

6. Ucapan Terimakasih

Terimakasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Balikpapan, Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Soekarno Hatta, Ibu Dessy Handa Sari, S.E., M.M. dan Bapak Ramli, S.E., M.M. selaku pembimbing yang memberikan arahan, serta semua pihak yang dilibatkan dalam pembuatan tugas akhir ini.

Daftar Pustaka

- [1] B. Simatupang, "Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia," *J. Ris. Akunt. Multiparadigma*, vol. 6, no. 2, p. 136, 2019, doi: 10.62214/jaw.v1i2.138.
- [2] M. Rusdi, Sunarti, and N. Fadillah, "Perbankan Konvensional Versus Perbankan Syariah dalam Realitas Sosiologisnya," *J. Publ.*, vol. 1, no. 1, p. 3, 2019.
- [3] M. Masruron and N. Safitri, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19," *J. Al Birru*, vol. I, no. 1, p. 3, 2021.
- [4] V. Sultania, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati," (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Jakarta), 2019.

- [5] A. Kaukab, “Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk Dan Religius Stimuli Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo,” (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Palopo), Palopo, 2021.
- [6] F. Halim *et al.*, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [7] A. Aziz, *Manajemen Produk Efektif dan Efisiensi Produk*. Eureka Media Aksara, 2022.
- [8] Hidayati and Nurfitriani, “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia Kcp Polewali,” *J. Manaj. dan Perbank. Syariah*, vol. 3, p. 132, 2021, doi: 10.35905/banco.v3i2.5223.
- [9] Finansial.bisnis.com, “BSI (BRIS) Mau Tutup 60 Kantor Cabang di 2022. Ini Alasannya,” <https://finansial.bisnis.com/read/20211102/90/1460944/bsi-bris-mau-tutup-60-kantor-cabang-di-2022-ini-alasannya>. Accessed: Feb. 11, 2024. [Online]. Available: <https://finansial.bisnis.com/read/20211102/90/1460944/bsi-bris-mau-tutup-60-kantor-cabang-di-2022-ini-alasannya>

Artikel ini telah direvisi dan disetujui oleh pembimbing 1 & 2:

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dessy Handa Sari, S.E., M.M.

Ramli, S.E., M.M.
