



Journal of Sharia and Law

Rusli, Hotna, Diana : *Pengaruh Strategi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*

Journal of Sharia and Law

Vol. 2, No. 1 Januari 2023, h. 264-276

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM.

15 Pekanbaru, Riau. Website: [https://jom.uin-](https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login)

[suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login](https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login).

E-ISSN: 2964-7636

PENGARUH STRATEGI TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DI BANK SYARIAH

Rusli Effendi¹

¹Sekolah Tinggi Agama Islam Ar-Ridho Bagansiapiapi

¹E-mail: ruslieffendineu@gmail.com

Hotna Sari²

²Sekolah Tinggi Agama Islam Ar-Ridho Bagansiapiapi

²E-mail: hotnasari703@gmail.com

Diana Fitri³

³Sekolah Tinggi Agama Islam Ar-Ridho Bagansiapiapi

³E-mail: dianafitripit@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkurangnya jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Bagan Siapiapi dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Selain itu terdapat kegagalan kerjasama antara Bank Syariah Mandiri dengan pihak lain. Padahal Bank Syariah Mandiri telah berusaha menjalankan strategi dalam operasional termasuk promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi Bank Syariah Mandiri terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan korelasi (Uji t). Populasi dalam penelitian ini yakni berjumlah 5.000 orang nasabah. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 orang nasabah yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*, Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi, angket dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi Bank Syariah Mandiri terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi yaitu sebesar 0,690 dengan kategori kuat. Dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 2,842.

Kata Kunci: strategi, bank syariah mandiri, minat menabung nasabah

Abstract

The background of this research is the decrease in the number of customers of Bank Syariah Mandiri KCP Bagan Siapiapi in the last three years. In addition, there was a failure of cooperation between Bank Syariah Mandiri and other parties. Even though Bank Syariah Mandiri has tried to carry out operational strategies including promotions. This study aims to determine the effect of Bank Syariah Mandiri's strategy on customers' interest in saving at Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi. This research is field research (field research) using a quantitative approach using correlation (t-test). The population in this study is 1000 customers. While the sample in this study amounted to 90 customers who were determined using the Slovin formula. Sampling in this study used incidental sampling techniques. Data collection was carried out using observation, questionnaires, and documentation. The results showed that there was a significant influence between Bank Syariah Mandiri's strategy on the interest in saving customers at Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi, which was 0.690 in the strong category. With the calculated t value greater than the t table value of 2.842.

Keywords: strategy, independent Islamic bank, customer's interest in saving

PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang mempunyai fungsi utamanya adalah menerima simpanan uang, meminjam uang, dan jasa pengiriman uang.¹ Kegiatan operasional perbankan kemudian berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang yang sekarang disebut dengan kegiatan simpanan. Uang yang disimpan oleh masyarakat pada Bank dipinjamkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkannya. Jasa-jasa Bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam.

Bank berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpin dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998. Tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Lembaga keuangan Syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam

¹ Zulkifli Rusby, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan FAI UIR, 2015), h.6.

²Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Syarih*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.11.

operasionalnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Penerapan prinsip Islam inilah yang membedakan lembaga keuangan Syariah dengan lembaga keuangan konvensional lainnya, yaitu dengan sistem bagi hasil. Bukan hanya berdimensi materi yaitu juga imateril karena akan berdampak pada pertanggung jawaban seseorang di dunia dan di akhirat kelak.

Bank Syariah adalah Bank yang sistem perbankanannya menganut prinsip-prinsip dalam Islam. Bank Syariah merupakan Bank yang diimpikan oleh para umat Islam. Selanjutnya para pakar memberikan pendapatnya mengenai pengertian Bank Syariah di bawah ini.³

Pada umumnya lembaga keuangan di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua, yaitu perbankan konvensional dan perbankan Syariah. Bank Syariah merupakan suatu lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak lain yang membutuhkan dana. Peran Bank Syariah menjadi sangat sentral karena disini penghimpunan dana haruslah seimbang dengan dana yang disalurkan.

Penerapan bukan hanya ditujukan untuk meningkatkan jumlah penjualan, akan tetapi juga perlu memperhatikan peningkatan minat menabung masyarakat. Bank memiliki beberapa sarana yang dicapai salah satunya adalah memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangan.

Pada kenyataannya, Masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa menabung di Bank Syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang operasional dari lembaga keuangan Syariah. Munculnya Bank konvensional yang lebih banyak daripada Bank Syariah juga dapat menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang menabung di Bank Syariah. Minat merupakan salah satu hal yang penting bagi sektor perbankan. Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata minat memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.⁴ Hal ini menjadi sebuah landasan penting untuk mencapai keberhasilan sesuatu karena dengan adanya minat, seseorang menjadi termotivasi tertarik untuk melakukan sesuatu.⁵ Minat adalah satu keadaan motivasi, atau satu set motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 7.

⁴ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Depdiknas, 2001), h. 744.

⁵ Hermanto blogs, *Tinjauan Tentang Minat*, <http://eprints.uny.ac.id/9696/3/Bab%20%20-08108249144.pdf>, diakses tanggal 08 Agustus Tahun 2022, Pukul 10:30

Namun di Rokan Hilir khususnya di Bagansiapiapi banyak masyarakat yang belum mengetahui bank syariah disebabkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah dan juga karena jarang membaca melihat informasi tentang bank syariah. Berikut ini adalah data jumlah nasabah Bank 3 tahun belakangan :

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2020	7000
2	2021	6500
3	2022	5000

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nasabah Bank Mandiri Syariah tahun 2020 berjumlah 7.000 orang. Nasabah pada tahun 2021 berjumlah 6.500 orang dan nasabah pada tahun 2022 berjumlah 5.000 orang. Artinya terjadi penurunan jumlah nasabah setiap tahunnya pada tiga tahun terakhir ini. Padahal Bank Syariah Mandiri merupakan satu-satunya Bank yang berbasis Syariah di Bagansiapiapi. Bank Syariah Mandiri terletak di Jalan Mawar Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. Jika pada Bank konvensional sistem yang diterapkan sistem konvensional, apabila dibandingkan dengan sistem yang ada pada Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi sistem yang digunakan adalah sistem yang pada dasarnya dijalankan secara Syariah yaitu dengan dua jenis tabungan antara lain jenis tabungan wadiah dan jenis tabungan wakiah yang pada prosesnya pada setiap dilakukannya pinjaman diberlakukan akad yang dilakukan antara pihak bank dan nasabah.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan diketahui bahwa peta kinerja pegawai Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan kinerja yang sudah maksimal. Pegawai Bank Syariah Mandiri telah berupaya semaksimal mungkin memberikan kontribusi yang terbaik untuk kemajuan Bank Syariah Mandiri. Selain dari telah maksimalnya sistem dan kinerja Bank Syariah Mandiri, disisi lain juga terlihat terdapat banyak permasalahan yang terjadi dalam aktivitas operasional pada bank tersebut, seperti semakin berkurangnya minat para nasabah dan minimnya kemauan nasabah untuk menabung, serta belum maksimalnya strategi peningkatan minat menabung yang dilakukan Bank Syariah Mandiri.

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam terkait pengaruh strategi Bank Syariah Mandiri terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi Bank Syariah Mandiri terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi.

Tinjauan Literatur

Definisi Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁶ Selain itu menurut WJS. Poerwardaminta berpendapat bahwa pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain.⁷

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu yang ikut membentuk sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berpengaruh terhadap orang lain.

Strategi Bank Syariah

Strategi secara etimologi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai “komandan militer” pada zaman demokrasi Athena. Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya kesemuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien, diantara para ahli yang merumuskan tentang definisi strategi tersebut salah satu proses dimana untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran.

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.⁸

Strategi adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan serta pemakaian cara-cara dan alokasi sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.⁹ Strategi juga bisa diartikan sebagai pemimpin, yaitu suatu yang dikerjakan oleh para pengusaha dalam membuat rencana untuk menghadapi persaingan dan memenangkan pangsa pasar di

⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Op.Cit*, h. 849.

⁷ Poerwardarminta W J S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h. 731.

⁸ David dan Wheelen Thomas L, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Jati Miko, RD, 2003), h. 60.

⁹ Supriono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1985), h.8.

dunia ekonomi.¹⁰

Adapun menurut Drs. Ismail, dalam bukunya bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan.¹¹ Sedangkan Menurut Dahlan Siamat bahwa fungsi bank pada umumnya sebagai tempat penghimpunan dana dari masyarakat yang aman dan terpercaya,¹² Bank memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Penghimpun dana

Untuk menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dana maka bank memiliki beberapa sumber yang secara garis besar ada tiga sumber, yaitu: (1) dana yang bersumber dari Bank sendiri yang berupa setoran modal waktu pendirian; (2) dana yang berasal dari masyarakat luas yang dikumpulkan melalui usaha perbankan seperti usaha simpanan giro, deposito dan tabanas; dan (3) dana yang bersumber dari Lembaga Keuangan yang diperoleh dari pinjaman dana yang berupa *Kredit Likuiditas* dan *Call Money* (dana yang sewaktu-waktu dapat ditarik oleh Bank yang meminjam) dan memenuhi persyaratan. Mungkin Anda pernah mendengar beberapa Bank dilikuidasi atau dibekukan usahanya, salah satu penyebabnya adalah karena banyak kredit yang bermasalah atau macet.

2. Penyaluran dana

Dana yang terkumpul oleh bank disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit, pembelian surat-surat berharga, dan pemilikan harta tetap.

3. Pelayanan Jasa

Bank dalam mengemban tugas sebagai “pelayan lalu lintas pembayaran uang” melakukan berbagai aktivitas kegiatan antara lain pengiriman uang, inkaso, cek wisata, kartu kredit dan pelayanan lainnya.

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Syariah dapat diartikan sebagai aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk dipatuhi oleh umatnya dalam menjalankan kehidupan di dunia.

Sehingga dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan syariat Islam. Usaha yang

¹⁰ Imam Nawawi, *Manajemen Strategi Sektor Publik*, (Jakarta: CV. Dwi Pustaka Jaya, 2010), h.3.

¹¹ Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Kencana Media Group, 2010), h. 97.

¹² Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan* (Jakarta :Intermedia, 1995), h. 77-79.

dilakukan oleh bank syariah meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana dalam bentuk kredit, dan memberikan jasa bank lainnya yang dibenarkan oleh Islam. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok Bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung.

Berdasarkan *Handbook of Islamic Banking* dalam bank syariah, tujuannya adalah sebagai, tujuan perbankan Islam yaitu sebagai penyedia fasilitas keuangan dengan cara mengusahakan instrumen-instrumen keuangan yang sepadan dengan ketentuan dan norma Syariah. Sangat berbeda jika dengan bank konvensional, pada bank syariah tidak mempunyai tujuan untuk memaksimalkan keuntungannya seperti halnya pada sistem perbankan yang berdasarkan bunga, tetapi tujuan bank syariah adalah untuk memberikan keuntungan sosial ekonomi untuk orang-orang muslim.¹³

Adapun strategi bank syariah menurut Heri Sudarsono yang dikutip dari Lembaga Keuangan Syariah Zulkifli Rusbi yang perlu kita perhatikan, yaitu: sosialisasi bank syariah yang bukan dari produknya tapi juga system yang digunakan. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan informasi melalui media masa. Selain itu, bank syariah juga bisa bersosialisasi melalui bekerja sama dengan lembaga pendidikan atau non-pendidikan yang mampu menyaingi dan relevan dengan visi dan misi Bank Syariah.¹⁴

Dalam bisnis yang berbasis Syariah, Nabi Muhammad SAW bisa menjadi teladan bagaimana merintis, mengelola dan mengembangkan bisnis secara lurus dan bersih. Rasulullah adalah pebisnis yang jujur, adil, dan beliau tidak pernah mengecewakan pelanggan, karena beliau selalu menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Nabi Muhammad menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Beliau melaksanakan prinsip manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan (*consumer satisfaction*), pelayanan yang unggul (*service excellence*), kemampuan, efisiensi, transparansi (kejujuran), persaingan yang kompetitif.

Strategi lain yang dapat dilakukan oleh bank syariah yaitu meningkatkan pengetahuan nasabah, mempromosikan bank, pemasaran produk dana dan jasa bank, peningkatan reputasi, pemberdayaan teknologi bank.

Minat Menabung

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.¹⁵ Minat juga biasa diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri

¹³ <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/09/pengertian-bank-syariah-sejarah-fungsi-tujuan-ciri-jenis-produk.html>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2022 pukul 10:00

¹⁴ Zulkifli, *Op.Cit*, h. 63

¹⁵ Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h. 65.

dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹⁶ Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan menurut Badudu dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di Bank,¹⁷

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tak diinginkan. Minat juga dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Bentuk minat menabung dengan kata lain minat dapat menjadi sebab suatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut.¹⁸

Dimensi Minat menabung dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1. Minat *transaksional* yaitu kecenderungan seseorang untuk memilih produk.
2. Minat *refrensional* yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah disukainya, agar juga digunakan oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya.
3. Minat *prefrensi* yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat *eksploratif* minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung.¹⁹

Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain :

1. Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu obyek.

¹⁶ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005), h. 859.

¹⁷ Badudu J.S dan Zain, Sutan Mohammad, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), h. 89.

¹⁸ Crow dan Crow, Alice Crow, Lester D. Crow. 1984. *Psikologi Pendidikan*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu. 1984), h. 351.

¹⁹ Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), h. 192.

2. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu obyek.
3. Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan obyek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat timbul dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh obyek yang dimaksud. Informasi yang diberikan dapat berasal dari pengalaman, media cetak, media elektronik.
2. Memberikan rangsangan, dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu yang berkaitan dengan obyek

Mendekatkan individu terhadap obyek, dengan cara membawa individu kepada obyek atau sebaliknya mengikutkan individu-individu pada kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh obyek yang dimaksud.

Terdapat beberapa penelitian lain terkait pengaruh strategi terhadap minat menabung nasabah, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Yulia Putri dkk, tahun 2019²⁰ yang berjudul Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas pada Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol.16, No. 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan religiusitas termasuk dalam kategori rendah, tetapi mengarah positif. Pengujian yang dilakukan secara parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Abdul Hadi Sukmana tahun 2022,²¹ dengan judul Pengaruh Strategi Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Bsi Mataram di jurnal Perbankan Syariah dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank BSI Mataram dengan nilai koefisien determinasi R Square = 0,596. Ini mengindikasikan bahwa 59,6% variasi dari variabel minat nasabah menabung

²⁰ Yulia Putri, "Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, Vol.16, No. 1.

²¹ Abdul Hadi Sukmana, "Pengaruh Strategi Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Bsi Mataram, dalam *Jurnal Perbankan Syariah* Vol 1, No 2 Desember 2022, pp. 26- 35 e-ISSN: 2962-2425.

(dipengaruhi) oleh produk, harga, promosi dan tempat. Jadi masih ada variabel bebas yang lain yang berpengaruh terhadap minat menabung yang tidak dimasukkan dalam model analisis. Besarnya variasi dari minat nasabah menabung yang dapat ditaksir oleh variabel lain adalah 40,4% Strategi pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi dan tempat semuanya secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Mataram. Ini menunjukkan bahwa makin baik produk, harga makin murah, promosi makin baik, dan tempat nya juga strategis menjadikan strategi pemasaran menjadi lebih baik dan masing-masing dapat meningkatkan minat menabung di Bank BSI Mataram.

Penelitian lainnya yaitu yang dilakukan oleh Desman Ruza pada tahun 2022,²² dengan judul Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam dalam jurnal JIMPAI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam yang diperoleh dari nilai t-hitung > t-tabel (2,838 > 1,99970), dengan signifikansi (0,000 < 0,05). Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Menabung Santri yang diperoleh dari nilai f-hitung > f-tabel sebesar (36,468 > 3,95), dengan tingkat signifikansi (0,000 > 0,05), hal ini menandakan bahwa H₀ ditolak sedangkan H₁ diterima. Sedangkan pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Promosi mempengaruhi Minat Menabung Santri sebesar 8,6% sedangkan sisanya adalah 91,4%. Minat Menabung Santri dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan demikian semakin besar tingkat Promosi terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam menimbulkan hubungan kerjasama yang baik untuk kedepannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan korelasi (Uji t). Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi dan dilakukan selama 4 (empat) bulan terhitung dari bulan Agustus 2022 sampai dengan November 2022.

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi dan objek penelitian ini adalah pengaruh strategi bank terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi yakni berjumlah 5000 orang nasabah. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 orang nasabah yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Pengambilan sampel ini dilakukan

²² Desman Ruza, "Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam", dalam *jurnal JIMPAI*, Vol 2 Nomor 2 tahun 2022.

dengan teknik *insidental sampling*, seperti yang dikemukakan, bahwa *insidental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.²³ Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi, angket dan dokumentasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara strategi Bank Syariah Mandiri terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi. Setelah peneliti melakukan analisis deskriptif selanjutnya peneliti menguji instrument untuk mengetahui kelayakan angket melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah mengolah data hasil dari penyebaran angket melalui SPSS di dapat hasil secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,205. Sedangkan untuk keseluruhan item pernyataan pada variabel Y juga dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,205. Setelah uji validitas dilakukan dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel.

Dari hasil pengujian korelasi uji t dengan menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa strategi Bank Syariah Mandiri berpengaruh terhadap minat menabung nasabah, dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,842 dengan sig 0,690. Hal ini berarti bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel strategi bank syariah mandiri berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. sementara dengan angka signifikansi sebesar 0,690, Sesuai dengan Teori Sugiyono dapat di disimpulkan pengaruh antara kedua variable dikategorikan sebagai kategori pengaruh yang kuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka secara garis besar didapat kesimpulan yaitu terdapat pengaruh positif antara strategi Bank Syariah Mandiri terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Bagansiapiapi. Hal tersebut terlihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,842 dengan sig 0,690. Hal ini berarti bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya strategi-strategi yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri telah dapat mempengaruhi

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Afabeta, 2011), h. 83.

minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri dengan kategori kuat.

REFERENSI

- Abdul Aziz. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah*. Skripsi. Semarang: Fakultas AIN salatiga. 2019.
- Abdul Hadi Sukmana, "Pengaruh Strategi Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Bsi Mataram, dalam *Jurnal Perbankan Syariah* Vol 1, No 2 Desember 2022, pp. 26- 35 e-ISSN: 2962-2425.
- Al-Imam Muslim. *Terjemah Hadis Shahih Muslim jilid i, II,III, &IV*. Jakarta: Klang Book Center. 2007.
- Al-Quran. Terjemahan. *Departemen Agama RI*. Bandung: CV Darus Sunnah. 2015.
- Asrifatul. Husna. *Strategi Pemasaran Produk Dana Dan Jasa Di Bank Syariah*. Skripsi. Semarang. Fakultas ekonomi dan bisnis AIN salatiga. 2019.
- Bygrave. *Entrepreneurship*. Jakarta: Binarupa Aksara. 1996.
- Desman Ruza, "Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam", dalam *jurnal JIMPAI*, Vol 2 Nomor 2 tahun 2022.
- Etta Mamang Sangadji, dan Sopiah. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI. 2010.
- Ferdinand. A. *Stryktural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi Ketiga. Fakultas Ekonomi UNDIP. 2002.
- Ferdinand Agusty. *Metode Penelitian Managemen*. Semarang, CV Indoprint. 2006.
- Gaffar. *Politik Indonesia Transisi Menuju Demokrasi*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta. 2009.
- Hanes.Hendri. *Strategi Pertumbuhan Bank di Era Ekonomi Digital*.<https://www.iaei-pusat.org/article/perbankan/strategi-pertumbuhan-Bank-Syariah-di-era-ekonomi-digital-?language=id>. tanggal 13 maret 2020.
- Hermanto.blogs.*Tinjauan Tentang Minat*,<http://eprints.uny.ac.id/9696/3/Bab%20%20-08108249144.pdf>. diakses tanggal 8 maret tahun 2020.
- Hermawan Kertajaya et al. *Syariah Marketing*. Bandung: PT.Mizan Pustaka. 2006.
- Imam Nawawi. *Manajemen Strategi Sektor Publik*. Jakarta: CV. Dwi Pustaka Jaya. 2010.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group. 2013.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Depdiknas.2001.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2010.

- Koentjaya Ningrat. *Metode Pendidikan Masyarakat*. Jakarta:1986
- Kotler Philip & Keller. *Marketing Manajemen*.New Jersey: Pearson Prentice Hall. 2009.
- Moormon and Miner. *Manajemen Pengawasan Perusahaan*. Jakarta: Kanaena. 2005.
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. 2001.
- Notoatmodjo.soekidjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*.Rineka Cipta:Jakarta. 2005.
- Poerwadarminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2006
- Suntoyo. *Metedeologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Rafika Aditama Anggota Ikapi. 2013.
- Supriono. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.1985
- Suryani. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta Graha Ilmu. 2008.
- Sumarwan. *Prilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.2013
- Suhaimi g` Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bima Aksara. 2010
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Afabeta. 2011.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Stanton. William J. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.1996.
- Tjiptono. *Kualitas Jasa, Pengukuran Keterbatasan dan Implikasi Manajemen*. Majalah Usahawan, No.3 Th.XXVII. 1999.
- TanioSutrisno.perilaku-konsumen-teori-ciri-ciri-dan-manfaat-perilaku-konsumen.<https://taniosutrisno.wordpress.com/2014/09/25/perilaku-konsumen-teori-ciri-ciri-dan-manfaat-perilaku-konsumen/>.Diakses tanggal 13 maret 2020.
- Veithzal Rifai. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama. 2012
- V.Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Widya.Novia. *Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan*.<https://www.jurnal.id/blog/perilaku-konsumen-pengertian-dan-faktor-yang-mempengaruhinya/>.Diakses pada tanggal 13 maret 2020.
- Yulia Putri, "Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, Vol.16, No. 1.
- zulkifli Rusby. *Lembaga Keuangan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan FAI IAR. 2015.