

**ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM PENGEMBANGAN  
BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS BANK SYARIAH  
INDONESIA KOTA MAKASSAR)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

Oleh:

**HAENUN NURJANNA**

**NIM : 105251101618**



27/12/2022

1 eq  
Snl. Alumnus

P/0086/MES/22 GP  
NuR  
a'

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**1444 H / 2022 M**



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221



### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara **Haenun Nurjanna**, NIM. 105 25 11016 18 yang berjudul “**Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar).**” telah diujikan pada hari Senin, 10 Muharram 1444 H./08 Agustus 2022 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

10 Muharram 1444 H.

Makassar, .....

08 Agustus 2022 M.

#### Dewan Penguji :

- Ketua : Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP. (.....)
- Sekretaris : Dr. Muhammad Ridwan, S. HL, M. HL. (.....)
- Anggota : Fakhruddin Mansyur, S.E.I., M.E.I. (.....)  
Mega Mustika, S.E.Sy., M.H. (.....)
- Pembimbing I : Dr. Muhammad Ridwan, S. HL, M. HL. (.....)
- Pembimbing II : Hasanuddin, S.E., Sy., M.E. (.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,



**Dr. Amirah Mawardi, S. Ag., M. Si.**  
NBM 774 234



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221



**BERITA ACARA MUNAQASYAH**

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Senin, 10 Muharram 1444 H./08 Agustus 2022 M, Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

**MEMUTUSKAN**

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Haenun Nurjanna**

NIM : 105 25 11016 18

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar).

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Sekretaris,

**Dr. Amirah Mawardi, S. Ag., M. Si.**  
NIDN. 0906077301

**Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.**  
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP.
2. Dr. Muhammad Ridwan, S. HI., M. HI.
3. Fakhruddin Mansyur, S.E.I., M.E.I.
4. Mega Mustika, SE.Sy., M.H.

Disahkan Oleh :

Dekan FAK Unisnuh Makassar,

**Dr. Amirah Mawardi, S. Ag., M. Si.**

NBM. 774 234



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar)

Nama : Haenun Nurjanna

NIM : 105251101618

Fakultas/Prodi : Agama Islam/ Hukum Ekonomi Syariah

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan di depan tim penguji ujian skripsi pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar,

1444 H  
2022 M

Disetujui Oleh,

Pembimbing I

**Dr. Muhammad Ridwan, SH.I.,MH.I**

NIDN: 0902048201

Pembimbing II

**Hasaquddin, SE.Sy.,ME**

NIDN: 0927128901

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haenun Nurjanna  
NIM : 105251101618  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Agama Islam  
Kelas : A

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 04 Rabi'ul-Awal 1444 H  
01 September 2022 M

Yang Membuat Pernyataan

Haenun Nurjanna  
105251101618

## ABSTRAK

**Haenun Nurjanna. 105251101618.** *“Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Indonesia Kota Makassar).”* Dibimbing oleh **Dr. Muhammad Ridwan, S.HI.,M.HI dan Hasanuddin, SE.Sy.,ME**

Penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi PT Bank syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar, pada lokasi tersebut mengambil data dengan menyebar kuesioner kepada 60 nasabah Bank Syariah Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode Smart PLS.2.0.M3. *Partial Least Square* (PLS).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penggabungan menjadi Bank syariah Indonesia dimana terjadi perubahan nama produk dan beberapa syarat serta ketentuan yang berlaku. Kunci utama minat nasabah adalah kekuatan dalam memengaruhi kepuasan konsumen dan kenyamanan seorang nasabah karena didalam setiap perusahaan memiliki etika terhadap tamunya atau nasabah baik dalam cara melayani maupun membantu melakukan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh minat nasabah terhadap pengembangan dalam Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.

**Kata Kunci:** Minat Nasabah, Bank Syariah, Pengembangan

## ABSTRACT

The research was conducted directly at the location of PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar, at that location took data by distributing questionnaires to 60 customers of Bank Syariah Indonesia. The research method used is quantitative using the Smart PLS 2.0.M3 Partial Least Square (PLS).

The results of this study indicate that there was a merger into Bank Syariah Indonesia where there was a change in the name of the product and several terms and conditions that apply. The main key to customer interest is the power in influencing customer satisfaction and comfort of a customer because every company has ethics towards its guests or customers both in how to serve and help make transactions. This study aims to determine and analyze whether there is an influence of customer interest on the development of Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.

Keywords: Customer Interest, Islamic Bank, Development

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil Alamin, segala puji dan syukur senantiasa saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat, rahmat dan petunjuk-Nya yang tiada batas kepada penulis sehingga penulis senantiasa diberikan kesabaran, kemudahan dan keikhlasan dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir yang merupakan syarat dan tahap yang harus terpenuhi untuk dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Agama Islam. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah SAW. Berserta seluruh keluarga, sahabat serta orang-orang yang selalu istikomah dijalan-Nya, berpegang teguh pada sunnah-Nya.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulusnya kepada dua sosok yang tidak pernah letih dalam mendoakan dan mendampingi penulis, serta memberikan dukungan baik secara moral maupun materil. Kedua sosok yang sangat penulis hormati dan cintai, Ayahanda Aminuddin Aco dan Ibunda Tuti Alwiyah, terima kasih atas segala pengorbanan yang telah ayah dan ibu lakukan dalam mendidik dan membesarkan penulis sehingga menjadi sosok yang ikhlas dan kuat dalam menjalani hidup. Terima kasih untuk selalu mengasihi dan mencintai penulis dalam setiap kondidi apapun. Semoga segala kerja keras yang ayah dan ibu curahkan bernilai ibadah dan Allah Subhanahu Wata'ala membelas kebaikan ayah dan ibu, aamiin Ya Rabbal aalamiin.

Teruntuk saudara dan saudari penulis, Tenry Wulandary dan Mahatir Muhammad serta saudara dan saudari ipar penulis, Makmur dan Nurul Jihan Yusuf terima kasih atas kepedulian serta kasih sayang yang kalian curahkan kepada penulis, terima kasih karena

tidak pernah absen untuk saling menjaga dan kebersamai di setiap permasalahan hidup. Semoga setiap Langkah kakak-kakak selalu diberikan perlindungan oleh Allah Subhanahu Wata'ala.

Selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari segala bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya;
2. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya;
3. Hasanuddin, SE.,Sy.ME. Selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar;
4. Dr. Muhammad Ridwan, S.HI., M.HI. Selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama penulis menempuh Pendidikan di perkuliahan.
6. Teruntuk Pembimbing I penulis, Dr. Muhammad Ridwan, S.HI., M.HI. terima kasih atas kesabaran, keikhlasan serta ketulusan dalam membimbing dan menasihati penulis, juga untuk *problem solving* yang bapak berikan atas semua permasalahan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas kebaikan beliau.
7. Teruntuk Pembimbing II penulis, Almarhumah Wahidah Rustam, S.Ag.,MH. terima kasih atas kesabaran, ketulusan serta semangat dalam membimbing penulis dalam keadaan sakit. Semoga Almarhumah mendapatkan tempat yang

terbaik disisi Allah Subhanahu Wata'ala aamiin Ya Rabbal aalamiin. Dan dipindah alihkan posisinya oleh Hassanuddin, SE.,Sy.ME. terima kasih juga telah membimbing penulis selama proses penyelesaian skripsi, juga untuk nasihat yang membangun. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas kebaikan beliau.

8. Direktur dan Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar yang telah memberikan penulis kesempatan untuk berdiskusi serta dapat melaksanakan penelitian dikantornya.
9. Apresiasi penulis berikan teruntuk dan terkhusus kepada satu-satunya teman setia penulis, tempat berbagi cerita dan saat ini tinggal hanya kenangan, Almarhum Andi Erlangga Hamzah, S.H. yang telah mendorong dan memotivasi penulis dalam mengumpulkan niat untuk menuntaskan skripsi ini, atas segala kerepotan yang penulis perbuat, juga selalu kebersamaan di setiap masalah yang penulis hadapi, semangat, perjuangan dan kesabaran Almarhum yang sangat luar biasa dalam menghadapi banyak hal membuat penulis termotivasi dalam menjalani hidup. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala senantiasa membalas kebaikan yang telah Almarhum berikan kepada penulis dan orang lain semasa hidupnya dan Semoga dianpuni segala dosa-dosanya, diberikan cahaya dalam kuburannya, dilapangkan kuburannya dan diberikan tempat yang terindah disisi Allah Subhanahu Wata'ala. Selamat jalan kesayangan penulis, Semoga kita bisa dipertemukan lagi disurganya Allah Subhanahu Wata'ala aamiin Ya Rabbal aalamiin, juga Teruntuk keluarga Almarhum, penulis sangat berterima kasih yang dari dulu dan sampai sekarang masih diperlakukan dengan sangat baik dan menerima penulis bagian dari keluarga. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala senantiasa membalas seluruh kebaikan orang tua Almarhum, saudara dan saudari Almarhum, aamiin Ya Rabbal aalamin.

10. Teruntuk saudara dan saudari sepupu penulis, Muhammad Kasasi, S.S, S.SI., S.H., M.H., Hardiyanti Amran, Hadijah Amran, S.H., Nurul Pratiwi Rahmadani, S.H., M.Kn., Agung Ramadhan Seli, S.H., Nurhaliza Amran dan Siti Nabila Putri, terima kasih yang selalu memberikan solusi, semangat serta mendo' akan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman Kelas HES A penulis, yang mempunyai Ketua Tingkat terbaik Hairul Rizal, S.H., dan Lutfiah Arfan, S.H., yang sudah menjaga amanahnya dengan sangat baik sampai akhir semester, juga perdebatan saat berdiskusi waktu semasa perkuliahan yang dipenuhi dengan ketegangan dan canda tawa. Alhamdulillah teman-teman kompak bisa sarjana tepat waktu dan Semoga setelah ini masing-masing dari kita bisa berhasil di bidangnya, Amin Ya Rabbal aalamiin.
12. Teruntuk sahabat setia penulis, dalam berproses dan berbagi ilmu serta bertukar cerita di bangku perkuliahan, Zulvianny, S.H., Dewi Ariska Damayanti, S.H., dan Nur Niftahuljannah, S.H., terima kasih atas kesetiaan, ketulusan, perjuangan, semangat serta canda tawa yang kalian berikan kepada penulis, juga selalu kebersamaian dan memberikan pencerahan disaat penulis *down* karena berita duka serta upayanya dalam membangkitkan semangat penulis untuk bisa lanjut mengerjakan skripsi yang sempat terjeda, Semoga Allah Subhanahu Wata'ala senantiasa membalas seluruh kebaikan kalian, Aamiin Ya Rabbal aalamiin.
13. Teman-teman Magang penulis, di Pengadilan Agama Maros, Usman Ali, S.H., Muhammad Natsir, S.H., Muhammad Safril, S.H., Yusril Yusuf, S.H., Rusdi, S.H., Dewi Ariska Damayanti, S.H., Anisa Bahar, S.H., Ayuni Rezkianty, S.H., dan Putri Anjarwati, S.H., terima kasih selalu kebersamaian dalam canda tawanya, berdiskusi dan menuntaskan kasus-kasus bersama Bapak Hakim

Harmoko Lestaluhu, S.H., M.HI., Selaku Pembimbing di Pengadilan Agama Maros selama dua bulan lamanya.

14. Teman-teman KKN penulis, di Desa Bone Kecamatan Bajeng, Koordinator Desa yang Masha Allah paling murah senyum, Muhammad Fathur Rizki, S.Pd., terkhususnya Nurul Pratiwi, S.Pd., dan Indah Magfirah, S.Pd., yang mampu diajak kerjasama dalam beralasan di posko, Ahmad Ikram, S.Pd., Muhammad Yusuf, S.H., Farid Risbahuddin, S.H., Iin Ardiana, S.Pd., Bela Arianti, S.Pd., Fadillah Astika Sombuo, S.Pd., Munira, S.Pd., Amriani, S.Pd., Nardayanti, S.H., Nuraeni, S.H., Zul Hijra, S.H., terima kasih atas kekonyolan, drama serta canda tawanya.

15. Sahabat pada masa SMA penulis, Andi Shafira Kumalasari, S.Ak., Nur Ifhany Khaerunnisa, S.H., Amelia Putri, Fany Febrianti, S.M. terima kasih atas semangat dan doa yang kalian berikan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama bagi pribadi penulis, Aamiin Ya Rabal aalamiin.

Makassar, 25 Juli 2022

Penulis

Haenun Nurjanna  
105251101618

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN TEORETIS</b>	
A. Kajian Teori.....	7
1. Minat Nasabah .....	7
2. Pengaruh Perilaku Konsumen.....	16
3. Bank Syariah Indonesia.....	28
B. Kerangka Pikir.....	36
C. Kerangka Konseptual Variabel.....	37
D. Hipotesis.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	39
1. Jenis Penelitian .....	39
2. Pendekatan Penelitian .....	39
3. Sumber Data .....	39
B. Lokasi dan Objek Penelitian .....	40
C. Variabel Penelitian .....	40
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	41
E. Populasi dan Sampel .....	42
F. Instrumen Penelitian .....	43
G. Teknik Pengumpulan Data .....	43
H. Teknik Analisis Data .....	45

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	47
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia .....	47
2. Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	55
3. Budaya Kerja PT Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	55
4. Kegiatan Operasional PT Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	56
5. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia dan Deskripsi Tugas .....	68
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
1. Analisis Data .....	73
2. Evaluasi Model Pengukuran .....	81
3. Evaluasi Model Struktural .....	86

4. Jawaban Hasil Penelitian.....	88
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	90
C. Rekomendasi .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 Kinerja 3 Bank Syariah dan Hasil Merger BSI.....	50
Tabel 4.3 Minat Nasabah .....	73
Tabel 4.4 Bank Syariah.....	74
Tabel 4.5 Pengembangan.....	75
Tabel 4.6 Overview.....	78
Tabel 4.7 Redudancy.....	78
Tabel 4.8 Crobachs Alpha.....	79
Tabel 4.9 Latent Variabel Correlation.....	79
Tabel 4.10 R Square.....	79
Tabel 4.11 AVE.....	80
Tabel 4.12 Commuality.....	80
Tabel 4.13 Total Effects.....	80
Tabel 4.14 Composite Reability.....	81
Tabel 4.15 Outher Loadings.....	83
Tabel 4.16 Overview.....	84
Tabel 4.17 Cross Loadings.....	85
Tabel 4.18 Latent Variable Correlations.....	86
Tabel 4.19 Path Coefficients.....	86
Tabel 4.20 R Square.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian .....	98
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 3 Data Kuesioner.....	104
Lampiran 4 Tabel Outer Loadings dan Path Coefficients .....	105
Lampiran 5 Tabel Of Contents.....	106
Lampiran 6 Dokumentasi .....	107



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap transaksi syariah serta dukungan pemerintah yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan perbankan di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah berperan sebagai fasilitator penyelenggaraan sistem perbankan di Indonesia pada seluruh aktivitas ekonomi dan perbankan. Keberadaan industri perbankan Syariah saat ini menunjukkan peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam tiga dekade ini, sedangkan Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan kerjasama, baik pada tingkat daerah maupun tingkat provinsi dan lintas internasional termasuk perbankan BUMN dan saat ini lebih dipadatkan organisasi perbankan syariah yang di kenal dengan Bank Syariah Indonesia (BSI).

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu identitas yaitu Bank Syariah Indonesia.<sup>1</sup> Penggabungan

---

<sup>1</sup> Sejarah Perseroan, "Perbankan Syariah", [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html), (1 Februari 2021).

ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Hal ini juga menjadi kebijakan pemerintah dan organisasi perbankan untuk menyetarakan kondisi ekonomi negara dan ekonomi luar negeri dengan fungsi pelayanan dari perbankan yang lebih sederhana dan memenuhi pelayanan global khususnya masyarakat muslim di Indonesia.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia dengan harapan bentuk praktek yang dilakukan dengan merujuk standar syariah Islam yang berdasar Al-Quran dan As-Sunnah serta bentuk kegiatan transaksi dengan tidak memunculkan unsur riba didalamnya. Dimana riba merupakan permasalahan penting dalam ekonomi Islam karena telah jelas dilarang dalam ajaran Islam. Bank Syariah menawarkan berbagai bentuk pelayanan untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi.<sup>2</sup>

Perkembangan industri perbankan berbasis syariah di Indonesia saat ini diarahkan dalam pemberian kemaslahatan yang besar bagi masyarakat dan secara optimal berkontribusi untuk ekonomi nasional. Memperhatikan pengembangan perbankan syariah tersebut maka peneliti memandang pengembangan minat masyarakat dalam memanfaatkan peran dan fungsi Bank Syariah Indonesia khususnya pada lokasi penelitian kami guna memperoleh satu karya ilmiah yang berpotensi memajukan perbankan syariah yang di dorong oleh minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah Indonesia sebagai kepercayaan dalam memanfaatkan fungsi pelayanan yang syariah.

---

<sup>2</sup> Ruslan A.G Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2013), h.27.

Pasca berlakunya UU Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (7) tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>3</sup> Dengan progres perkembangan yang kuat, pertumbuhan aset industri perbankan syariah lebih dari 65% per tahun pada lima tahun terakhir, sehingga peran industri perbankan disini diharapkan dapat mendukung perekonomian nasional.

Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan tidak mudah, khususnya dalam dunia perbankan. Persainag itu karena seluruh bank memasuki segmen pasar yang sama. Terlebih lagi banyaknya pesainagn dikalangan pebisnis yang berusaha untuk menonjolkan keistimewaan yang menjadi ciri khas perusahaan, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan. Untuk memunculkan image perusahaan yang baik dan menarik masyarakat, dibutuhkan adanya strategi pemasaran yang mampu memberikan respon positif terhadap keputusan konsumen dalam memberikan suatu produk.

Dengan menyesuaikan perkembangan dan kebutuhan masyarakat yang meningkat serta banyaknya masukan dari masyarakat khususnya masyarakat muslim, dunia perbankan terus mengalami perkembangan hal ini dapat dilihat dari bentuk dan unit usahanya serta inovasi dalam berbagai hal misalnya produk, prinsip serta operasional perbankan saat ini.

---

<sup>3</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Perbankan Syariah", [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), (7 November 2017).

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menjalankan aktivitas di bidang jasa berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia menyediakan beberapa produk yang menjawab kebutuhan nasabah, mulai dari produk pembiayaan, produk pendanaan dan jasa-jasa perbankan lainnya.

Adapun beberapa metode sehingga masyarakat minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu program internal perbankan melakukan evaluasi pelayanan dengan prima melalui pemaparan sistem pelayanan masyarakat, menata resmi pelayanan dengan kepedulian dan perhatian yang fokus dalam memberikan respon kepada nasabah, menyajikan data internal dan mekanisme pelayanan pada konsumen, informasi pelayanan yang berbasis alme, membangun disiplin pada internal organisasi perbankan dan membangun kerja sama antar Bank Syariah Indonesia dengan perbankan.

Dari beberapa penjelasan yang telah diuraikan di atas hal inilah yang menjadi latar belakang penulis ingin melakukan sebuah penelitian terkait dengan minat nasabah dalam memajukan pelanggan Bank Syariah, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar)**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penulisan ini yaitu sebagai berikut.

1. Apakah variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah?
2. Apakah variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan?
3. Apakah variabel Bank Syariah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat efektivitas antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun tujuan dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah.
2. Untuk menganalisis variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan.
3. Untuk menganalisis variabel Bank Syariah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan.

## D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas diharapkan munculnya beberapa manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini, diantaranya yaitu :

### 1. Manfaat Teoritik

Hasil penelitian ini akan berguna dalam pengembangan teori-teori yang terkait dengan lembaga keuangan syariah serta menjadi acuan bagi para pelajar dan mahasiswa dalam menempe ilmu.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini berguna bagi peneliti karena dapat memperkaya wawasan serta menjadi sebuah pengetahuan, pemahaman dan pengalaman atas pemecahan suatu masalah.

#### b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini berguna bagi pembaca agar dapat memberikan manfaat dan sebagai acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya, sehingga para pembaca juga mendapatkan wawasan pengetahuan yang lebih mengenai perbankan syariah.

#### c. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan strategi pemasaran terhadap nasabah.

## BAB II

### TINJAUAN TEORETIS

#### A. Kajian Teori

##### 1. Minat Nasabah

Pengertian minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai suasana hati yang senang.<sup>4</sup>

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.<sup>5</sup> Minat menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang jasa.<sup>6</sup> Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang, sehingga dapat dikatakan minat sidatnya tidak stabil.<sup>7</sup>

Minat dapat diartikan dengan mendapatkan. Mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa yang secara langsung terlibat dengan rasa senang atau tidak senang menghadapi suatu objek. Minat pada dasarnya merupakan

<sup>4</sup> Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kedua (Cet. IX; Jakarta: Balai Pustaka, 1970), h.821.

<sup>5</sup> Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim, "Equilibrium ; Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, No.1, (juni 2006), h.49.

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas (Jakarta; PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008), h.357.

<sup>7</sup> Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, (Semarang: IKIP, 1994), h.4.

perasaan suka atau senang 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.<sup>8</sup>

Minat adalah konsumen terdorong untuk mencari informasi mengenai inovasi. Minat beli tidak dapat dipisahkan dari teori keputusan konsumen, karena minat merupakan salah satu dari proses akhir keputusan pembelian dari konsumen. Adapun bagian proses membeli konsumen, salah satunya dalam tahapan tersebut minat atau keinginan membeli konsumen.<sup>9</sup>

#### a. Pengenalan Masalah

Yaitu proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan, pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya. Rangsangan ini bisa disebabkan rangsangan internal dan rangsangan eksternal.

#### b. Pencarian Informasi

Yaitu seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan mendorong untuk mencari informasi lebih banyak. Sumber informasi konsumen dikelompokkan menjadi empat kelompok:

1. Sumber pribadi, yaitu keluarga, teman, tetangga, kenalan
2. Sumber komersil, yaitu tenaga penjual, penyalur, kemasan dan pameran
3. Sumber massa, yaitu media massa dan organisasi konsumen
4. Sumber pengalaman, yaitu pernah menangani, menguji, menggunakan produk

<sup>8</sup> Rahmah Yulianti, *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, Volume 5, No.1, (Maret 2015), h.19.

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua belas (Cet. II; Indonesia; PT Indeks, 2008), h.345.

### c. Evaluasi Alternatif

Yaitu bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir. Ternyata tidak ada evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh suatu konsumen pada seluruh situasi membeli. Kebanyakan dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentukan penilaian terhadap produk berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

### d. Keputusan Membeli

Yaitu pada tahap evaluasi konsumen membentuk referensi terhadap merek-merek yang terdapat perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan pembelian untuk merek yang paling disukai. Dua faktor yang mempengaruhi tujuan pembelian dan keputusan membeli antara lain:

1. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternative pilihan seseorang tergantung dua hal:
  - a) Intensitas sikap negative orang lain terhadap alternative pilihan konsumen.
  - b) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut.
2. Faktor-faktor yang tak terduga, misalnya pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

### e. Prilaku Sesudah Membeli

Yaitu sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan yang akan menarik minat pemasar.

f. Kepuasan Sesudah Membeli

Yaitu kepuasan pembeli merupakan fungsi yang dekat antara harapan dari pembeli tentang produk dan kemampuan dari produk tersebut.

g. Tindakan-tindakan sesudah pembelian

Yaitu kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku konsumen. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas tersebut akan berusaha memperlihatkan ketidakpuasan dan akan mengambil satu atau lebih tindakan.

h. Penggunaan dan Pembuangan Sesudah Pembelian

Yaitu para pemasar juga harus mengontrol bagaimana pembeli menggunakan dan membuang suatu produk.<sup>10</sup>

Minat memiliki unsur-unsur yang meliputi 3 bagian, yaitu kognisi (mengetahui), emosi (perasaan) dan konasi (kehendak). Unsur kognisi dalam artian minat merupakan informasi ataupun pengetahuan terhadap suatu objek yang dituju oleh minat tersebut. Adapun unsur emosi merupakan partisipasi atau pengalaman seseorang yang disertai dengan perasaan tertentu (senang atau bahagia). Sedangkan unsur konasi merupakan bentuk tindak lanjut dari unsur kognisi dan emosi yang terwujud dalam bentuk hasrat dan kemauan untuk melakukan suatu kegiatan.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Setiadi, *Perilaku Konsumen, Jurnal Ekonomi*, (2003), h.15-19.

<sup>11</sup> Yayat Suharyat, *Hubungan antara Sikap Minat Dan Perilaku Manusia*, (L.L: Lp., 2009) Region Volume 1, No.2, h.40.

Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu;

#### 1. Faktor Internal

##### a) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.<sup>12</sup>

##### b) Motivasi

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 persepsinya mengenai situasi tertentu.<sup>13</sup>

##### c) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap objek atau ide tertentu. Sikap dan keyakinan merupakan daya kuat dan langsung mempengaruhi persepsi perilaku konsumen.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Philip Koller dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.171.

<sup>13</sup> Thamrin Abdullah Dan Francis Tanti, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h.120.

<sup>14</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h.45.

d) Gaya hidup

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatan. Gaya hidup memotret interaksi “seseorang secara utuh” dengan lingkungannya. Gaya hidup adalah pola seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktu.<sup>15</sup>

e) Agama

Pemasar hendaknya dapat memperhatikan secara seksama prefensi dan tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan karena mempengaruhi perilaku pembeli dari kelompok-kelompok keagamaan. Agama merupakan hal terpenting untuk seseorang memutuskan keinginan mereka akan terlaksana.<sup>16</sup>

2. Faktor Eksternal

a) Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atas suatu jasa atau produk. Dalam kegiatan promosi nasabah dapat mengelola, memilih dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari kegiatan promosi tersebut dan kemudian akan direspon melalui tindakan ketertarikan untuk menggunakan atau tidak produk atau jasa yang ditawarkan bank.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.175.

<sup>16</sup> Ibid, h.77.

<sup>17</sup> Tri Astusi dan Indah Mustikawati, *Jurnal Nominal*, Volume 2, No.1, (2013), h.188.

#### b) Bagi Hasil

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.<sup>18</sup>

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 relative tinggi maka nasabah akan memilih bank syariah sebagai tempat berinvestasi.

#### c) Reputasi Bank

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.<sup>19</sup>

#### d) Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik yaitu pelayanan yang dilakukan secara ramah

<sup>18</sup> Wirdayani Wahab, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 1, No.2, (Juli 2016), h.178.

<sup>19</sup> Siti Maria Wardayani, *Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah*, *Walisongo: Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 19, No.1, (2011), h.9.

tamah, adil, cepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>20</sup>

Kualitas merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Baik atau tidaknya kualitas barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam 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 jasa.<sup>21</sup>

e) Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Lokasi ini merupakan faktor yang strategis untuk membuat sekelompok atau segolongan masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa bank yang dapat diharapkan menjadi nasabah bank bersangkutan. Disini peran pemimpin bank sangat penting untuk menetapkan strategi pemasaran produk jasa banknya sehingga efektif mencapai tujuan.<sup>22</sup>

### **Dinamika Terbentuknya Minat**

Minat tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Sikap minat bukanlah bawaan tetapi muncul dan berubah seiring dengan pengalaman yang diperoleh individu dalam perkembangannya, oleh karena itu dapat dikatakan minat terbentuk melalui proses belajar.

<sup>20</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), h.152.

<sup>21</sup> Wridayani Wahab, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2, No.1, (Januari 2017), h.55.

<sup>22</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), h.150.

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. Minat merupakan dorongan yang kuat seseorang untuk melakukan sesuatu objek yang mereka inginkan atas dasar keinginan dan kesukaan diri sendiri. Minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati.<sup>23</sup>

Minat didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Kebutuhan seseorang pun beraneka ragam oleh karena itu motivasi dan minat saling berkaitan satu sama lain untuk mencari kesukaan pada suatu yang diinginkan oleh seseorang. Sebab motivasi tersebut yang mendorong seseorang untuk meminati suatu kegiatan tersebut.<sup>24</sup>

Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh pelanggan / konsumen ketika produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan dalam pembelian dipengaruhi oleh nilai produk yang diberikan. Ketika pelanggan merasakan manfaat yang diberikan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan pembelian yang dirasakan akan semakin tinggi.

---

<sup>23</sup> 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).

<sup>24</sup> Ibid, h.12.

Sebaliknya apabila manfaat yang diberikan lebih sedikit dibandingkan pengorbanannya, maka pembeli akan menolak dan mencari produk lain yang sejenis.<sup>25</sup>

Berdasarkan beberapa teori diatas maka dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti bahwa minat adalah suatu keinginan terhadap suatu objek dan rasa ingin memiliki objek tersebut, kemudian keinginan ini 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.

Minat merupakan dorongan yang kuat seseorang untuk melakukan sesuatu objek yang mereka inginkan atas dasar keinginan dan kesukaan diri sendiri. Minat juga didorong oleh motivasi seseorang yang ingin melakukan sesuatu yang diinginkan. Motivasi yang tinggi akan mendasari minat yang tinggi pula pada diri seseorang untuk mencapai tujuannya. Karena motivasi merupakan dorongan dari minat seseorang untuk melakukan keinginan.

## 2. Pengaruh Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dimaknai sebagai proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi

---

<sup>25</sup> Esthi Dwiyanti, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)* (Thesis: Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang, 2008).

kebutuhannya. Pengertian perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.<sup>26</sup>

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai, apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Sehingga perilaku konsumen dapat diartikan sebagai studi tentang unit pembelian (buying unit) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan, barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.<sup>27</sup>

### **Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Islam**

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar Syariah Islam memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk konsumsi.

Perilaku konsumen Islam didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah. Islam

---

<sup>26</sup> Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kedua (Cet. IX; Jakarta: Balai Pustaka, 1970), h.755.

<sup>27</sup> Ismail Namawi, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), h.12.

memberikan konsep pemenuhan kebutuhan disertai kekuatan moral, ketiadaan tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan antar sesama.<sup>28</sup>

Pemenuhan kebutuhan akan sandang pangan dan papan harus dilandasi dengan nilai-nilai spritualisme islami dan adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan. Selain itu, kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus berdasarkan batas kecukupan (had al-kifayah), baik atas kebutuhan pribadi maupun keluarga.

Ketentuan dalam ekonomi Islam yang berlandaskan nilai-nilai spritualisme islami, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang berlebihan dan materialistik. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut sebagai seorang muslim harus memperhatikan prinsip-prinsip dalam berkonsumsi yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.<sup>29</sup>

Prinsip-prinsip dasar perilaku konsumen Islam diantaranya yaitu:

- a. Prinsip Syariah yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi.
- b. Prinsip Akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggung jawaban oleh Pencipta.

---

<sup>28</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h.4.

<sup>29</sup> Ibid, h.9.

- c. Prinsip Ilmu, yaitu seseorang ketika akan mengkonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.
- d. Prinsip Amaliyah, sebagai konsekuensi aqidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islam tersebut, mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram dan syubhat.
- e. Prinsip Kuantitas yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam Syariat Islam. Salah satu bentuk prinsip kuantitas ini adalah kesederhanaan, yaitu mengkonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta.
- f. Prinsip Prioritas yaitu memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier.
- g. Prinsip Sosial yaitu memperhatikan lingkungan sosial disekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya kepentingan umat, keteladanan dan tidak membahayakan atau merugikan diri sendiri maupun orang lain.
- h. Kaidah Lingkungan yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya, dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungannya.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.93-96.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

a. Produk

Pengertian produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan. Pengembangan sebuah produk menghasilkan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan di berikan produk itu. Manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya di penuhi oleh atribut produk.

b. Harga

Harga adalah faktor utama yang harus di tentukan sebelum suatu produk di luncurkan ke pasar sasaran. Harga produk juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah di tetapkan tidak tercapai. Harga menurut Umar Husein adalah sejumlah nilai yang di tukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya di tetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.<sup>31</sup>

c. Distribusi

Suatu pemasaran perusahaan dimulai dari distribusi, namun fungsi place komponen place memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran. Place

---

<sup>31</sup> Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.32.

atau kalau diterjemahkan bisa berarti penempatan produk, distribusi atau penyebaran produk yang sangat menentukan keberhasilan pemasaran. Suatu produk atau jasa didistribusikan oleh principal secara terencana. Perusahaan berusaha agar produk atau jasa dapat tersebar melalui channel-channel pemasaran. Strategi distribusi ini dilakukan melalui penggunaan sales force yang cukup banyak. Setelah produk atau jasa tersebar barulah perusahaan mendorong dengan promosi. Sistem distribusi ini dikenal dengan sistem push distribution.

#### d. Promosi

Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu di kenal dan ujung-ujungnya di beli. Menurut Boyd, Walker, dan Larreche menyatakan strategi promosi merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang di rancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.<sup>32</sup> Menurut Swastha promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Selain juga harus memperkerjakan, melatih dan memotivasi wiraniaganya.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Boyd, Walker dan Larreche, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h.65.

<sup>33</sup> Andespa, Rono, *Menciptakan Nilai Untuk Nasabah dengan Strategi Customer Relationship Marketing*, Eko dan Bisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Review, Volume 4, No.1, (2013), h.69-79.

Faktor penting dalam pengembangan Bank Syariah Indonesia yaitu :

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam keberhasilan suatu bank sebagai perusahaan jasa dan oada saat ini kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan yang baik telah menjadi komitmen perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Pentingnya pelayanan pada dunia perbankan tidak lepas dari kesan yang ditimbulkan pada saat nasabah bertemu langsung dengan pemberi layanan (frontliner), meskipun kesan pada saat nasabah menggunakan fasilitas transaksi yang disediakan bank juga turut mempengaruhi. Karena itulah peran frontliner sangat penting untuk dapat menarik dan menjaga hubungan baik dengan para calon nasabah dan nasabah bank itu sendiri.<sup>34</sup>

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang paling diupayakan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya pada jasa perbankan. Menurut Wahlers bahwa strategi yang tepat dan akurat dalam kualitas layanan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing jika strategi tersebut direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat karena kualitas layanan adalah kualitas yang diukur pada jasa perbankan.<sup>35</sup>

Banyak pendapat mengenai definisi kualitas, karena kualitas memiliki ukuran relatif atas suatu barang atau jasa yang dinilai dari atribut, desain, dan

<sup>34</sup>Kompasiana, "Pentingnya Etika Dalam Pelayanan", <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/pentingnya-etika-dalam-pelayanan-562443.html>, (28 Mei 2013).

<sup>35</sup> Pribadi, "Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada Bri Cabang Blora Dan Unit Online-nya", Jurnal SMO, Volume 4, No.2, (2007), h.45.

kesesuaian bagi para pembelinya. Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan. Permasalahan mengenai layanan kini mendapat perhatian yang lebih besar dari banyak organisasi mulai dari organisasi regional, nasional sampai dengan organisasi global, dan dianggap sebagai alat yang dapat mempengaruhi arus pendapatan suatu organisasi atau perusahaan.<sup>36</sup>

Kualitas pelayanan telah dikonseptualisasikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan mengenai pelayanan yang akan diterima dan persepsi jasa yang diterima. Kualitas pelayanan merupakan sebuah konsep multidimensi yang dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman yang dikenal sebagai Servqual,<sup>37</sup> seperti:

a. Bukti Fisik (Tangibles)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, sarana, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

<sup>36</sup> Mosahab, R., Mahamad, O dan Ramayah, T, "Service Quality, Customer Satisfaction dan Loyalty: A Journal Test of Mediation, *International Business Research*," Volume 3, No. 4, (2010), h.72-80.

<sup>37</sup> Parasuraman, "Alternative Scales of Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric dan Diagnostic Criteria," *Journal Of Retailing*, Volume 70, (1994), h. 201-230.

b. Keandalan (Reliability)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi.

c. Daya Tanggap (Responsiveness)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan, misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.

d. Jaminan (Assurance)

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

e. Empati (Empathy)

Kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan

dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.<sup>38</sup>

## 2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah konsep kunci baik dalam praktik teori maupun pemasaran, sekaligus menjadi titik akhir utama untuk semua aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan kemauan atau reputasi baik dari perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi di masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan.

Selanjutnya menjelaskan bahwa dalam organisasi, pengumpulan, analisis dan diseminasi data mengenai kondisi pelanggan menjadi penting untuk mempertahankan pelanggan dan memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman positif dengan barang dan jasa perusahaan. Meskipun penjualan atau pangsa pasar dapat menunjukkan seberapa baik kinerja perusahaan saat ini, kepuasan mungkin adalah indikator terbaik tentang seberapa besar kemungkinan pelanggan perusahaan akan melakukan pembelian lebih lanjut di masa depan. Banyak penelitian yang berfokus pada hubungan antara kepuasan pelanggan dan retensi menunjukkan bahwa konsekuensi kepuasan yang paling kuat direalisasikan secara ekstrem.

Kepuasan adalah sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapat. Kepuasan adalah penilaian terhadap karakteristik atau fitur produk atau layanan, atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kepuasan pelanggan

---

<sup>38</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 (Jakarta: PT Indeks, 2007), h.56.

berkenaan dengan memenuhi kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa. Seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya.

Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap barang atau jasa setelah akuisisi dan penggunaan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah penilaian purna jual evaluatif yang dihasilkan dari pilihan pemberian tertentu.

Kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan keinginan pelanggan untuk mencapai nilai pelanggan maksimal. Nilai pelanggan adalah trade-off persepsi pelanggan akan kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan melalui harga yang dibayar. Konsep nilai pelanggan tidak hanya mencakup kualitas tapi juga harga. Layanan tertentu mungkin memiliki kualitas unggul, tapi dievaluasi dengan harga rendah karena harganya terlalu mahal. Menurut Kotler dan Armstrong, konsumen akan membeli dari perusahaan yang diyakini menawarkan nilai tertinggi. Nilai bagi pelanggan adalah persepsi pelanggan yang membandingkan antara semua keuntungan dan semua biaya yang dikeluarkan untuk menerima penawaran yang ditawarkan. Total nilai pelanggan (total profit) adalah keuntungan yang diharapkan konsumen dari konsumsi suatu produk atau jasa tertentu. Total biaya pelanggan adalah biaya atau seperangkat biaya yang diharapkan konsumen habiskan untuk mengevaluasi, menggunakan dan membuang barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong, memaksimalkan nilai yang diberikan adalah tolak ukur yang berguna yang berlaku dalam banyak situasi dan memberikan banyak wawasan.<sup>39</sup> Implikasinya antara lain: pertama, penjual harus menentukan total nilai pelanggan dan total biaya pelanggan masing-masing tawaran oleh pesaingnya untuk mengetahui bagaimana posisi penawarannya berada dibenak pembeli. Kedua, kerugian bagi pelanggan memiliki memiliki dua alternatif. Alternatif pertama memrlukan perbaikan atau pengutan produk, layanan, karyawan dan citra penawaran. Alternatif kedua mengharuskan pengurangan biaya pembeli, yang penjual dapat lakukan dengan menurunkan harga, menyederhanakan proses pemesanan dan pengiriman atau menyerap sebagian risiko pembeli dengan menawarkan garansi.

Beberapa manfaat dari program kepuasan pelanggan dapat antara lain berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, yang berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian berulang, penjualan silang dan penjualan), mengurangi biaya transaksi pelanggan masa depan (terutama pemasaran biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan), menekan volatilitas dan risiko terkait dengan perkiraan arus kas masa depan, meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak tergoda untuk mengganti pemasok), pelanggan juga cenderung lebih mudah menerima perluasan lini produk, perluasan merek dan layanan add-on baru yang ditawarkan oleh perusahaan, meningkatkan daya

---

<sup>39</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, 16 Tahun Edition (England: Pearson Education Limited, 2016), h.83.

tawar perusahaan yang relatif terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.<sup>40</sup>

### 3. Bank Syariah Indonesia

Bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta pengedaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermualat secara Islam yakni, mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Al-Hadist.<sup>41</sup>

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat (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. Dalam Pasal 1 ayat (7) UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Inggang Perwangsa Nuralam, *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia*, Edisi Pertama (Cet. I; Yogyakarta: Deepublish, 2018), h.81-84.

<sup>41</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h.49.

<sup>42</sup> Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.21.

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat dikatakan bahwa, Bank Syariah adalah lembaga keuangan syariah yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa pelayanan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan berlandaskan prinsip syariah.

Perbankan sudah hadir semenjak tahun 1960-an adalah Mit Ghamr Bank di Egypt yang pertama kali berdiri pada tahun 1963, sebagai suatu bentuk pilot project dari keberadaan suatu bank pendesaan permata di dunia. Semenjak itu beberapa bank membasiskan syariah mulai bermunculan, apalagi setelah berdirinya Islamic Development Bank pada tahun 1975. Beberapa di antaranya adalah Dubai Islamic Bank pada tahun 1975, Faisal Islam Bank Egypt dan Kuai Finance House pada tahun 1977.<sup>43</sup>

Bank syariah sebagai suatu institusi bisnis keuangan berlandaskan prinsip-prinsip yang dianut dalam syariat Islam, menghadirkan nuansa yang baru dalam kehidupan sosial masyarakat dunia termasuk Indonesia. Sistem yang dipraktikkan bank syariah seakan menjadi salah satu harapan solusi berbagai keterpurukan ekonomi yang dialami dunia saat ini. Secara prinsip Bank Syariah mengedepankan asas keadilan, keterbukaan, kemitraan dan universitas. Secara operasional prinsip tersebut diwujudkan melalui mekanisme bagi hasil dengan

---

<sup>43</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h.30.

menjadikan transaksi berbasis bunga seperti yang dipraktikkan oleh perbankan konvensional.<sup>44</sup>

Secara filosofi, Perbankan syariah merupakan bagian dari ekonomi syariah, dimana ekonomi syariah merupakan bagian dari muamalat (hubungan antara manusia dengan manusia). Oleh karena itu, perbankan syariah tidak bisa dilepaskan dari Al-Quran dan As-Sunnah sebagai sumber hukum Islam. Perbankan Syariah juga tidak dapat dilepaskan dari paradigm ekonomi syariah. Alasan filosofinya adalah dilarangnya riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan, seperti firman Allah SWT dalam Q.S; Al-Imran ayat 130 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفًا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahannya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang kafir.<sup>45</sup>

Yang dimaksud Riba disini ialah Riba nasi'ah. Menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam yaitu nasi'ah dan fadhli. Riba nasi'ah adalah pembayaran

<sup>44</sup> Hamidi, Jazim, dkk, *Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur Terhadap Bank Syariah*, (tt: t.p., 2016), h.25.

<sup>45</sup> Madani, *Ayat-Ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.20.

lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhli ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasi'ah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

Hadist Riwayat Muslim 2995 dalam Kitab Al-Musaqqah :

Jabir berkata bahwa Rasulullah SAW, mengutuk orang yang menerima riba, orang yang membayarnya dan orang yang mencatatnya dan dua orang saksinya, kemudian beliau bersabda, "Mereka itu semuanya sama".<sup>46</sup>

Fungsi dan peran bank syariah terdapat dalam AAOF (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution) menurut Sudarsono adalah sebagai berikut ;

1. Manajer Investasi, dimana bank syariah bisa mengelola investasi dana nasabah
2. Investor, dimana bank syariah bisa menginfestasikan dana yang dimiliki dan dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran dimana bank syariah dapat melakukan penyediaan kegiatan jasa layanan perbankan.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, dimana bank syariah memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola zakat serta dana sosial lainnya, untuk kesejahteraan masyarakat.<sup>47</sup>

<sup>46</sup>Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h.26.

<sup>47</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2013), h.45.

Menurut Kasmir terdapat beberapa jenis produk bank syariah yang ditawarkan, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Al-Wadiah (Simpanan)

Prinsip dalam al-wadiah ini berupa titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja ketika penitip berkendak. Penerima simpanan disebut yad al-amanah. Namun pada bank syariah, uang yang dititipkan tidak menganggur begitu saja, oleh bank syariah digunakan untuk perekonomian. Dengan demikian, dari prinsip yad al-amanah menjadi yad al-dhamanah. Mengacu pada prinsip yad al-dhamanah bank memanfaatkan dana titipan seperti simpanan giro dan tabungan maupun deposito berjangka untuk dimanfaatkan.

b. Pembiayaan dengan bagi hasil

Dalam konvensional yang kita ketahui penyaluran dananya dikatakan sebagai kredit dan keuntungannya berbentuk bunga. Namun pada bank syariah menggunakan istilah pembiayaan, di mana sistem keuntungannya berupa bagi hasil. Terdapat empat akad utama dalam prinsip bagi hasil pada pembiayaan yaitu:

- 1) al-musyarakah, yaitu akad kerjasama antara satu pihak dengan pihak lainnya dalam hal pengembangan usaha bersama, masing-masing dari mereka memberikan kontribusi dana dengan adanya kesepakatan jika kerugian ataupun keuntungan ditanggung secara bersama-sama sesuai kesepakatan pada saat akad.
- 2) al-mudharabah, yaitu bentuk akad kerjasama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak kedua menjadi pengelola.

Adapun keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan dan kerugian ditanggung oleh pemilik modal, namun apabila kelalaian dari pihak pengelola maka ia harus bertanggungjawab.

- 3) al-muzara'ah, yaitu bentuk akad kerjasama pengelohan pertanian antara si pemilik lahan dengan sang penggarap. Pemilik menyediakan lahan pertanian kepada penggarap untuk ditanami produk-produk pertanian dengan hasil panen sebagai imbalan. Di dunia perbankan kasus tersebut diaplikasikan dalam pembiayaan bidang plantation atas dasar pembagian dari hasil panen tersebut.
- 4) al-musaqah, yaitu merupakan bagian dari al-muzara'ah dimana penggarap hanya bertanggungjawab atas pemeliharaan dengan memakai dana serta peralatan yang dipersiapkannya sendiri. Imbalan tetap didapat dari perhitungan persentase hasil pertanian.

c. Bai' al-murabahah

Bai' al-murabahah merupakan bentuk kegiatan jual beli yang dilakukan dengan harga pokok yang sudah ditambahi keuntungan yang disepakati. Dalam hal tersebut penjual harus memberitahukan harga pokok terlebih dahulu lalu menambahkan keuntungan yang diinginkan.

d. Bai' as-salam

Bai' as-salam berarti pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka. Prinsipnya adalah terlebih dahulu harus mengetahui jenisnya, kualitasnya, jumlah barangnya dan hukum awal pembayarannya harus berbentuk uang.

e. Bai'al-istishna

Bai'al-istishna adalah bentuk lain dari akad Bai'as-salam. Seluruh ketentuan dalam Bai'al-istishna mengikuti aturan pada Bai'as-salam. Bai'al-istishna merupakan perjanjian penjualan antara produsen dengan konsumen, yang kedua belah pihak memiliki persetujuan terlebih dahulu terkait harga dan sistem pembayarannya. Tawar menawar dapat terjadi saat kesepakatan penentuan harga, dan sistem pembayarannya dapat dimuka atau dapat pula secara angsuran.

f. Al-Ijarah (Leasing)

Al-Ijarah merupakan suatu akad pemindahan hak atas penggunaan seseorang baik barang atau jasa melalui sistem pembayaran, namun tidak diikuti pemindahan kepemilikan dari barang tersebut. Dalam praktik perbankan, kegiatan ini dilakukan oleh leasing.

g. Al-Wakalah (Amanat)

Al-Wakalah atau wakilah memiliki arti penyerahan mandate atau memberikan amanah dari satu pihak ke pihak lain. Amanah ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh pemberi amanah.

h. Al-Kafalah (Garansi)

Al-Kafalah merupakan pengalihan jaminan yang diberikan penanggung kepada orang lain untuk memenuhi kewajiban si penanggung tersebut. Maksudnya yaitu adanya pengalihan tanggungjawab secara penuh dari satu pihak ke pihak lain. Pada dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

i. Al-Hawalah

Al-Hawalah merupakan bentuk pengalihan atau pemindahan beban utang dari satu pihak ke pihak lain yang memiliki tanggungjawab dalam menanggung. Dalam dunia perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau factoring.

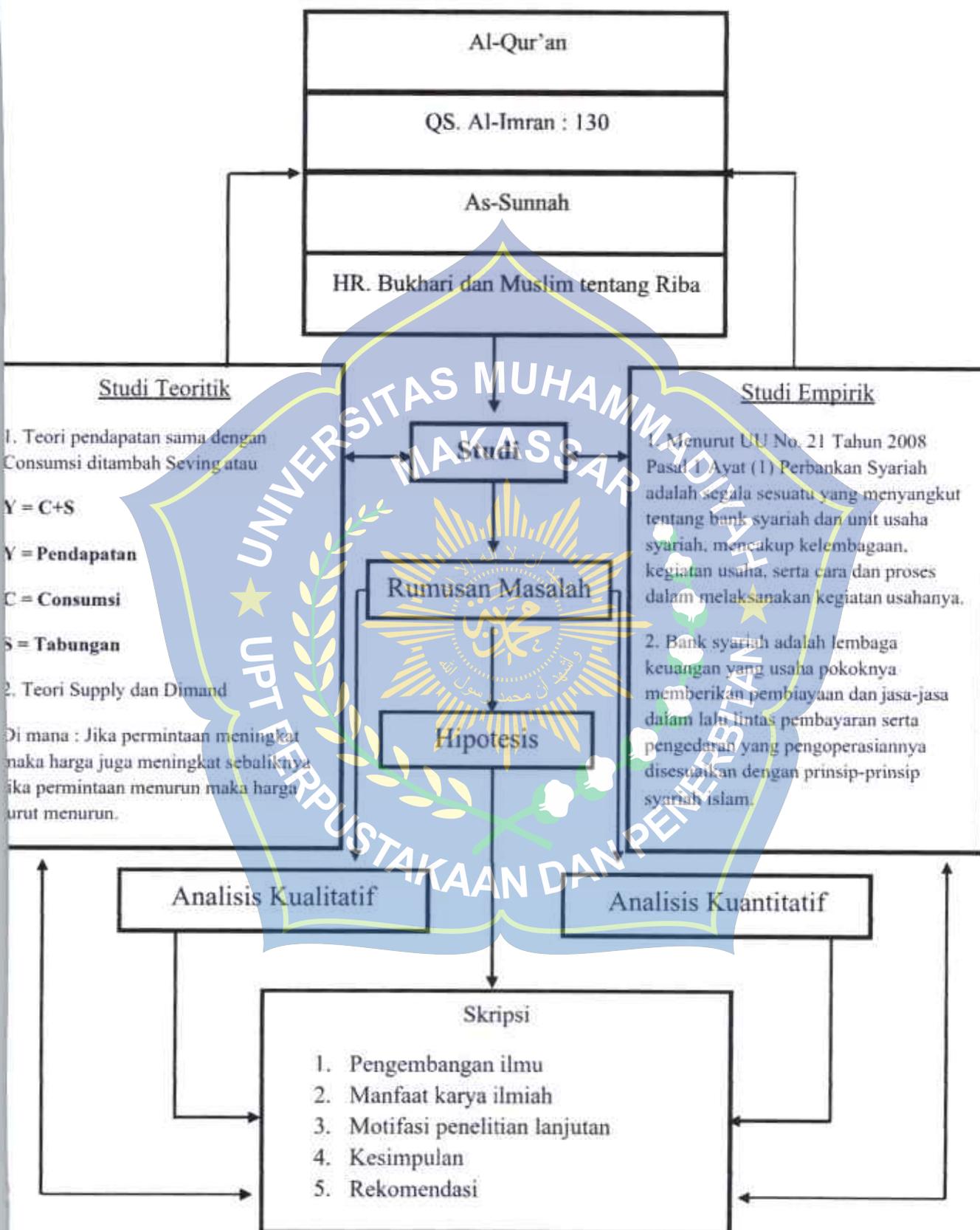
j. Ar-Rahn

Ar-Rahn merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai sebuah jaminan atas pinjaman yang diperolehnya. Kegiatan tersebut dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.<sup>48</sup>

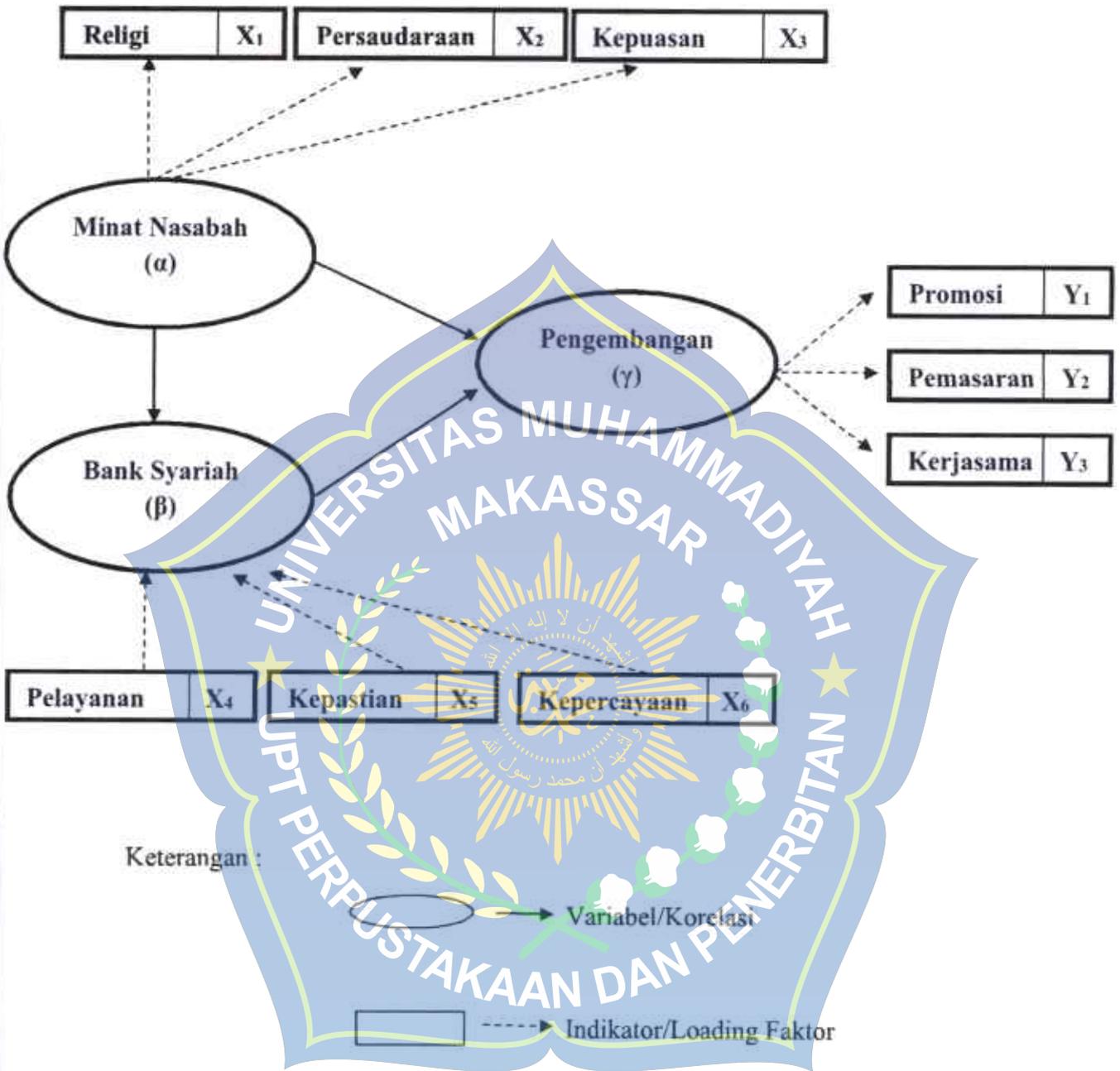


<sup>48</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Cet, IX, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.3-7.

## B. Kerangka Pikir



C. Kerangka Konseptual Variabel



#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentative yang merupakan dugaan atau terkaan tentang apa saja yang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Dari permasalahan sebelumnya, penulis mengemukakan hipotesis dari penelitian ini, yaitu :

H<sub>1</sub> : Diduga variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah.

H<sub>2</sub> : Diduga variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan.

H<sub>3</sub> : Diduga variabel Bank Syariah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif ialah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis dan teori-teori serta hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis serta hubungan-hubungan kuantitatif.<sup>49</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dikarenakan penelitian ini disajikan dengan bentuk angka-angka yang terukur. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto yang menyatakan "penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka sebagai pengukuran, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasil".

##### 3. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung objek yang diteliti, yang berupa angket.

---

<sup>49</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h.50.

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang membuat peristiwa masa lalu yang dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku, data statistik maupun dari internet.
- c. Data tersier, yaitu bahan-bahan memberi penjelasan terhadap data primer dan sekunder, adapun data tersier dalam penelitian ini adalah kamus besar Bahasa Indonesia dan Ensiklopedi Islam.

## **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar Jalan Dr. Sam Ratulangi No.140 Kecamatan Mariso Kota Makassar. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Makassar. Alasan mengapa perusahaan ini menjadi lokasi penelitian karena perusahaan jasa perbankan tersebut merupakan salah satu perbankan yang dekat dengan rakyat yang unggul pada saat ini.

Selanjutnya penelitian didasari pertimbangan bahwa Kota Makassar merupakan wilayah tempat berdirinya Bank Syariah Indonesia di Provinsi Sulawesi Selatan, disamping itu juga karakteristik nasabah dengan berbagai latar belakang sosial dan agama sehingga memungkinkan memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan permasalahan penelitian. Kemudian waktu yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kurang lebih 2 bulan lamanya.

## **C. Variabel Penelitian**

Variabel ialah objek dari suatu penelitian atau apa saja yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian.<sup>50</sup> Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul

<sup>50</sup> Sudjana, *Metode Statistik*, Edisi ke enam (Bandung: Penerbit Tarsito, 1996), h.6.

“Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar)”. Maka disini terdapat variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi.

Untuk memudahkan terkait status variabel yang dikaji, maka identifikasi variabel dalam penelitian ini ialah:

#### 1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan pada variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas diantaranya **Minat Nasabah( $\alpha$ )** dan **Bank Syariah( $\beta$ )**. Variabel ini dikatakan variabel bebas dikarenakan keberadaan variabel ini tidak bergantung pada adanya variabel lain atau bebas dari ada atau tidaknya variabel lain.

#### 2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah **Pengembangan( $\gamma$ )**. Dinamakan variabel terikat karena kondisi atau variasinya terikat atau dipengaruhi oleh variasi variabel lain, yaitu dipengaruhi oleh variabel bebas.

#### D. Defenisi Operasional Variabel

Adapun defenisi operasional dari variabel-variabel yang ada pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel minat nasabah adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk

memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai suasana hati yang senang.

2. Variabel bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta pengedaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah islam.
3. Variabel pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna, pikiran, pengetahuan dan sebagainya.

#### E. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Suhasimi Arikunto adalah "keseluruhan objek yang diteliti".<sup>51</sup> Berdasarkan pendapat tersebut populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Makassar.

##### 2. Sampel

Adapun sampel yang merupakan bagian dari suatu populasi.<sup>52</sup> Maka dari itu sampel dari penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Makassar. Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, penelitian menggunakan Rumus Sloving, sebagai berikut:

$$\text{Rumus Sloving : } n = \frac{N}{(1+e^2 N)}$$

<sup>51</sup> Suhasimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, ( Jakarta: Rincka Cipta, 2010), h.102.

<sup>52</sup> Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), h.136.

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Tingkat error (5%)

$$\begin{aligned} \text{Diketahui : } n &= 72 \\ &= \frac{72}{1+(0,05)^2(72)} \\ &= \frac{72}{1,187} \\ &= 60 \text{ Responden} \end{aligned}$$

#### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat bantu penelitian yang dipilih dan digunakan dalam melakukan proses pengumpulan data supaya kegiatan tersebut terstruktur dan juga sistematis. Dalam penelitian kuantitatif instrumen utamanya ialah penelitian berdasarkan data.

#### G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode :<sup>53</sup>

##### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat di lapangan atau lokasi penelitian yang sedang dilakukan. Observasi dilakukan

<sup>53</sup> Ejournal, uinsamata.ac.id, diakses 10 Oktober 2018.

bertujuan untuk mendapatkan data-data kongkret di tempat penelitian. Observasi digunakan dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

## 2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh para responden. Dalam hal ini, jumlah maupun kualifikasi para responden ditentukan berdasarkan dengan metode pengambilan sampel.

Cara pengumpulan data ini dipilih dengan harapan bahwa peneliti, melalui jawaban responden mampu memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dan mempunyai derajat yang tinggi. Jumlah pertanyaan yang ada, diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel, baik indikator independen maupun variabel dependen.

Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberikan penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut. Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skor 1-5, Jawaban responden berupa pilihan 5 (lima) alternatif yang ada yaitu :

Table 3.1 Skala Likert

ALTERNATIF JAWABAN	
JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya.<sup>54</sup> Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti.

### H. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis kuantitatif dengan menggunakan metode Smart PLS.2.0M3. Partial Least Square (PLS) adalah suatu metode yang berbasis regresi yang dikenalkan oleh Herman O.A Word untuk menciptakan dan pembangunan model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi. PLS memiliki asumsi data penelitian bebas distribusi (Distribution-Free), artinya data penelitian tidak mengacuh pada salah satu distribusi tertentu (misalnya distribusi normal). PLS merupakan

<sup>54</sup>Suharsimi Arikunto, op. cit., h.149.

merupakan pengembangan metode alternatif dari Structural Equation Modeling (SEM) yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan diantara variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya yang kompleks datanya kecil (30 sampai 100), mengingat SEM memiliki ukuran sampel data minimal 100.

PLS digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dan konstruk yang lain, serta hubungan suatu hubungan suatu konstruk dan indikator-indikatornya. PLS didefinisikan oleh dua persamaan, yaitu inner model dan outer model inner model menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan konstruk yang lain, sedangkan outer model menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan indikator-indikatornya. Konstruk terbagi menjadi dua yaitu konstrakeksogen dan konstruk endogen. Konstruk endogen merupakan konstruk penyebab, konstruk yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Konstruk eksogen memberikan efek kepada konstruk lainnya, sedangkan konstruk endogen merupakan konstruk yang dijelaskan oleh konstruk eksogen. Konstruk endogen adalah efek dari konstruk eksogen. PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstruk dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif, sedangkan SEM hanya bekerja pada model hubungan yang bersifat reflektif saja.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Imam Ghozali, Hengky Latan, *Partial Least Square, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, (Semarang: Lp., 2015), h.17-18.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Perusahaan

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industry halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan terhadap inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Di dukung sinergi dengan perusahaan

induk yaitu Mandiri, BNI dan BRI serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia di dorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Bank Syariah Indonesia adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri pada tanggal 1 februari 2021, tiga bank anak perusahaan BUMN itu merger secara nasional di bawah kementerian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah dari ketiga bank tersebut merger menjadi Bank Syariah Indonesia dari februari sampai bulan juni hampir akan menginjak setengah tahun. Untuk sistemnya sendiri sudah terpisah dari masing-masing induk, yang awalnya BNI Syariah induknya dari BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah dan sudah menjadi satu, Bank Syariah yang besar di Indonesia. Diharapkan kedepannya proses migrasi dan roll outnya berjalan lancar karena sekarang ini masih dijadwalkan untuk proses migrasi nasabahnya karena nasabah masing-masing bank banyak, jadi dari februari sampai oktober 2021 itu proses migrasi nanti setelah bulan oktober, di bulan November itu semua sudah tidak ada lagi BNI Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah karena semuanya sudah terkumpul dan sudah menjadi legasi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi Bank Syariah Indonesia kedepannya.<sup>56</sup>

Tujuan Penggabungan Bank Syariah yaitu untuk mendorong Bank Syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, merger Bank Syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional dan belanja. Melalui merger Bank Syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan menjadi energy baru untuk ekonomi nasional dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank.<sup>57</sup>

Tercatat per Desember 2020 aset Bank Syariah Indonesia sudah mencapai Rp. 239,59 triliun. Aset sebesar itu menempatkan Bank Syariah Indonesia sebagai bank terbesar ke-7 di Indonesia dari sisi aset. Aset bank berkode saham BRIS itu berada di bawah PT Bank CIMB Niaga Tbk Rp. 281,7 triliun dan di atas PT Bank Panin Tbk Rp. 216,59 per September 2020.

<sup>56</sup> [www.ir-bankbsi.com](http://www.ir-bankbsi.com) di akses pada tanggal 26 Juni 2021

<sup>57</sup> Muhammad Nursyamsi, Lida Puspaningtyas, *Merger Bank Syariah BUMN Dimulai*, (t.t.:Oktober 2020),h.1.

Tabel 4.1 Kinerja 3 Bank Syariah BUMN dan Hasil Merger Bank Syariah

	Indonesia (BSI)						Bank Syariah Indonesia per Desember 2020
	BNI Syariah		BRI Syariah		Mandiri Syariah		
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	
Total Aset	44,98	55,01	43,12	57,7	112,29	126,85	239,56
Pembiayaan	43,77	47,97	34,12	49,34	99,81	112,58	209,98
Dana Pihak Ketiga	32,58	33,05	27,38	40	75,54	83,43	156,51
Laba	0,6	0,5	0,074	0,25	1,28	1,43	2,19

Aset yang sangat besar ini dapat mengungkit kemampuan lebih besar dalam mendukung pembiayaan ekonomi. Di samping itu, diharapkan dapat menjadi akselerator bagi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Setelah Bank Syariah diresmikan oleh Presiden Joko Widodo, harga saham BRIS pada sesi perdagangan kemarin ditutup menguat 14,8% ke level Rp. 2.800 per unit dan membentuk kapitalisasi pasar bank tersebut sebesar Rp. 27,4 triliun. Kapitalisasi BRIS merupakan yang tertinggi di kelompok Bank Syariah. Sejak pembukaan perdagangan saham tahun ini, saham BRIS sudah mencatatkan kenaikan 24,4%. Hal ini menunjukkan bahwa hadirnya Bank Syariah Indonesia sebagai merger 3 Bank Syariah BUMN ternyata mendapat sambutan baik dari masyarakat, baik pelaku usaha maupun investor sebagaimana dicatat oleh bursa saham.<sup>58</sup>

Kalangan pengusaha pun memberikan komentar yang positif terhadap Bank Syariah Indonesia. Direktur PT Anugerah Mega Investama Hans Kwee optimistis bahwa eksistensi Bank Syariah baru tersebut akan berkontribusi positif terhadap proses penguatan ekonomi Indonesia yang tengah diterjang pandemi. Ditegaskan

<sup>58</sup> Ejournal, *Misi besar Bank Syariah Indonesia*, (Bisnis Indonesia : Februari, 2021), h.1.

bahwa Bank Syariah Indonesia akan mendapat size yang sangat besar, baik dari sisi aset, kantor cabang, maupun sumber daya manusia yang sangat berkualitas. Banyak hal yang Bank Syariah Indonesia dapat lakukan untuk pemulihan ekonomi nasional. Potensi penggalangan dana dari Bank Syariah Indonesia akan lebih baik dengan saluran global yang mumpuni untuk menggalang dana murah non konvensional guna membiayai berbagai proyek strategis.<sup>59</sup>

Direktur Eksekutif Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) Ventje Rahardjo berharap Bank Syariah Indonesia dapat menjadi penggerak utama dalam literasi pengembangan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia dapat berperan besar dalam meningkatkan pengembangan ekosistem halal yang sudah dirintis oleh ketiga bank syariah sebelum merger. Ventje juga meyakini bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki kapasitas memperkuat kapabilitas dan jangkauan pembiayaan wholesale, baik di dalam maupun luar negeri.<sup>60</sup>

Sementara itu Direktur Utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi memastikan bahwa pilar-pilar yang mendukung Bank Syariah Indonesia dalam memberikan produk yang bersaing didukung dengan layanan prima, yaitu produk yang inovatif, jaringan yang luas, SDM yang kompeten, sistem TI yang andal, serta permodalan yang kuat. Berdasarkan capaian awal dan optimism dari berbagai pihak maka kehadiran Bank Syariah Indonesia menjadi sebuah harapan yang bisa memberikan kontribusi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

<sup>59</sup> Hans Kwee, *Amunisi Baru Pemulihan Ekonomi : Bisnis Indonesia*, (t.t.: Februari, 2021), h.3.

<sup>60</sup> Ventje Rahardjo, *Bank Syariah Indonesia Beroperasi*, (t.t.: Februari, 2021), h.1.

Merger ini juga diharapkan mampu meningkatkan pangsa pasar ekonomi syariah di Indonesia yang saat ini baru mencapai 9,68% dan kontribusi perbankan syariah baru sekitar 6,81%. Hal ini sangat ironis mengingat populasi muslim mencapai sekitar 229 juta jiwa dari total 270 juta penduduk Indonesia, sehingga sudah saatnya potensi ekonomi dan keuangan syariah perlu terus ditingkatkan agar tumbuh dan berkembang menjadi besar.<sup>61</sup>

Presiden Joko Widodo dalam pidato peresmian Bank Syariah Indonesia di Istana Negara berharap agar lembaga keuangan syariah ini dapat turut berkontribusi lebih luas dalam pengembangan ekonomi syariah demi kesejahteraan seluruh rakyat. Presiden menilai bahwa perbankan syariah mampu bertahan pada masa pandemi covid-19, buktinya pertumbuhan kinerjanya lebih unggul dari pada perbankan konvensional pada tahun lalu. Meskipun pangsa pasar industri keuangan syariah masih kecil atau tertinggal dibandingkan dengan bank konvensional di tanah air, kondisi tersebut justru menjadi amunisi bank syariah pada masa mendatang. Pernyataan Presiden diperkuat oleh data OJK, dimana sampai dengan akhir 2020, penyaluran pembiayaan bank umum syariah di Indonesia tumbuh 9,5% secara tahunan. Pertumbuhan ini di atas pertumbuhan pembiayaan industri perbankan nasional yang minus 2,41%, oleh karena itu lahirnya lembaga keuangan baru hasil merger ini dapat memperkaya pilihan produk dan jasa keuangan syariah bagi masyarakat.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Hery Gunardi, *Bank Syariah Indonesia Bisa Bantu Pulihkan Ekonomi*, (t.t.: Februari, 2021), hal.7.

<sup>62</sup> Kompas, *Inklusif Untuk Semua*, (t.t.: Februari 2021), h.9.

Tantangan besar yang membentang di depan mata ini sudah barang tentu memaksa manajemen Bank Syariah Indonesia untuk bertransformasi dan menetapkan beberapa strategi, mulai dari perbaikan proses bisnis, penguatan manajemen risiko, penguatan sumber daya manusia, hingga penguatan teknologi digital. Peneliti ekonomi syariah Institute for Development of Economic and Financing (INDEF) Fauziah Rizki Yuniarti mengingatkan bahwa preferensi masyarakat memilih layanan berbasis syariah atau konvensional tidak sepenuhnya berlandaskan keyakinan agama. Akses pelayanan keuangan dan produk yang berbasis teknologi yang menjadi faktor utama.

Kepala OJK Institute Agus Sugianto juga mengingatkan faktor lainnya yaitu masih rendahnya tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia yang berada pada angka 8,93% menjadi tantangan besar mengingat hanya sekitar 9 orang dari 100 penduduk yang sudah memahami produk keuangan syariah. Tidak kalah pentingnya bahwa proses adaptasi budaya kerja setelah penggabungan juga tidak mudah. Manajemen Bank Syariah Indonesia perlu memastikan proses integrasi berjalan mulus tanpa mengorbankan pengelolaan sumber daya manusia dan sistem core banking. Dengan melakukan transformasi menyeluruh maka pemerintah diharapkan dapat mendorong Bank Syariah Indonesia untuk berperan aktif dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah dan memberikan manfaat sosial seluas-luasnya bagi masyarakat Indonesia.

Menghadapi tantangan yang besar tersebut, Direktur utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi berkomitmen bahwa Bank Syariah Indonesia akan menjadi lembaga perbankan dengan strategi menawarkan produk kompetitif guna

memenuhi kebutuhan setiap lini masyarakat. Di samping itu, Bank Syariah Indonesia diarahkan menjadi bank yang modern tetapi tetap setia pada prinsip syariah. Upaya meningkatkan pangsa pasar industri jasa keuangan syariah nasional akan dilakukan Bank Syariah Indonesia melalui diversifikasi lini bisnis syariah yang lebih luas, mencakup segmen UMKM, ritel dan konsumen, serta wholesale dengan produk yang inovatif, serta melakukan pengembangan bisnis internasional seperti global sukuk.

Secara khusus, Hery Gunardi menegaskan Bank Syariah Indonesia akan terus menjunjung komitmen bagi para pelaku UMKM yang tersebar di berbagai daerah di tanah air. Bank Syariah Indonesia akan membangun sentra UMKM di kota dan kabupaten serta melakukan penyaluran berbasis komunitas dan lingkungan masjid, Bank Syariah Indonesia juga akan melakukan penyaluran pembiayaan ke UMKM binaan Kementerian Koperasi dan UKM ataupun lembaga lainnya.

Komitmen ini menepis kekhawatiran bahwa sebagai Bank Syariah Indonesia yang memiliki nilai aset besar dan berorientasi menjadi bank syariah berkelas dunia berpotensi meninggalkan dukungan fasilitas untuk UMKM.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Kompas, *Bank Syariah Indonesia Perkuat Ekosistem Industri Halal*, (t.t.: Februari, 2021), h.16.

## 2. Visi Misi PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar

Adapun visi dan misi serta budaya kerja PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar yaitu :

### 1) Visi PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar

- a. Menjadi top sepuluh bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu lima tahun.

### 2) Misi PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) di tahun 2025.

- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

## 3. Budaya Kerja PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar

### 1) Amanah

- a. Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- b. Bertanggung jawab
- c. Bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik

d. Bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah.

e. Melayani melebihi harapan.

2) Jamaah

a. Peduli dan berani memberi maupun menerima umpan balik yang konstruktif.

b. Membangun sinergi secara professional

c. Membagi pengetahuan yang bermanfaat.

d. Memahami keterkaitan proses kerja.

e. Memperkuat kepemimpinan yang efektif.

4. **Kegiatan Operasional Perusahaan**

1) Bisnis

Layanan bagi pelaku usaha kecil dan mikro

a. BSI Bank Garansi

Bank Garansi yang di khususkan kepada vendor/ kontraktor dari PT. PLN (PLN) dalam pengadaan barang dan jasa di lingkungan PLN.

b. BSI Cash Management

Saluran distribusi elektronik berupa layanan internet banking bagi nasabah perusahaan atau institusi untuk melakukan aktifitas terhadap rekeningnya di Bank dalam rangka pengelolaan keuangan dan monitoring arus kas dengan aman, cepat dan mudah

c. BSI Deposito Ekspor SDA

Bersama membangun negeri dengan devisa ekspor.

d. BSI Giro Optima

Rekening giro mudharabah dengan imbalan hasil spesial berdasarkan tiering

e. BSI Giro Pemerintah

Dana Berkah Untuk Negeri

f. BSI Pembiayaan Investasi

Fasilitas pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang pengadaan barang-barang modal (perluasan, pendirian proyek baru maupun refinancing.

2) Tabungan

Beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah

a. BSI Tabungan efek syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

b. BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi)

c. BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad Wadiah Yah Dhamanah

atau Mudharabah Muthlaqah. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas e-Banking apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi)

d. BSI Tabungan Junior

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

e. BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggota Perusahaan/Lembaga/Asosiasi Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan Bank

f. BSI Tabungan Payroll

Tabungan Khusus merupakan produk turunan dari Tab Wadiah/Mudharabah Reguler yang dikhususkan untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran

g. BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi

h. BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.

i. BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah

yang yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dgn limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking.

j. BSI Tabungan Classic

Bentuk investasi dana untuk menampung setoran cash collateral/goodwill Nasabah pada setiap penerbitan Hasanah Card Classic yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah

k. BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

l. BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan dalam mata uang upiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

m. BSI Tabungan Prima

Produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah high networth individuals berakad Mudharabah dan Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan

n. BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi.

o. BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

p. BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

q. BSI Tabungan Valas

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank

r. BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

s. BSI Topenas Kolektif

Tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu

perjanjian kerjasama.

### 3) Pembiayaan

Beragam Produk Pembiayaan sesuai syariah

#### a. BSI Griya Maburr

Program pembiayaan kepemilikan rumah berhadiah porsi haji

#### b. BSI Griya Simuda

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk usia muda memiliki rumah impian dengan plafond pembiayaan lebih tinggi dan angsuran ringan.

#### c. BSI Griya Swakarya

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan

#### d. BSI KUR Kecil

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 50 Juta s.d Rp. 500 Juta.

e. BSI KUR Mikro Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 10 Juta s.d Rp. 50 Juta.

#### f. BSI KUR Super Mikro

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond s.d Rp. 10 Juta

#### g. BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)

Pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif yang menggunakan

akad Murabahah/ Musyarakah Mutanaqishah/ Ijarah dengan agunan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan oleh Bank selama jangka waktu tertentu.

h. BSI Mitraguna Berkah

Pembiayaan untuk tujuan multiguna tanpa agunan dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai payroll di BSI.

i. BSI Cash Collateral

Fasilitas pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu dijamin dengan Simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, atau Tabungan

j. BSI Distributor Financing

Pembiayaan modal kerja dengan skema value chain adalah pembiayaan post Financing (dana talangan untuk membayar terlebih dahulu invoice atas pekerjaan yang telah selesai) yang diberikan kepada supplier yang merupakan Supplier Khusus yang mengerjakan kontrak pekerjaan dengan bouwheer, dimana sumber pengembalian pembiayaan adalah pembayaran invoice dari bouwheer.

k. BSI Griya Hasanah Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai berikut:

1. Pembelian Rumah baru/ Rumah second /Ruko/Rukan/Apartemen
2. Pembelian Kavling Siap Bangun
3. Pembangunan/Renovasi Rumah
4. Ambil alih Pembiayaan dari bank lain
5. Refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah

1. BSI Griya Konstruksi

Pembelian Rumah baru/ Rumah second /Ruko/Rukan/Apartemen

m. BSI Multiguna Hasanah

Fasilitas Pembiayaan Konsumtif untuk;

1. Pembelian barang kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan/furniture rumah, dll.
2. Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer untuk pernikahan, perawatan di rumah sakit, pendidikan, jasa travel agent, dl.
3. Pengalihan/pemindahan utang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang memiliki underlying asset.

n. BSI Oto

Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap

o. BSI Pensiun Berkah

Pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, diantaranya sbh:

1. Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN.
2. Pensiunan BUMN/BUMD
3. Pensiunan & Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT

Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

p. BSI Umrah

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa

Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui Bank yang telah bekerja sama

dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syariah

q. Mitraguna Online

Pembiayaan tanpa angunan untuk tujuan multiguna /apa saja dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai.

4) Investasi

Beragam Produk investasi sesuai syariah

a. Bancassurance

Kerjasama pemasaran produk asuransi dengan Perusahaan Asuransi yang bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia.

b. BSI Deposito Valas

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang ditunjukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang USD. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan

c. BSI Reksa Dana Syariah

Reksa dana syariah adalah wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal sebagai pemilik harta. Dana ini selanjutnya diinvestasikan dan dikelola dalam portofolio efek syariah oleh Manajer Investasi, menurut ketentuan syariah dan tidak bertentangan dengan prinsip syariat Islam.

d. Cash Waqf Linked Sukuk Ritel

Cash Waqf Linked Sukuk Ritel atau Sukuk Wakaf seri SWR001 merupakan investasi dana wakaf uang pada sukuk negara yang diterbitkan oleh pemerintah untuk memfasilitasi Wakif dalam program pemberdayaan

ekonomi umat dan kegiatan sosial kemasyarakatan.

e. Deposito Rupiah

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang rupiah. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

f. Referral Retail Brokerage Merupakan layanan referral produk-produk investasi kepada nasabah potensial bekerjasama dengan perusahaan sekuritas.

g. SBSN Ritel

SBSN Ritel, terdiri dari Sukuk Negara Ritel dan Sukuk Tabungan

1. Sukuk Negara Ritel adalah Sukuk Negara yang dijual kepada individu atau perseorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri

2. Sukuk Tabungan adalah produk investasi syariah yang ditawarkan oleh Pemerintah kepada individu Warga Negara Indonesia, sebagai tabungan investasi yang aman, mudah, terjangkau, dan menguntungkan.

5) Emas

Produk Emas Unggulan dari kami

a. BSI Cicil Emas

Dapatkan emas sekarang dengan angsuran tetap dan ringan tanpa risau dengan harga emas kemudian.

b. BSI Gadai Emas

Gadai Emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas

sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

## 6) Haji dan Umroh

Beragam produk haji dan umroh unggulan

### a. BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

### b. BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

## 7) Transaksi

Produk dan layanan untuk menunjang transaksi kamu

### a. BSI Giro Rupiah

Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Debit, Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata

uang rupiah.

b. BSI Giro Valas

Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang valas.

8) Prioritas

Layanan Istimewa Bagi Pribadi Muslim Istimewa

a. BSI Prioritas

Merupakan layanan eksklusif dengan fasilitas istimewa dari bank syariah Indonesia kepada nasabah perorangan terpilih.

b. BSI Private

Merupakan layanan eksklusif dengan fasilitas istimewa dari bank syariah Indonesia yang di buat kepada nasabah perorangan yang memiliki saldo akumulatif minimal sebesar Rp 5 miliar.

c. Safe Deposite Box (SDB)

Merupakan suatu wadah harta atau surat berharga, yang ditempatkan pada suatu ruang khazanah yang dirancang secara khusus dari bahan baja yang kokoh, tahan bongkar dan tahan api untuk menjaga keamanan barang yang disimpan dan kenyamanan penggunaanya.<sup>64</sup>

<sup>64</sup> Laman Resmi Website Bank Syariah Indonesia, <https://bankbsi.co.id/> di akses pada tanggal 28 Mei 2021

## 5. Struktur Organisasi Perusahaan dan Deskripsi Tugas

Struktur organisasi merupakan salah satu hal penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi yang secara langsung membuat skema wewenang dan tanggung jawab tiap-tiap anggota organisasi pada setiap pekerjaan demi terwujudnya tujuan organisasi tersebut. Selain itu struktur organisasi sering disebut bagan atau skema organisasi dengan cara memberikan gambaran secara skematis tentang hubungan pekerjaan antara orang yang satu dengan lainnya yang terdapat dalam satu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Demikian pula halnya dengan PT Bank Syariah Indonesia, personilnya melakukan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab dan wewenangnya masing-masing dan satu sama lainnya saling berhubungan dalam usaha menciptakan tujuan perusahaan yang akan dicapai.

Untuk lebih jelasnya, akan digambarkan struktur organisasi PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar, sebagai berikut:<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Makassar



Berikut ini di jelaskan secara singkat mengenai tugas setiap bagian pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar:

#### 1. Kepala Cabang (Branch Manager)

- a. Mengelola secara optimal sumber daya cabang agar dapat mendukung kelancaran operasi cabang.
- b. Mengkordinir rencana kerja dan anggaran perusahaan (RKAP) tahunan cabang.
- c. Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai tingkat volume atau sasaran yang telah ditetapkan baik pendanaan maupun jasa-jasa.

#### 2. Pemimpin Bidang Operasional (Operasional Manager)

- a. Membantu Pemimpin Cabang terhadap pelaksanaan fungsi pokok unit pelayanan nasabah dan unit operasional.
- b. Mengontrol pelaksanaan fungsi pokok unit pelayanan nasabah dan unit operasional.

#### 3. Manager Bisnis (Business Manager)

- a. Bertanggung jawab pada pelaksanaan fungsi bisnis
- b. Mengontrol pelaksanaan fungsi pokok unit pelayanan nasabah dan unit operasional.

#### 4. OSH (Operasional Service Head)

- a. Menyelenggarakan pelayanan dan pengadministrasian atas transaksi-transaksi jasa perbankan serta pemupukan dana kantor cabang.
- b. Menyelenggarakan pembukuan *accounting* atas transaksi pembiayaan di kantor cabang.
- c. Menyelenggarakan pelaporan transaksi kegiatan jasa-jasa perbankan pemupukan dana, posisi likuiditas dan pembiayaan di kantor cabang sesuai pedoman atau ketentuan yang berlaku.

#### 5. Processing

- a. Memastikan bahwa semua pembiayaan, penambahan pembiayaan telah mendapatkan persetujuan pejabat yang berwenang sesuai dengan limit.
- b. Memastikan kebenaran administrasi atas pembiayaan yang diberikan.

- c. Memeriksa kelengkapan dan keabsahan nota administrasi pembiayaan.
- d. Memastikan bahwa fisik jaminan sesuai dengan nilai dan lokasinya.

#### 6. Unit Branch Internal Control

Dimana unit tersebut merupakan unit yang berdiri sendiri/independent dan tidak dibawah lagi oleh pemimpin cabang melainkan langsung dibawah Devisi Kepatuhan. Unit tersebut sebelumnya disebut Control Internal , tugas- tugas pokoknya adalah :

- a. Melakukan pengawasan dengan cara melaksanakan pemeriksaan terhadap aktivitas unit sehari-hari.
- b. Melakukan pemeriksaan atas aktivitas unit secara harian, berkala atau mendadak.
- c. Menindaklanjuti temuan SPI/AUDIT, baik internal maupun eksternal.

#### 7. Unit Pemasaran Bisnis (Marketing)

- a. Memasarkan produk jasa perbankan kepada nasabah/calon nasabah.
- b. Memperbanyak penjualan silang (*Cross Selling*) kepada nasabah/calon nasabah.
- c. Mengelola permohonan pembiayaan.
- d. Melakukan pemantauan nasabah/kolektibilitas pinjaman.
- e. Melakukan penyelamatan/penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- f. Membantu kantor besar atau cabang lain di bidang pemasaran bisnis.
- g. Melayani dan mengembangkan hubungan dengan nasabah *wholesale* dan *middle*.
- h. Mencari nasabah-nasabah baru dan memperkenalkan dan menawarkan produk perbankan.
- i. Melakukan penelitian potensi ekonomi daerah maupun kegiatan usaha setempat.

#### 8. Unit Operasional

- a. Mengelola administrasi pembiayaan.
- b. Mengelola administrasi keuangan.
- c. Mengelola administrasi Dalam Negeri dan Luar Negeri.
- d. Mengelola administrasi umum, logistik dan kepegawaian.

### 9. Costumer Service

- a. Mengerjakan dan menyelesaikan semua operasional baik berupa tabungan, deposito, inkaso secara umum ataupun operasional pembayaran dan pembukuannya.
- b. Memberikan pelayanan kepada nasabah dengan pedoman pada sistem pedoman operasional yang benar sehingga kedua pihak merasa puas.
- c. Memberikan informasi dan penjelasan kepada nasabah mengenai produk yang ditawarkan oleh Bank atau yang ditanyakan oleh nasabah.

### 10. Teller

- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berhubungan dengan penerimaan dan penarikan uang.
- b. Mencatat semua transaksi yang terjadi setiap hari.
- c. Membuat laporan atas transaksi-transaksi yang terjadi kemudian dilaporkan kepada bagian pembukuan.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Dokumen Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Tahun 2021, *Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar*, h.2.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis yang diperoleh dari Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia di Bank Syariah Indonesia dan diolah dengan menggunakan model SmartPLS 2.0.

#### a. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Minat Nasabah ( $\alpha$ )

Tabel 4.3 Minat Nasabah

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X <sub>1</sub> (Religi)	29	28	3	-	-
2	X <sub>2</sub> (Persaudaraan)	19	37	4	-	-
3	X <sub>3</sub> (Kepuasan)	19	32	8	-	-

Kesimpulan :

X<sub>1</sub> : Untuk indikator (Religi) yang memiliki kategori setuju sebanyak 29 responden atau 48,33%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Minat Nasabah.

$X_2$ : Untuk indikator (Persaudaraan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 37 responden atau 61,66%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Minat Nasabah.

$X_3$ : Untuk indikator (Kepuasan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 32 responden atau 53,33%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Minat Nasabah.

## 2. Bank Syariah ( $\beta$ )

Tabel 4.4 Bank Syariah

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	$X_4$ (Pelayanan)	30	28	2	-	-
2	$X_5$ (Kepastian)	17	38	5	-	-
3	$X_6$ (Kepercayaan)	27	28	4	-	-

### Kesimpulan :

$X_4$ : Untuk indikator (Pelayanan) yang memiliki kategori setuju 30 responden atau 50%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Bank Syariah.

$X_5$ : Untuk indikator (Kepastian) yang memiliki kategori setuju 38 responden atau 63,33%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Bank Syariah.

$X_6$ : Untuk indikator (Kepercayaan) yang memiliki kategori setuju 28 responden atau 46,66%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Bank Syariah.

### 3. Pengembangan ( $\gamma$ )

Tabel 4.5 Pengembangan

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	$Y_1$ (Promosi)	18	31	10	-	-
2	$Y_2$ (Pemasaran)	18	31	11	-	-
3	$Y_3$ (Kerjasama)	31	26	3	-	-

Kesimpulan :

$Y_1$ : Untuk indikator (Promosi) yang memiliki kategori setuju 31 responden atau 51,66%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pengembangan.

Y<sub>2</sub>: Untuk indikator (Pemasaran) yang memiliki kategori setuju 31 responden atau 51,66%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pengembangan.

Y<sub>3</sub>: Untuk indikator (Kerjasama) yang memiliki kategori setuju 31 responden atau 51,66%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel Pengembangan.

#### b. Uji Validasi dan Realibility

Diperoleh nilai validasi dan reliability digunakan *composite reliability* dengan nilai diatas 0,70 ( $>0,60$ ) Minat Nasabah 0,79  $>0,60$  jadi data tersebut kurang reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronbachs Alpha* dengan nilai (0,05) digunakan 0,60 $>0,05$  sangat valid. Bank Syariah 0,78 $<0,60$  jadi data tersebut sangat reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Composite reliability* dengan nilai (0,05) digunakan 0,87 $>0,05$  sangat valid. Pengembangan nilai 0,87 $>0,60$  jadi data tersebut kurang reliability. Untuk Nilai validasi digunakan *Composite reliability* dengan (0,05) digunakan 0,92 $>0,05$  Sangat valid. Model Specification sebagai berikut :

##### 1. Measurement Model Specification

Measurement Model Specification adalah pengukuran Mean (rata2) hasil idification yang terdiri dari X1 sampai dengan X3 Untuk variabel Minat Nasabah, X4 sampai dengan X6 untuk variabel Bank Syariah, dan variabel Pengembangan Y1 sampai dengan Y3 adalah terlihat dari olah data menunjukkan pada veriabel Minat Nasabah adalah X1 rata2 $>4$ , X2 rata2 $>4$ , X3

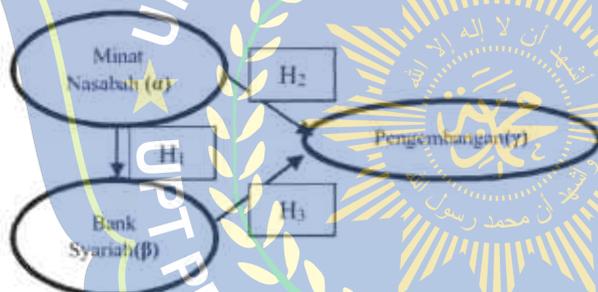
rata2>4. Pada variabel Bank Syariah X4 rata2>4, X5rata2>4, X6 rata2>4. Pada variabel Pengembangan adalah Y1 rata2 >4, Y2 rata2>4, Y3 rata2>4, Y4 rata2>4.

## 2. Manifest Variabel Scores (Original)

- ✓ Variabel Minat Nasabah ( $\beta$ )
- ✓ Variabel Bank Syariah ( $\gamma$ )
- ✓ Variabel Pengembangan ( $\theta$ )

Manifest di variabel Minat Nasabah telah diukur dari (X1 sampai dengan X3) dan variabel Bank Syariah telah diukur dari (X4 sampai dengan X6) dan Variabel Pengembangan telah diukur dari (Y1 sampai dengan Y3).

## 3. Struktural Model Specification



**Gambar 4.6 Model Specification**

Ini adalah struktur (*Path Model*) model jalur pengaruh Variabel ( $\alpha$ ) terhadap Variabel ( $\gamma$ ), Variabel ( $\gamma$ ) terhadap Variabel ( $\theta$ ) dan variabel ( $\alpha$ ) terhadap Variabel ( $\theta$ ). Partial Lear Square, untuk diketahui Kriteria quality, Dapat di lihat dari :

- ✓ Overview
- ✓ Redudancy
- ✓ Cronbachs Alpha
- ✓ Latent Variable Correlations
- ✓ R Square
- ✓ AVE ( Average Variance Extracted)

- ✓ Commuality
- ✓ Total Effects
- ✓ Composite Reliability

Struktur Model Specification, Hasil olah data diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.6 Overview**

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
<b>MINAT NASABAH</b>	0,561437	0,7919		0,604432	0,561436	
<b>BANK SYARIAH</b>	0,699324	0,874326	0,654092	0,783446	0,699324	0,456285
<b>PENGEMBA NGAN</b>	0,794669	0,920652	0,71167	0,870473	0,794669	0,225271

**Tabel 4.7 Redudancy**

	Redundancy
<b>MINAT NASABAH</b>	
<b>BANK SYARIAH</b>	0,456245
<b>PENGEMBA NGAN</b>	0,225271

Tabel 4.8 Cronbachs Alpha

	Cronbachs Alpha
MINAT NASABAH	0,604432
BANK SYARIAH	0,783446
PENGEMBA NGAN	0,870473

Tabel 4.9 Latent Variabel Correlations

	MINAT NASABAH	BANK SYARIAH	PENGEMB ANGAN
MINAT NASABAH	0,80876	1	
BANK SYARIAH			
PENGEMBA NGAN	0,753282	0,837189	

Tabel 4.10 R Square

	R Square
MINAT NASABAH	
BANK SYARIAH	0,654092
PENGEMBA NGAN	0,71767

Tabel 4.11 AVE

	AVE
MINAT NASABAH	0,561437
BANK SYARIAH	0,699324
PENGEMBA NGAN	0,794669

Tabel 4.12 *Communality*

	Communality
MINAT NASABAH	0,561436
BANK SYARIAH	0,699324
PENGEMBA NGAN	0,794669

Tabel 4.13 *Total Effects*

	MINAT NASABAH	BANK SYARIAH	PENGEMBA NGAN
MINAT NASABAH	0,80876		0,837189
BANK SYARIAH			0,220283
PENGEMBA NGAN			

Tabel 4.14 *Composite Reability*

	Composite Reliability
MINAT NASABAH	0,7919
BANK SYARIAH	0,874326
PENGEMBA NGAN	0,920652

## 2. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran adalah evaluasi hubungan antar konstruk dengan indikatornya. Evaluasi ini meliputi dua tahap, yaitu evaluasi terhadap *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. *Convergent validity* dapat dievaluasi dalam tiga tahap, yaitu indikator validasi, reliabilitas konstruk, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Indikator validitas dapat dilihat dari nilai faktor loading. Bila nilai faktor loading suatu indikator lebih dari 0,5 dan nilai t statistik lebih dari 2,0 maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya, bila nilai loading factor kurang dari 0,5 dan memiliki nilai t statistik kurang dari 2,0 maka dikeluarkan dari model.

Semua loading faktor memiliki nilai t statistik lebih dari 2,0 sehingga jelas memiliki validitas yang signifikan. Nilai t statistik untuk loading variabel Minat Nasabah  $X_1$  sampai dengan  $X_3$ , untuk variabel Bank Syariah  $X_4$  sampai dengan  $X_6$ , dan variable Pengembangan  $Y_1$  sampai dengan  $Y_3$  adalah valid.

Syarat jika factor loading  $> 0,5$  dan nilai t statistik  $< 2,0$  maka dikeluarkan dari model. Dan untuk model penelitian tersebut yang dimana:

a. Variabel Minat Nasabah ( $\beta$ ) yang dimana :

$$X_1 (25.914) > 0,5$$

$$X_2 (7.968) > 0,5$$

$$X_3 (13.373) > 0,5$$

Artinya nilai faktor loading  $> 0,5$ . Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar valid.

b. Variabel Bank Syariah ( $\gamma$ ) yang dimana:

$$X_4 (22.328) > 0,5$$

$$X_5 (14.763) > 0,5$$

$$X_6 (51.274) > 0,5$$

Artinya nilai faktor loading  $> 0,5$ . Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar valid.

c. Variabel Pengembangan ( $\delta$ ) yang dimana:

$$Y_1 (50.566) > 0,5$$

$$Y_2 (52.533) > 0,5$$

$$Y_3 (33.009) > 0,5$$

Olah data tersebut menunjukkan faktor loading  $> 0,5$  yang diartikan data sangat akurat (valid).

Tabel 4.15 *Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
X1 < MINAT NASABAH	0,87042	0,847999	0,031472	0,031472	26,91409
X2 < MINAT NASABAH	0,690355	0,677516	0,086638	0,086638	7,968292
X3 < MINAT NASABAH	0,700171	0,709202	0,052359	0,052359	13,3726
X4 < BANK SYARIAH	0,841881	0,842164	0,037706	0,037706	22,32758
X5 < BANK SYARIAH	0,776453	0,778967	0,052593	0,052593	14,76341
X6 < BANK SYARIAH	0,886752	0,889488	0,017294	0,017294	51,2745
Y1 < PENGEMBA NGAN	0,907202	0,906116	0,017941	0,017941	50,56642
Y2 < PENGEMBA NGAN	0,907753	0,909234	0,01728	0,01728	52,53323
Y3 < PENGEMBA NGAN	0,858473	0,86295	0,026007	0,026007	33,0092

Pemeriksaan selanjutnya dari *Convergent Validity* adalah Reliabilitas kontrak dengan melihat *output composite reliability* atau *cronbach's alpha*. Kriteria dikatakan *reliable* adalah nilai *composite reliability* atau *cronbach's alpha* lebih dari 0,60. Dari output berikut menunjukkan kontrak Bank Syariah memiliki nilai *cronbach's alpha* -0,783446, kurang dari 0,60. Tetapi, bila dilihat dari nilai *composite reliability*, nilainya 0,874326 (>0,60), sehingga tetap

dikatakan *reliable*. Konstrak lainnya memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* diatas 0,60. Pemeriksaan terakhir dari *convergent validity* yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0,50. Berdasarkan tabel berikut, semua nilai AVE Konstrak word of mouth, pembiayaan mikro iB hasanah, minat nasabah ada yang tidak memiliki nilai AVE diatas 0,50.

Tabel 4.16 Overview

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
MINAT NASABAH	0,561437	0,7919		0,604432	0,561436	
BANK SYARIAH	0,699324	0,874326	0,654092	0,783446	0,699324	0,456285
PENGEMBA NGAN	0,794669	0,920652	0,71767	0,870473	0,794669	0,225271

Pemeriksaan selanjutnya dari *convergent validity* adalah reliabilitas konsrtak dengan melihat *output composite reliability* atau *cronbach's alpha* lebih dari 0,60. Dari output berikut menunjukkan konstrak NORM memiliki nilai *cronbach's alpha* 0.604432 ( $>0,60$ ), sehingga tetap dikatakan *reliable*. Konstrak lainnya memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's* diatas 0,60. Pemeriksaan terakhir dari *convergent validity* yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0,50. Berdasarkan table berikut, semua nilai AVE konstrak Attitude, Enjoyment, Intention, Norm, dan Trust memiliki nilai diatas 0,50.

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan dalam dua tahap, yaitu melihat nilai *cross loading* dan membandingkan antara nilai kuadrat korelasi antara konstrak dengan nilai AVE atau antara konstrak dengan akar AVE. Kriteria dalam *cross*

loading adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstraknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Hasil output cross loading adalah sebagai berikut :

**Table 4.17 Cross Loadings**

	MINAT NASABAH	BANK SYARIAH	PENGEMBA NGAN
X1	0,847042	0,662621	0,691305
X2	0,690355	0,433455	0,618864
X3	0,700171	0,694628	0,571115
X4	0,658184	0,841881	0,560062
X5	0,663348	0,776453	0,594527
X6	0,705354	0,886752	0,723889
Y1	0,796607	0,653418	0,907202
Y2	0,723589	0,687982	0,907753
Y3	0,715534	0,674743	0,858473

Korelasi X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, konstruk attitude adalah 0,847042 < 0,60 dan 0,690355, 0,700171, Nilai korelasi indikator tersebut lebih tinggi dari 0,60. Berbeda halnya dengan indikator X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>, X<sub>6</sub> yang berkorelasi lebih rendah dengan konstruk Enjoyment.

Berdasarkan tabel cross loading di atas, setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan antara korelasi dengan konstruk akar AVE konstruk. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18 Latent Variable Correlations

	MINAT NASABAH	BANK SYARIAH	PENGEMBA NGAN
MINAT NASABAH	0,80876	1	
BANK SYARIAH	1		
PENGEMBA NGAN	0,753282	0,837189	1

### 3. Evaluasi Model Struktural

Setelah pemeriksaan model pengukuran terpenuhi, maka selanjutnya adalah pemeriksaan terhadap model struktural. Pemeriksaan ini meliputi signifikan hubungan jalur dan nilai R Square.

Tabel 4.19 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
MINAT NASABAH -> PENGEMBA NGAN	0,220283	0,222621	0,109338	0,109338	2,016543
MINAT NASABAH -> BANK SYARIAH	0,80876	0,814722	0,036216	0,036216	22,33182

BANK SYARIAH -> PENGEMBANGAN	0,659033	0,659217	0,096779	0,096779	6,809693
------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------

Berdasarkan tabel Path Coefficients di atas, hubungan jalur yang signifikan adalah Minat Nasabah terhadap Bank Syariah (Hipotesis 1), Minat Nasabah terhadap Pengembangan (Hipotesis 2), dan Bank Syariah terhadap Pengembangan (Hipotesis 3), karena memiliki nilai t statistik lebih besar dari 2,0

Nilai akhir R Square adalah sebagai berikut :

Tabel 4.20 R Square

	R Square
MINAT NASABAH	
BANK SYARIAH	0,654092
PENGEMBANGAN	0,71767

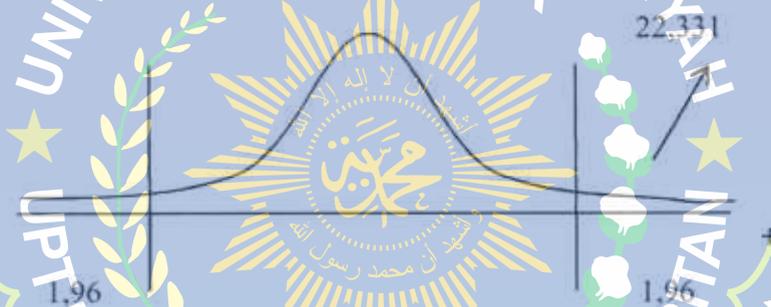
Nilai R Square Bank Syariah adalah 0,654092, Artinya Minat Nasabah dan Bank Syariah secara simultan mampu menjelaskan *variability* sebesar 6%.

Nilai R Square Pengembangan adalah 0,71767, Artinya Minat Nasabah dan Pengembangan secara simultan mampu menjelaskan *variability* sebesar 7%.

#### 4. Jawaban Hasil Penelitian

##### 1. Variabel Minat Nasabah terhadap Variabel Bank Syariah PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.

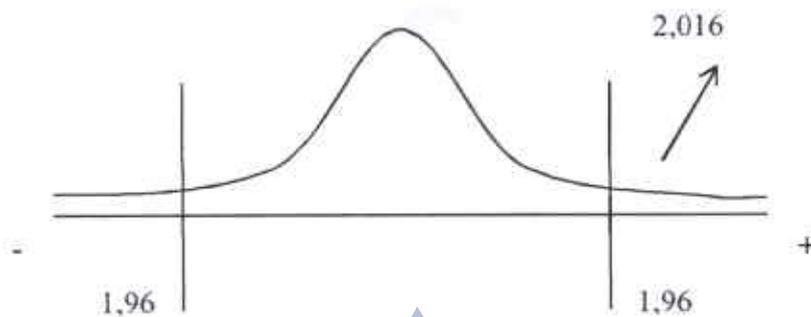
Hasil pengujian *outher* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara Variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan sebesar 22,331 Sedangkan berdasarkan tabel distribusi menunjukkan bahwa  $t_{hitung}=22,331$  Lebih besar dari  $t_{tabel}=1,960$  dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 1 di terima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Minat Nasabah terhadap variabel Pengembangan.



##### 2. Variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap Variabel Pengembangan di PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.

Hasil Pengujian *outher* model yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hubungan antara Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah di PT Bank Syariah Indonesia KC Unismuh Makassar sebesar 2,016 Sedangkan berdasarkan tabel distribusi  $t$  menunjukkan bahwa  $t_{hitung}=2,016$  Lebih besar dari  $t_{tabel}=1,960$  dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 2 di terima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Minat

Nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah.



### 3. Variabel Bank Syariah berpengaruh terhadap Variabel Pengembangan pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar .

Hasil pengujian *outhe* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Bank Syariah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan PT Bank Syariah Indonesia KC Unismuh Makassar sebesar 6,809. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi *t* menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 6,809$  Lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,960$  dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 3  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak karena tidak berpengaruh antara variabel Pembiayaan Mikro (B Hasanah terhadap variabel Minat Nasabah.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Pengembangan. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Minat Nasabah dapat memengaruhi Pengembangan secara signifikan.
2. Variabel Minat Nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Minat Nasabah dapat memengaruhi Bank Syariah.
3. Variabel Bank Syariah pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar berpengaruh terhadap variabel Pengembangan. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Bank Syariah dapat memengaruhi Pengembangan.

#### B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan secara rinci, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada perusahaan agar dapat menambah inovasi produk yang terbaik, khususnya kepada nasabah dalam melakukan transaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.
2. Disarankan agar perlunya perusahaan memperluas jaringan kedaerah-daerah dengan membuka banyak cabang dan mampu membantu masyarakat di

berbagai transaksi.

3. Diharapkan kepada perusahaan agar perlunya memberikan serta mempertahankan kualitas layanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar.

### C. Rekomendasi

Terhadap pengaruh variabel Minat Nasabah terhadap variabel Bank Syariah dari hasil olahan data diperoleh variabel nasabah berpengaruh terhadap variabel Bank Syariah baru diperoleh pada tingkatan nilai berpengaruh belum menunjukkan tingkat signifikan, kondisi tersebut menjadi perhatian oleh penelitian karena minat nasabah belum menunjukkan pengaruh signifikan oleh karena itu disarankan sebagai rekomendasi sebagai berikut:

1. Minat Nasabah senantiasa dipelihara melalui pelayanan yang optimal dari Bank Syariah dengan melakukan evaluasi secara rutin dan menerima masukan dari customer atau pelanggan dimana pelayanan yang optimal dapat diyakini akan memperoleh peningkatan minat nasabah setiap tahunnya, selanjutnya dilakukan evaluasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, Rono. 2013. Kompasiana. Menciptakan Nilai Untuk Nasabah dengan Strategi Customer . "Pentingnya Etika Dalam Pelayanan," Kompasiana online. 28 Mei 2013. <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/pentingnya-etika-dalam-pelayanan-562443.html> (03Mei2015).
- Arikunto, Suhasimi. 2001. *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astusi, Tri, Indah Mustikawati. *Jurnal Nominal*. Vol. 2 (1).
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Dokumen Bank Syariah Indonesia KC Unismuh Tahun 2021, *Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan Bank Syariah Indonesia KC Unismuh Makassar*.
- Dwiyanti, Esthi. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)* (Thesis: Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang).
- Ejournal, uinsamata.ac.id diakses 10 Oktober 2018.
- Ejournal. 2021. *Misi besar Bank Syariah Indonesia*. Bisnis Indonesia.
- Fahmi, Irham. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Partial Least Square, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, Semarang.
- Hamidi, Jazim, dkk. 2016. *Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur Terhadap Bank Syariah*.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hery Gunardi, Hery. 2021. *Bank Syariah Indonesia Bisa Bantu Pulihkan Ekonomi*.
- Husein, Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein. Umar. 2001 *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kasmir. 2011. *Dasar-Dasar Perbankan*, Cet. IX, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Koller, Philip, Kevin Lane Keller. 2008 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kompas, *Inklusif Untuk Semua*, (t.t.: Februari 2021)
- Kompas. 2021. *Bank Syariah Indonesia Perkuat Ekosistem Industri Halal*.
- Kompasiana. 2013. "Pentingnya Etika Dalam Pelayanan," Kompasiana online. <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/pentingnya-etika-dalam-pelayanan-562443.html>.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Principles Of Marketing*, 16 Tahun Edition (England: Pearson Education Limited).
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jakarta; PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas, Cet. II; Indonesia; PT Indeks.
- Kusuma, Habi Aldi. 2020. "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.
- Kwee, Hans. 2021. *Amunisi Baru Pemulihan Ekonomi : Bisnis Indonesia*.
- Laman Resmi Website Bank Syariah Indonesia, <https://bankbsi.co.id/> di akses pada tanggal 28 Mei 2021
- Madani, 2014. *Ayat-Ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Mamang Sangadji, Etta, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Maria Wardayani, Siti. 2011. Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah, *Walisongo*. Vol. 19 (1).
- Mosahab, R., Mahamad, O dan Ramayah, T. 2010. "Service Quality, Customer Satisfaction dan Loyalty: A Test of Mediation, International Business Researc," Vol. 3 (2).
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Muhaimin. 1994. *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani*. Semarang: IKIP.
- Muhammad. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga.
- Namawi, Ismail. 2010. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Noor, Ruslan A.G. 2013. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar.
- Nursyamsi, Muhammad, Lida Puspaningtyas. 2020. *Merger Bank Syariah BUMN Dimulai*.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Perbankan Syariah", 2017, [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), (7 November)
- Parasuraman. 1994. "Alternative Scales of Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric dan Diagnostic Criteria," *Journal Of Retailing*, Vol 70.
- Perwangsa Nuralam, Inggang. 2018. *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia*. Edisi Pertama Cet. I; Yogyakarta: Deepublish.
- Pribadi. 2007. "Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada Bri Cabang Blora Dan Unit Online-nya". *JSMO* Vol. 4 (2).
- Rahardjo, Ventje. 2021 *Bank Syariah Indonesia Beroperasi*.
- Rusdianto, Hutomo, Chanafi Ibrahim. 2006 *Equilibrium ; Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 (1).
- S.P Hasibuan, Malayu. 2004. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sejarah Perseroan. "Perbankan Syariah", 2021, [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html), (1 Februari)
- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*.
- Sudarsono, Heri. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonesia.
- Sudjana. 1996. *Metode Statistika*. Edisi ke enam, Bandung: Penerbit Tarsito.
- Suharyat, Yayat. 2009. *Hubungan antara Sikap Minat Dan Perilaku Manusia*. Region Vol. I (2).
- Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk. KCP Unismuh Makassar.
- Thamrin Abdullah, Thamrin, Francis Tanti. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tim Penyusun Kamus. 1970. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi kedua Cet. IX; Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Penyusun Kamus. 1970. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi kedua, Cet. IX; Jakarta: Balai Pustaka.
- Usman, Rachmadi. 2012. *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika
- Wahab, Wirdayani. 2016. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. I (2).
- Wahab, Wridayani. 2017. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 2 (1).
- Yulianti Rahmah. 2015. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, No 1.  
<http://www.ir-bankbsi.com> di akses pada tanggal 26 Juni 2021.



## RIWAYAT HIDUP



Haenun Nurjanna, lahir di Jakarta pada tanggal 29 April 1999. Anak ketiga dari pasangan Bapak Aminuddin Aco dan Ibu Tuti Alwiyah.

Menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SDN Inpres Perumnas dan lulus pada tahun 2012, kemudian pada tahun yang sama melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 33 Makassar dan lulus pada tahun 2015, setelah lulus pada tahun tersebut penulis melanjutkan Pendidikan di tingkat SMA tepatnya di SMA Negeri 9 Makassar dan lulus pada tahun 2018, setelah menyelesaikan studi atas Ridho Allah Subhanahu Wata'ala dan restu kedua orang tua, penulis melanjutkan Pendidikan pada jenjang perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam Program Studi Hukum Ekonomi pada tahun 2018. Berkat petunjuk dan pertolongan Allah Subhanahu Wata'ala serta usaha dan di sertai do'a dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar).

Haenun Nurjanna  
105251101618



## 1. Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian



PT Bank Syariah Indonesia Tbk  
 KEP. Makassar Unsurin  
 Jl. Sultan Alauddin No. 2  
 Makassar 90222  
 Indonesia  
 T +6221340117  
 F +6221340117  
 www.bsi.co.id

### SURAT KETERANGAN

No. 02/59-3/0300

PT Bank Syariah Indonesia yang berkedudukan di Jalan Sultan Alauddin No.2 Makassar, dengan ini menerangkan bahwa

Nama Mahasiswa : Fajriah Nurjannah  
 NIM : 05251101611  
 Prodi/Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
 Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah melaksanakan Penelitian/Riset di PT Bank Syariah Indonesia Makassar KC Unsurin Makassar dengan judul skripsi "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar)"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 18 Juli 2022

PT Bank Syariah Indonesia  
 KC Unsurin Makassar

*Andi Eugina Fauziah*

Branch Operation & Service Manager





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 291 Telp. 0411-7221772 Fax. 0411-72601988 Makassar 90221 E-mail: Ap.Lembamuhmah@pkm.com



Nomor 2057/05/C.4-VIII/VI/40/2022  
Lamp 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal Permohonan Izin Penelitian  
Kepada Yth,  
Pimpinan  
PT. Bank Syariah Indonesia  
di -  
Makassar

09 Dzulqadha 1443 H  
08 June 2022 M

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor 624/FM/05/A.2-II/VI/1443/2022 tanggal 8 Juni 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama: HAENUN NUGJANNA  
No. Stambuk: 105251101618  
Fakultas: Fakultas Agama Islam  
Jurusan: Hukum Ekonomi Syariah  
Pekerjaan: Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan skripsi dengan judul:

"Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Pengembangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Makassar)"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 11 Juni 2022 s.d. 11 Agustus 2022

Selubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan penelitian sesuai keperluan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu Khasiatun Kabiraa.

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.  
NIM 101 7716

## 2. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER

Kepada Yth :  
Bapak/Ibu/Sdr/i/Nasabah  
PT Bank Syariah Indonesia

Dengan Hormat,  
Assalamualaikum Wr,Wb.

Yang mengajukan permohonan untuk pengisian kuesioner ini :

Nama : Haenun Nurjanna  
Nim 105251101618  
Status : Mahasiswa Program Sarjana (S1) Fakultas Agama Islam  
dan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas  
Muhammadiyah Makassar

Memohon dengan kerendahan hati, agar bapak/ibu/saudara/i/ dapat mengisi kuesioner penelitian ini yang berjudul "ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM PENGEMBANGAN BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA KOTA MAKASSAR)".

Mengingat kuesioner ini digunakan untuk penelitian ilmiah (skripsi), sebagai salah satu syarat untuk mengakhiri studi di Fakultas Agama Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Makassar, saya mengharap jawaban yang diberikan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i akan tetap terjaga sesuai dengan kode etik yang berlaku.

Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Fastabiqul Khaerati

Makassar, 14 Juni 2022

Hormat Penulis,

Haenun Nurjanna

NIM : 105251101618

## Angket Bagian II

*Petunjuk Pengisian* : berilah tanda check list (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia dan sesuai dengan pengalaman anda.

Keterangna Jawaban :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

### 1. Minat Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>X<sub>1</sub></b>	<b>Religi</b>					
1.	Sebagai seorang muslim yang beriman memiliki sikap yang religi terhadap perbankan syariah					
2.	Menyampaikan kebaikan sebagai peserta Bank Syariah Indonesia sesama muslim					
3.	Sifat religi dari seorang nasabah selalu jujur dalam transaksi perbankan					
<b>X<sub>2</sub></b>	<b>Persaudaraan</b>					
1.	Sebagai seorang peminat nasabah Bank Syariah Indonesia senantiasa mengajak kepada sesamanya dalam menumbuhkan minat terhadap Bank Syariah Indonesia					
2.	Sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia menjalin silaturahmi lintas persaudaraan					
3.	Memupuk persaudaraan dalam melestarikan sebagai nasabah					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>X<sub>3</sub></b>	<b>Kepuasan</b>					
1.	Sebagai nasabah selama ini saya merasa puas atas pelayanan yang prima dari perbankan					
2.	Pelayanan yang diberikan dari Bank Syariah Indonesia tersebut menjadi kepuasan tersendiri sebagai pelanggan					
3.	Sebagai nasabah kepuasan pelayanan tersebut menjadi promosi bagi pengembangan nasabah					
<b>X<sub>4</sub></b>	<b>Pelayanan</b>					
1.	Sebagai pelanggan menikmati pelayanan yang					

	prima dari Bank Syariah Indonesia					
2.	Costumer service Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar memberikan pelayanan dengan sopan, ramah dan senyum dalam melayani nasabah					
3.	Costumer service Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar memberikan informasi kepada calon nasabahnya dengan jelas					
<b>X5</b>	<b>Kepastian</b>					
1.	Saya tertarik dengan konsep pelayanan yang mengutamakan kepastian					
2.	Pelayanan dengan manajemen keteraturan dan melahirkan nilai-nilai kepastian					
3.	Saya merasa mendapatkan manfaat dari sistem pelayanan yang teratur dan pasti					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>X6</b>	<b>Kepercayaan</b>					
1.	Saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi dan keamanan data nasabah dalam setiap transaksi di Bank Syariah Indonesia					
2.	Produk Bank Syariah Indonesia berjalan sesuai syariah Islam dan mudah dijangkau oleh masyarakat					
3.	Saya merasa puas dengan produk Bank Syariah Indonesia sehingga saya tetap bertahan sebagai nasabah					
4.	Saya merasa aman mengambil produk Bank Syariah Indonesia karena kemudahan dalam setiap angsuran yang diberikan					

## 2. Pengembangan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Y1</b>	<b>Promosi</b>					
1.	Saya bersedia memberikan informasi yang positif tentang produk-produk Bank Syariah Indonesia kepada orang lain					

2.	Memberikan penampilan yang terbuka kepada publik menjadi trik promosi dari usaha pengembangan					
3.	Saya yakin bahwa dengan pelayanan yang baik akan mendorong nilai-nilai promosi dari perbankan syariah					
<b>Y<sub>2</sub></b>	<b>Pemasaran</b>					
1.	Saya tertarik dengan strategi dan kebijakan publik akan mendorong nilai-nilai pemasaran					
2.	Dalam upaya menngembangkan perbankan syariah dibutuhkan koneksi terhadap pelanggan melalui pemasaran produk					
3.	Saya tertarik dengan strategi hubungan masyarakat pelanggan yang menguatkan pemasaran					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Y<sub>3</sub></b>	<b>Kerjasama</b>					
1.	Karyawan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar melayani transaksi nasabah dengan cepat, akurat dan teliti					
2.	Bank Syariah Indonesia selalu memberikan laporan rekening yang tepat dan akurat					
3.	Saya puas dengan pelayanan karyawan Bank Syariah Indonesia karena dapat terjalin kerjasama antara nasabah dengan karyawan					
4.	Nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia karena produk tabungannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat					



## 4. Tabel Outer Loadings dan Path Coefficients

Tabel Outer Loadings

	MINAT NASABAH	BANK SYARIAH	PENGEMBA NGAN
X1	0,847042		
X2	0,690355		
X3	0,700171		
X4		0,841881	
X5		0,776453	
X6		0,886752	
Y1			0,907202
Y2			0,907753
Y3			0,858473

Tabel Path Coefficients

	MINAT NASABAH	BANK SYARIAH	PENGEMBA NGAN
MINAT NASABAH	0,80876		0,659033
PENGEMBA NGAN			
BANK SYARIAH			0,220283

5. Tabel Of Contents (Complete)



6. Dokumentasi

