

Pengaruh Kualitas Produk Tabungan *Wadiah* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat

Tata Irmala^{*1}, Azhar²

^{*1,2}*Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura*

^{*1}*email: tatairmala@gmail.com*

²*email: azhar@staijm.ac.id*

Keywords: *Product Quality, Wadiah Savings, Savings Decisions*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the quality of wadiah savings products on customer decisions to save at PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. This type of research is quantitative research using two data sources, namely primary and secondary. Data analysis uses classical assumption tests, hypothesis tests, and simple linear regression analysis. The results showed that there was a significant influence between the quality of wadiah savings products on savings decisions at PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. This is evidenced from data analysis using hypothesis tests, namely the t test which shows more signification values smaller than 0.05 or ($0.000 < 0.05$) and $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($6.628 > 1.98729$) then there is an influence of variable X on Variable Y. The quality of wadiah savings products affects the decision of customers to save at PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat by 32.5%. There is a positive or inconsistent relationship between the quality of wadiah savings products and the decision to save at PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, the better the quality of wadiah savings products offered by PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat then further improves the decision to save, and vice versa, the better the quality of wadiah savings products offered by PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat has further reduced the decision to save.

ABSTRAK

Keywords: *Kualitas Produk, Tabungan Wadiah, Keputusan Menabung*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan *wadiah* terhadap keputusan nasabah menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan menggunakan dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk tabungan wadiah terhadap keputusan menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini dibuktikan dari analisa data menggunakan uji hipotesis yaitu uji t yang menunjukkan lebih nilai signifikansi kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($6,628 > 1,98729$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Kualitas produk

tabungan wadiah mempengaruhi keputusan nasabah menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 32,5%. Terjadi hubungan positif atau sejalan antara kualitas produk tabungan *wadiah* dengan keputusan menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, semakin baik kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat maka semakin meningkatkan keputusan menabung, begitupun sebaliknya semakin tidak baik kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat maka semakin menurunkan keputusan menabung.

PENDAHULUAN

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan industri keuangan syariah secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan Operasional Perbankan Syariah di Indonesia. Sebelum tahun 1992, telah didirikan beberapa badan usaha pembiayaan non-Bank yang telah menerapkan konsep bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya. Hal tersebut menunjukkan kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah (Choir, 2011).

Adanya deregulasi UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dimana undang-undang ini dikeluarkan guna menjamin kepastian hukum bagi *stakeholders* dan sekaligus memberikan keyakinan kepada masyarakat terhadap Perbankan Syariah. Sehubungan dengan hal tersebut, pengaturan tersendiri bagi Perbankan Syariah merupakan hal yang mendesak dilakukan, untuk menjamin terpenuhinya prinsip-prinsip syariah, prinsip kesehatan Bank Syariah, dan yang tidak kalah penting dapat diharapkan memobilisasi dana dari negara lain yang mensyaratkan pengaturan terhadap Bank Syariah dalam undang tersendiri.

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih Bank yang akan memberikan keuntungan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan hal tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di Bank, karena bagaimanapun nasabah dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang

maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk lebih memacu pertumbuhan Bank, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat unggul dan mampu mengemban perannya secara maksimal. Untuk tujuan itu tentu diperlukan pemahaman tentang perilaku konsumen khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung (Asraf, 2014).

Masyarakat atau calon nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menentukan atau memutuskan untuk memilih menabung di bank mana. Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan. Untuk itu keputusan dapat dirasakan rasional atau irrasional dan dapat berdasarkan asumsi kuat atau asumsi lemah (Alam, 2020).

Dalam persaingan dunia Perbankan sedang berlomba menarik nasabah dengan menyajikan produk yang benar-benar dapat memberikan kepuasan yang signifikan. Konsumen akan memilih produk yang terbaik dari banyak pilihan yang sangat kompetitif. Oleh karena itu Bank harus memiliki kualitas produk yang baik untuk menarik minat masyarakat. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Salah satu tujuan dari pelaksanaan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi nasabah dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk, sehingga memudahkan nasabah dalam pengambilan keputusan menabung (Djunaedi, 2016).

Produk tabungan sebagai kegiatan usaha Bank dalam menghimpun dana dari masyarakat terbagi atas dua jenis akad yaitu tabungan dengan akad *mudharabah* sebagai tabungan dengan bentuk investasi, dan tabungan dengan akad *wadiah* sebagai tabungan dengan jenis simpanan murni. Akad *wadiah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendaknya. Tujuan dari akad *wadiah* ini adalah untuk menjaga keselamatan barang yang dititipkan dari kehilangan, kerusakan, pencurian, dan lain sebagainya. Barang titipan di sini adalah suatu benda berharga seperti uang, barang atau dokumen penting, maupun surat berharga dalam pandangan Islam (Sudarsono, 2013).

Paradigma saat ini produk tabungan lebih sesuai dengan akad *wadiah yad ad dhamanah*. Akad *wadiah yad ad dhamanah* adalah jasa penitipan dana dalam hal ini penitip atau nasabah dapat mengambil dana tersebut sewaktu-waktu. Dengan sistem *wadiah* Bank dibolehkan memberikan bonus kepada nasabah sebagai bentuk kompensasi kepada nasabah atas kepercayaan nasabah menabung di Bank tersebut. Perbedaan yang mendasar antara tabungan *wadiah* dengan *mudharabah* adalah pada risiko *safety* (Muhammad, 2015). Jika pada tabungan *mudharabah* terdapat kerugian, maka kerugian tersebut ditanggung oleh *shahibul maal* atau pemilik dana, sehingga kemungkinan dana tabungan bisa berkurang. Dalam tabungan *wadiah* tidak demikian, dana yang dititipkan sepenuhnya dapat kembali 100% kepada si penitip atau nasabah. Bila ada kerugian investasi dari dana *wadiah*, maka kerugian tersebut ditanggung oleh pihak Bank. Bila ada keuntungan yang timbul akibat kegiatan investasi yang berasal dari dana *wadiah*, maka sepenuhnya keuntungan tersebut milik Bank. Akan tetapi Bank boleh memberikan return atau insentif berupa bonus kepada nasabah tabungan *wadiah*, sebagai bentuk balas jasa telah menitipkan dananya di Bank tersebut. Karena pembagian bonus tidak diperjanjikan di awal, maka sepenuhnya hal ini menjadi kebijakan pihak Bank (Rianto, 2010).

Hal yang menarik dari tabungan *wadiah* ini adalah adanya keuntungan bonus bagi nasabah tanpa menanggung resiko kehilangan dananya, sehingga menyebabkan nasabah tertarik menggunakan produk ini. Dengan adanya bonus tersebut maka diharapkan masyarakat tertarik untuk menyimpan dananya di Bank syariah. Asumsinya dengan tinggi rendahnya bonus dapat menggambarkan kinerja keuangan di perbankan. Semakin tinggi insentif bonusnya maka kinerja perbankan semakin baik. Semakin tinggi tingkat pendapatan Bank maka akan berpengaruh pada porsi bonus tabungan *wadiah* (Ascarya, 2013).

Salah satu Bank yang menyediakan produk tabungan *wadiah* adalah PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat. Dalam perjalanannya, PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat telah banyak memberikan kemudahan bagi nasabahnya. Kemudahan tersebut dapat dilihat dari macam-macam produk yang saat ini dibutuhkan masyarakat. Diantara produk-produk tersebut adalah tabungan *wadiah*, tabungan haji, deposito *mudharabah*, pembiayaan *mudharabah*, *istishna* dan *salam*. Khusus dalam produk tabungan *wadiah*, PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan Bank syariah lainnya. Keunggulan tersebut terletak pada angka minimum tabungan *wadiah* hanya Rp. 10.000,- saja. Selain itu, PT.

Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat juga menggunakan sistim jemput bola, dimana nasabah yang ingin menabung tidak direpotkan harus pergi ke Bank, melainkan pegawai Bank yang akan menjemput langsung dana tersebut.

Keunggulan-keunggulan di atas menarik nasabah untuk menggunakan tabungan *wadiah* PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat sebagai opsi tabungannya. PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat selalu berusaha optimal dalam menarik minat nasabah. Salah satunya menerapkan pemasaran yang baik serta melihat faktor-faktor pemasaran dan memanfaatkannya dalam menarik minat nasabah. Ada empat faktor dalam pemasaran, di antaranya adalah produk (*product*), harga (*prize*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Tjiptono, 2011). Dalam hal ini PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat tentunya sudah memiliki produk yang akan dijual atau dikenalkan pada masyarakat, tinggal menentukan biaya atau harga. Produk tabungan *wadiah* dalam hal ini diukur berdasarkan kualitasnya atau kualitas produk tabungan *wadiah*. Dimensi kualitas produk diukur berdasarkan performa (kinerja), daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kemampuan, dan kesan kualitas itu sendiri.

Pada tiap dimensi kualitas produk tersebut akan diketahui pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat pada produk tabungan *wadiah*. Keputusan menabung nasabah merupakan proses pengenalan kebutuhan nasabah yang dipicu rangsangan internal terhadap informasi sebuah produk (Kotler, 2016).

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas produk perbankan adalah kemampuan produk atau jasa layanan perbankan dalam memenuhi fungsi yang ada di dalamnya (Kotler, 2012). Tabungan *Wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdsarkan akad *Wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadiah*, Bank Syariah menggunakan akad *Wadiah yad dhamanah*. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uangnya. Sedangkan Bank Syariah sebagai pihak yang dititipi dana disertai hak untuk memanfaatkan dana tersebut. Sebagai konsekuensinya, Bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya

menghendaki. disisi lain, Bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil pemanfaatan dana tersebut.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang tema penelitian ini, diantaranya, yang pertama, penelitian Amalia Damar Asri (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Pada BRI Syariah Di Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung pada BRI Syariah di Surabaya. Kedua, penelitian Dani Syahrizal (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BRI Syariah KCP Ponorogo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan pengaruh sebesar 42,7%. Ketiga, penelitian Dedy Trisnadi, dkk (2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB Niaga”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk tabungan dan kualitas layanan secara bersama-sama berkontribusi menentukan minat menabung kembali sebesar 93.7%. Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Diana Ulfa dan Utami Tri Sulistyorini (2018) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT. BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan keputusan untuk menyelamatkan PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA. Kelima, penelitian Muhimatul Muzayyanah (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metoda statistika inferensial (melakukan analisis hubungan antar variabel dengan pengujian hipotesis). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat asosiatif (hubungan). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Data primer didapat langsung

dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner yang berisi daftar pertanyaan berkenaan dengan kualitas produk tabungan *wadiah* terhadap keputusan menabung di PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat. Data sekunder penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini dan literatur penelitian ini di dapat dari *website*. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan dan landasan teori yang dibutuhkan.

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh nasabah yang menggunakan tabungan *wadiah* di PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat yang masih aktif saat penelitian dilakukan yang berjumlah 982 orang. Sedangkan sampel penelitian berjumlah 90 orang yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Insidental sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan kepada pengguna nasabah yang menggunakan produk tabungan *wadiah* di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1

Karakteristik responden

Tingkat Usia	N
<20 tahun	18
21-30 tahun	47
31-40 tahun	22
41-50 tahun	3
>50 tahun	0
Jenis Kelamin	
Laki-laki	56
Perempuan	34
Pekerjaan	
PNS/Pegawai Daerah	3
TNI/Polri	5
Pelajar/Mahasiswa	37
Pedagang	11
Petani	8
Wiraswasta	19

Lainnya	7
<hr/>	
Pendidikan Terakhir	
<hr/>	
SMP	7
SMA	71
Diploma	6
S1	12
S2	0
<hr/>	

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel, yang usianya < 20 Tahun ada 18 orang, yang usianya 21 s/d 30 tahun ada 47 orang, yang usianya antara 31 s/d 40 tahun ada 22 orang dan yang usianya antara 41 s/d 50 tahun ada 3 orang. Responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 56 orang, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden yang menjadi sampel penelitian ini didominasi nasabah yang masih berstatus Pelajar/Mahasiswa 37 orang, wiraswasta 19 orang, pedagang 11 orang, petani 8 orang, pekerjaan lainnya 7 orang, TNI/Polri 5 orang, dan PNS/Pegawai Daerah 3 orang. tingkat pendidikan terakhir responden penelitian didominasi oleh tamatan SMA sebanyak 71 orang, tamatan S1 sebanyak 12 orang, tamatan SMP sebanyak 7 orang, dan tamatan Diploma sebanyak 6 orang.

Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial). Adapun dasar pengambilan keputusan pada Uji t adalah sebagai berikut :

- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y
- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} yang diperoleh akan dibandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai t_{tabel} :

$$t_{\text{tabel}} = t (/2; n-k-1)$$

: Nilai Siginifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai t_{tabel} pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = t (0,05/2; 90-1-1)$$

$$t_{tabel} = t (0,025; 88)$$

$$t_{tabel} = 1,98729$$

Setelah mengetahui nilai t_{tabel} maka langkah selanjutnya mencari t_{hitung} . Pada penelitian ini t_{hitung} diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai t_{hitung} setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan SPSS :

Tabel 2 Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.612	1.954		6.454	.000
Kualitas Produk Tabungan Wadiah	.525	.079	.577	6.628	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Hasil yang didapat pada tabel 2 variabel Kualitas Produk Tabungan *Wadiah* (X) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan t_{hitung} 6,628. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa lebih nilai signifikansi kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,628 > 1,98729$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima yaitu H_a : terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk tabungan *wadiah* terhadap keputusan nasabah menabung di PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat.

2) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi atau R square (R²) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Selengkapnya mengenai hasil uji Adj R² dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini :

Tabel 3
Uji Adjust R square (R² adj)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.325	2.731

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk Tabungan Wadiah

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,325 atau sebesar 32,5%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tabungan *wadiah* mempengaruhi keputusan nasabah menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 32,5%, sedangkan sisanya sebesar 67,5% (100% - 32,5%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti biaya administrasi, nisbah bagi hasil, promosi, lokasi, dll.

3) Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4
Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.612	1.954		6.454	.000
	Kualitas Produk Tabungan Wadiah	.525	.079	.577	6.628	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Berdasarkan tabel 4, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,612 + 0,525X$$

Dimana:

Y = Keputusan Menabung

X = Kualitas Produk

Adapun interpretasi statistik penulis pada model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 12,612 artinya jika Kualitas Produk Tabungan *Wadiah* (X) nilainya adalah 0, maka Keputusan Menabung (Y) nilainya yaitu sebesar 12,612. Maksudnya adalah apabila kualitas produk tabungan *wadiah* yang

ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat biasa saja maka keputusan nasabah untuk menggunakan produk tabungan impian tersebut hanya sebesar 12,61%.

- b. Koefisien regresi variabel harga (X) sebesar 0,525 artinya jika kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat mengalami kenaikan 100% maka untuk menggunakan produk tabungan impian tersebut akan mengalami peningkatan sebesar 52,5%.
- c. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau sejalan antara kualitas produk tabungan *wadiah* dengan keputusan menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, semakin baik kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat maka semakin meningkatkan keputusan menabung, begitupun sebaliknya semakin tidak baik kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat maka semakin menurunkan keputusan menabung.

Masyarakat atau calon nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menentukan atau memutuskan untuk memilih menabung di bank mana. Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan. Untuk itu keputusan dapat dirasakan rasional atau irrasional dan dapat berdasarkan asumsi kuat atau asumsi lemah (Alam, 2020).

Dalam persaingan dunia Perbankan sedang berlomba menarik nasabah dengan menyajikan produk yang benar-benar dapat memberikan kepuasan yang signifikan. Konsumen akan memilih produk yang terbaik dari banyak pilihan yang sangat kompetitif. Oleh karena itu Bank harus memiliki kualitas produk yang baik untuk menarik minat masyarakat. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Salah satu tujuan dari pelaksanaan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi nasabah dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk, sehingga memudahkan nasabah dalam pengambilan keputusan menabung (Djunaedi, 2016).

Produk tabungan sebagai kegiatan usaha Bank dalam menghimpun dana dari masyarakat terbagi atas dua jenis akad yaitu tabungan dengan akad *mudharabah* sebagai tabungan dengan bentuk investasi, dan tabungan dengan akad *wadiah* sebagai tabungan dengan jenis simpanan murni. Akad *wadiah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tujuan dari akad *wadiah* ini adalah untuk menjaga keselamatan barang yang dititipkan dari kehilangan, kerusakan, pencurian, dan lain sebagainya. Barang titipan di sini adalah suatu benda berharga seperti uang, barang atau dokumen penting, maupun surat berharga dalam pandangan Islam (Sudarsono, 2013).

Paradigma saat ini produk tabungan lebih sesuai dengan akad *wadiah yad ad dhamanah*. Akad *wadiah yad ad dhamanah* adalah jasa penitipan dana dalam hal ini penitip atau nasabah dapat mengambil dana tersebut sewaktu-waktu. Dengan sistem *wadiah* Bank dibolehkan memberikan bonus kepada nasabah sebagai bentuk kompensasi kepada nasabah atas kepercayaan nasabah menabung di Bank tersebut. Perbedaan yang mendasar antara tabungan *wadiah* dengan *mudharabah* adalah pada risiko *safety* (Muhammad, 2015).

Jika pada tabungan *mudharabah* terdapat kerugian, maka kerugian tersebut ditanggung oleh *shahibul maal* atau pemilik dana, sehingga kemungkinan dana tabungan bisa berkurang. Dalam tabungan *wadiah* tidak demikian, dana yang dititipkan sepenuhnya dapat kembali 100% kepada si penitip atau nasabah. Bila ada kerugian investasi dari dana *wadiah*, maka kerugian tersebut ditanggung oleh pihak Bank. Bila ada keuntungan yang timbul akibat kegiatan investasi yang berasal dari dana *wadiah*, maka sepenuhnya keuntungan tersebut milik Bank. Akan tetapi Bank boleh memberikan return atau insentif berupa bonus kepada nasabah tabungan *wadiah*, sebagai bentuk balas jasa telah menitipkan dananya di Bank tersebut. Karena pembagian bonus tidak diperjanjikan di awal, maka sepenuhnya hal ini menjadi kebijakan pihak Bank (Rianto, 2010).

Hal yang menarik dari tabungan *wadiah* ini adalah adanya keuntungan bonus bagi nasabah tanpa menanggung resiko kehilangan dananya, sehingga menyebabkan nasabah tertarik menggunakan produk ini. Dengan adanya bonus tersebut maka diharapkan masyarakat tertarik untuk menyimpan dananya di Bank syariah. Asumsinya dengan tinggi rendahnya bonus dapat menggambarkan kinerja keuangan di perbankan. Semakin tinggi insentif bonusnya maka kinerja perbankan semakin baik. Semakin tinggi tingkat

pendapatan Bank maka akan berpengaruh pada porsi bonus tabungan *wadiah* (Ascarya, 2013).

Salah satu Bank yang menyediakan produk tabungan *wadiah* adalah PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat. Dalam perjalanannya, PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat telah banyak memberikan kemudahan bagi nasabahnya. Kemudahan tersebut dapat dilihat dari macam-macam produk yang saat ini dibutuhkan masyarakat. Diantara produk-produk tersebut adalah tabungan *wadiah*, tabungan haji, deposito *mudharabah*, pembiayaan *mudharabah*, *istishna* dan *salam*. Khusus dalam produk tabungan *wadiah*, PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan Bank syariah lainnya. Keunggulan tersebut terletak pada angka minimum tabungan *wadiah* hanya Rp. 10.000,- saja. Selain itu, PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat juga menggunakan sistim jemput bola, dimana nasabah yang ingin menabung tidak direpotkan harus pergi ke Bank, melainkan pegawai Bank yang akan menjemput langsung dana tersebut.

Keunggulan-keunggulan di atas menarik nasabah untuk menggunakan tabungan *wadiah* PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat sebagai opsi tabungannya. PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat selalu berusaha optimal dalam menarik minat nasabah. Salah satunya menerapkan pemasaran yang baik serta melihat faktor-faktor pemasaran dan memanfaatkannya dalam menarik minat nasabah. Ada empat faktor dalam pemasaran, di antaranya adalah produk (*product*), harga (*prize*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Tjiptono, 2011).

Dalam hal ini PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat tentunya sudah memiliki produk yang akan dijual atau dikenalkan pada masyarakat, tinggal menentukan biaya atau harga. Produk tabungan *wadiah* dalam hal ini diukur berdasarkan kualitasnya atau kualitas produk tabungan *wadiah*. Dimensi kualitas produk diukur berdasarkan performa (kinerja), daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kemampuan, dan kesan kualitas itu sendiri. Pada tiap dimensi kualitas produk tersebut akan diketahui pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Indonesia KCP Stabat pada produk tabungan *wadiah*. Keputusan menabung nasabah merupakan proses pengenalan kebutuhan nasabah yang dipicu rangsangan internal terhadap informasi sebuah produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk tabungan *wadiah* terhadap keputusan menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Hal ini dibuktikan dari analisa data menggunakan uji hipotesis yaitu uji t yang menunjukkan lebih nilai signifikansi kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,628 > 1,98729$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.
2. Kualitas produk tabungan *wadiah* mempengaruhi keputusan nasabah menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat sebesar 32,5%, sedangkan sisanya sebesar 67,5% ($100\% - 32,5\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti biaya administrasi, nisbah bagi hasil, promosi, lokasi, dll.
3. Terjadi hubungan positif atau sejalan antara kualitas produk tabungan *wadiah* dengan keputusan menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat, semakin baik kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat maka semakin meningkatkan keputusan menabung, begitupun sebaliknya semakin tidak baik kualitas produk tabungan *wadiah* yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat maka semakin menurunkan keputusan menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Anjur Perkasa. Dkk. Analisis Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Stabat (Tinjauan Fiqih Muamalah), *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3. No.1, Juni 2022.
- Alam, Anjur Perkasa. Dkk. Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat, *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 3 No. 2, 2020.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2019.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. 2011.
- Anwar, Sanusi. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Selemba Empat. 2011.
- Arifin, Arviyan. *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara. 2010.
- Arifin, Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Azkia Publisher. 2019.

- Ariefianto, Doddy. *Ekonometrika esensi dan aplikasi menggunakan EVIEWS*, Jakarta: Erlangga. 2012.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali. 2013.
- Asraf. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 2, No.1, 2014.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011.
- Choir, Abdul. *Arah Perkembangan Perbankan Syari'ah di Indonesia*, Bandung: PT Rosda Karya. 2011.
- Djunaedi, Pengaruh CSR dan Kualitas Produk Terhadap Citra Bank dan Keputusan menjadi nasabah di BNI Syariah Kota Kediri, *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol 3 No. 2, 2016.
- Hamid, Abdul. Dkk. *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim. 2018.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Abdul Rahman Smith. 2017.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenalindo. 2012.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*, Jakarta: Pearson International. 2016.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia. 2015.
- Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press. 2012.
- Rianto, Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta2010..
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana. 2012.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonosia. 2013.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis, Cet 3*, Bandung: Alfabeta. 2018.
- Suharyadi dan Purwanto. *Statitika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat. 2013.
- Tika, Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara. 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset. 2011.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: CV. Pustaka Setia. 2013.
- Usman, Rachmadi. *Aspek-aspek perbankan Islam di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti. 2018.

Widayatsari, Any. Akad *Wadiah* dan *Mudharabah* dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 3, No. 1, Fakultas Ekonomi Universitas Riau, 2013.

Wiroso. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo. 2015.

Zulkifli, Sunarto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim. 2017.