

Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Deposito Barokah

The Influence of Results and Promotion Towards Customer Interest in Barokah Deposits

Faruk

Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Fithrah, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

[*farukabdrohim@gmail.com](mailto:farukabdrohim@gmail.com)

ABSTRAK

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan bank syariah yang memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Kegiatan perbankan yang paling utama salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dengan menawarkan berbagai produk serta fasilitas yang akan diberikan kepada calon nasabah dan salah satu penghimpunan dana paling tinggi yaitu DPK (Dana Pihak Ketiga) sebagian besar didominasi oleh produk deposito. Banyak faktor yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan deposito salah satunya yaitu tingkat bagi hasil dan promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank syariah untuk nasabah. Penelitian ini menguji pengaruh tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor dari tingkat bagi hasil dan promosi mempengaruhi terhadap minat nasabah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 nasabah. Kuesioner online disebarkan kepada nasabah deposito barokah berisi mengenai faktor tingkat bagi hasil, promosi dan minat nasabah. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu statistik deskriptif dengan pengukuran skala likert. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling yaitu simple random sampling. Teknik pengumpulan data diolah dengan menggunakan software SPSS versi 21.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variable tingkat bagi hasil dengan nilai uji t diperoleh $\text{sig } 0,00 < 0,05$ secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, variable promosi dengan nilai uji t diperoleh $\text{sig } 0,00 < 0,05$ secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan kedua variable yaitu tingkat bagi hasil dan promosi dengan nilai $(F\text{-hitung}) 87,208 > (F\text{-tabel}) 3,12$ secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Kata kunci : Tingkat Bagi Hasil, Promosi, Minat Nasabah, Deposito Barokah.

ABSTRACT

Islamic banking is an Islamic banking financial institution that has an important role in the economic development of a country. The most important banking activity is to raise funds from the wider community by offering a variety of products and facilities to be provided to prospective customers and one of The highest collection of funds, namely DPK (Third Party Funds) is largely dominated by deposit products. Many factors affect the rapid growth of deposits one of which is the level of profit sharing and promotion carried out by Islamic bank financial institutions for customers. This study examines the effect of the level of profit

sharing and promotion on customer interests. The purpose of this study was to determine the factors of the level of profit sharing and promotion affect customer interest. The population used in this study is the barokah deposit customers at the East Java KCP SyariahWiyung Bank in Surabaya. The samples used in this study were 75 customers. The online questionnaire was distributed to barokah deposit customers containing the profit sharing, promotion and customer interest factors. In analyzing the data of this study using quantitative methods that are descriptive statistics with a Likert scale measurement. Data processing in this study uses multiple linear regression analysis. The method used in this study is random sampling, namely simple random sampling. Data collection techniques were processed using SPSS software version 21.

The results of this study indicate the variable level of results with t-test values obtained sig $0.00 < 0.05$ partially significant effect on customer interest, promotion variables with t-test values obtained sig $0.00 < 0.05$ partially affect customer interest. The results of this study indicate the two variables, namely the level of profit sharing and promotion with a value (F-count) $87.208 > (F-table) 3.12$ simultaneously a significant effect on customer interest. 05 partially influences customer interest.

Keywords : Profit Sharing Rate, Promotion, Customers Interest, Barokah Deposits.

Pendahuluan

Dalam penilaian *Global Islamic Financial Report (GIFR)* tahun 2019, Indonesia berhasil mendapatkan urutan pertama dari 48 Negara yang lain dalam pasar keuangan syariah global.¹ Penilaian tersebut dilihat dari beberapa aspek dalam perhitungan indeks yang meliputi banyaknya jumlah bank syariah, jumlah lembaga keuangan non bank syariah, maupun ukuran aset keuangan syariah yang memiliki nilai terbesar.

Unit Usaha Syariah bisa mendorong perkembangan perbankan syariah. Khususnya pada perkembangan Bank Jawa Timur Syariah pada tahun 2018-2019. Berikut ini adalah data mengenai perkembangan pada Bank Jawa Timur Syariah:

Tabel 1. Data Perkembangan Bank Jawa Timur Syariah

		Tahun
--	--	-------

¹DDCAP Group, "Global Islamic Finance Report 2019" dalam *Islamic Finance Country Index – IFCI 2019* (DDCAP Group, 2019), 75.

No.	Indikator	2018	2019
1.	Jaringan Kantor	244	248
2.	Aset (Jutaan Rp)	62.689.118	76.715.290
3.	Dana Pihak Ketiga (DPK) (Jutaan Rp)	1.650.607	1.645.507
4.	Pembiayaan Yang Diberikan (PYD) (Jutaan Rp)	1.119.662	1.401.833

Sumber : Laporan Tahunan Bank Jawa Timur, 2019

Dari Tabel diatas data perkembangan Bank Jawa Timur Syariah dapat disimpulkan pada tahun 2019 untuk jaringan kantor syariah menambah 0,5%, Sedangkan aset dari keseluruhan Bank Jatim menambah 0,6%, untuk DPK Bank Jatim Syariah menurun 0,31% dan PYD pada Bank Jatim syariah pada tahun 2019 terealisasi mengalami kenaikan sebesar 25,20% dibandingkan dengan tahun 2018.

Bank Jawa Timur Syariah merupakan lembaga keuangan bank syariah yang memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Kegiatan dari Bank Jawa Timur Syariah yang paling utama salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dengan menawarkan berbagai produk serta fasilitas yang akan diberikan kepada calon nasabah.

Faktor yang mempengaruhi penghimpunan dana paling tinggi salah satunya yaitu jumlah DPK (Dana Pihak Ketiga),Berikut merupakan Komposisi DPK pada Bank Jawa Timur Syariah:

Tabel 2. Komposisi DPK Bank Jawa Timur Syariah

No	Keterangan	Tahun	
		2018 (Jutaan)	2019 (Jutaan)
1.	Giro Amanah	116.885	104.441
2.	Tabungan Barokah	213.842	241.672

3.	Tabungan Haji Amanah	70.077	256.389
4.	Tabungan Barokah Sejahtera	2.433	7.344
5.	Tabungan Rencana IB Barokah	11,05	955
6.	Tabunganku IB	30.737	40.088
7.	Tabungan Simpel IB	4.109	5.450
8.	Tabungan Umroh IB Amanah	1.887	2.376
9.	Deposito Barokah	1.210.623	986.749
Total		1.650.607	1.645.507

Sumber :Laporan Tahunan Bank Jawa Timur, 2019

Dari Tabel diatas DPK Bank Jawa Timur Syariah dapat disimpulkan realisasi DPK pada tahun 2019 sebesar Rp.1.645.507 juta, turun sebesar Rp.5.100 juta atau (0,31%) dibandingkan tahun 2018 sebesar Rp.1.650.607 juta. Berdasarkan komposisi DPK tersebut total terbanyak didominasi oleh Deposito Barokah.

Dari praktik yang ada pada Bank Jawa Timur Syariah, banyak faktor yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan deposito. Deposito merupakan *investment account* atau salah satu instrument keuangan utama bank Islam dalam mengerahkan dana masyarakat atau dana pihak ketiga bagi sistem perbankan Islam.² Ketika nasabah memilih menyertakan dananya di bank dalam bentuk deposito, motif dari nasabah adalah untuk mendapatkan **profit** yang tinggi dari investasi yang telah dilakukan maka besarnya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah akan sangat mempengaruhi pertumbuhan dari deposito *mudharabah*.

Adapun kurangnya pengetahuan masyarakat dalam menempatkan dana dengan jumlah besar atau produk dana apakah yang tepat untuk menyimpan

²Sjahdeini Sutan Remy, *Perbankan Islam (Kedudukan Dalam Tata Hukum Indonesia)*, (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1999), 108.

dana mereka, berdasarkan beragam motif dan juga tujuan nasabah menyimpan dananya tersebut, maka diperlukan suatu kajian untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil ataupun faktor lain yakni promosi terhadap minat nasabah.³

Konsep bagi hasil merupakan perjanjian yang dibuat antara pihak pertamadengan pihak kedua berdasarkan untung/rugi, nisbah bagi hasil berdasarkankeuntungan yang diperoleh, sedangkan dalam pengelolaan dana bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mis-management* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.⁴

Promosi adalah mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif berkenaan dengan suatu penawaran. Adanya kegiatan promosi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya dengan lancar, mengingat persaingan yang semakin ketat serta kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan oleh pasar, sehingga dibutuhkan promosi yang berfungsi untuk mempengaruhi kecenderungan membeli dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.⁵

Berbagai macam produk dana dan pelayanan jasa unggulan diberikan Bank Jatim Syariah kepada calon nasabah. Salah satu bentuk produk yang ditawarkan kepada calon nasabah apabila ingin menyimpan dananya adalah dalam bentuk Deposito, pada Bank Jatim Syariah dinamakan Deposito Barokah.

Deposito Barokah adalah jenis simpanan (*mudharabah muhlaqah*) dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan (nasabah) dengan pihak

³AmirMachmud dan Rukmana, *Bank Syariah, Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 2010), 10.

⁴Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 364.

⁵Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 22.

bank. Deposito Barokah memiliki jangka waktu tertentu yang umumnya adalah satu bulan, tiga bulan, enam bulan, dan dua belas bulan.⁶ Deposito Barokah sendiri termasuk simpanan dana yang mendapatkan bagi hasil dan diberikan oleh bank kepada deposan (nasabah) sangat kompetitif/bersaing dengan produk dana lainnya seperti Tabungan Barokah, Tabungan Haji Amanah, Tabunganku iB, serta Giro Amanah. Dengan bagi hasil yang sangat kompetitif/bersaing beserta promosi yang telah dilakukan oleh bank jatim syariah, Deposito Barokah menjadi produk dana yang banyak diminati oleh masyarakat. Khususnya masyarakat yang ingin menyimpan dananya dalam jumlah relatif besar.

Tinjauan Pustaka

A. Pengertian Bagi hasil

Prinsip bagi hasil merupakan karakteristik yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan lembaga keuangan syariah. Konsep yang diterapkan oleh lembaga keuangan konvensional adalah sistem bunga yang besarnya diterapkan di awal perjanjian, sedangkan konsep yang digunakan dalam lembaga keuangan syariah adalah sistem bagi hasil yang disebut dengan sistem *profit sharing* dan *revenue sharing*.

Bagi hasil dalam terminologi asing (Inggris) dikenal dengan *profit sharing* yang dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif bagi hasil diartikan “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan” itu merupakan bagi hasil dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.⁷

⁶Produk Deposito Barokah dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.

⁷Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 18.

Menurut Atik Suharwati, Bagi hasil (*profit sharing*) yang merupakan karakter dasar dari lembaga keuangan syariah adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemodal (penyedia dana) dengan pengelola dana dengan mengutamakan prinsip keadilan dan hubungan kerjasama investasi yang harmonis. Dengan prinsip ini kedua belah pihak dituntut untuk sungguh-sungguh dan bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya.⁸

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang untuk bertindak dalam membeli suatu produk.⁹

Menurut Angelina dan Rotinsulu kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang sangat mendukung bisa dikenalnya barang/jasa yang akan dijual. Karena promosi sendiri bertujuan untuk mengenalkan, mempengaruhi dan membujuk setiap konsumen untuk dapat membeli barang/jasa yang dijual dengan harapan konsumen akan melakukan kegiatan pembelian secara terus-menerus.¹⁰

2. Pengertian Minat

Dalam kamus Bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai niat atau kehendak. Menurut *Theory Of Reasoned Action* dari Fishbein dan Ajzen yaitu perilaku manusia dipengaruhi oleh kehendak/niat/minat. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku

⁸Atik Suharwati, Analisis Pengaruh Bagi Hasil..., 18.

⁹Ahmad Subagyo, *Marketing In Business Edisi Pertama* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 129.

¹⁰A. Rares., R.J. Jorie, "The Effect Of The Price, Promotion...., 594.

tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat/minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.¹¹

Minat adalah motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan.¹²

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun tempat penelitian ini bertempat di Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung yang berada di Babatan Pratama Blok A-08 Jl. Raya Menganti Surabaya. Populasi penelitian ini adalah semua nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung yang sampai bulan Maret 2020 berjumlah 79 nasabah, dengan mengambil sampel sebanyak 75 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menyebarkan kuesioner *online* kepada nasabah secara *rando*. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif, regresi linier bergandapan uji statistik (Uji t dan Uji F) dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS 21).

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Data

¹¹Fishbein M dan Ajzen I, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction In Theory and Reseach* (Reading, MA: Addison-Wesley, 1975) 97.

¹²Sukanto Mm, *Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi* (Jakarta: Integrita Press, 1985), 45.

1. Data Deskriptif

Karakteristik responden merupakan hasil analisis para nasabah deposito barokah yang menjadiresponden dalam penelitian. Dapat dilihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan perbulan.

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-laki	30	40,0	40,0	40,0
	Perempuan	45	60,0	60,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	< 30 tahun	37	49,3	49,3	49,3
	30 - 40 tahun	23	30,7	30,7	80,0
	> 40 tahun	15	20,0	20,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	SD	1	1,3	1,3	1,3
	SMA	13	17,3	17,3	18,7
	D3/S1/S2	61	81,3	81,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Mahasiswa/i	1	1,3	1,3	1,3
	PNS	8	10,7	10,7	12,0
	Wiraswasta	13	17,3	17,3	29,3

Pegawai Swasta	47	62,7	62,7	92,0
Tidak bekerja/Pensiunan	6	8,0	8,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1.000.000	1	1,3	1,3	1,3
1.000.000 - 5.000.000	49	65,3	65,3	66,7
Valid 5.000.000 - 10.000.000	23	30,7	30,7	97,3
> 10.000.000	2	2,7	2,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Data untuk penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS 21 dengan melihat dan mengestimasi parameter variabel yang akan diamati dari model yang telah ditetapkan. Setelah mendapatkan estimasi model tersebut, maka akan melakukan dengan uji statistik, yaitu uji statistik regresi.

Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,675	1,375		-1,218	,227
1 Tingkat Bagi Hasil	,547	,085	,491	6,471	,000
Promosi	,543	,089	,466	6,135	,000

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

Model persamaan regresinya adalah :

$$Y = -1,675 + 0,547 X_1 + 0,543 X_2$$

Berdasarkan koefisien regresi linier berganda dari Tabel IV.22 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Konstanta -1,675 artinya apabila variabel-variabel bebas (Tingkat bagi hasil dan Promosi) tetap atau tidak dinaikkan maka minat nasabah deposito barokah adalah mengalami penurunan sebesar - 16,75%.
 - b. Koefisien regresi linier berganda Tingkat bagi hasil sebesar 0,547, ini menunjukkan bahwa variabel tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan. Artinya jika setiap peningkatan tingkat bagi hasil sebesar 10%, maka kecenderungan untuk melakukan transaksi deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung akan meningkat sebesar 54,7%.
 - c. Koefisien regresi linier berganda Promosi sebesar 0,543, ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan. Artinya jika setiap peningkatan nilai tingkat bagi hasil sebesar 10%, maka kecenderungan untuk melakukan transaksi deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung akan meningkat sebesar 54,3 %.
3. Uji Statistik
- a. Uji Parsial (t)

Uji *t-test* digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel terikat terhadap variabel bebas yaitu Variabel Tingkat Bagi Hasil (X1) dan Promosi (X2) terhadap Variabel Minat Nasabah (Y). Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu :

 - 1) H_a diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $sig < 0,05$
 - 2) H_o diterima jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau $sig > 0,05$

Dari pedoman yang digunakan hipotesis diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) H_{a1} : Terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil terhadap minat nasabah
- 2) H_{a2} : Terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat nasabah

Berdasarkan tabel regresi berganda, maka dapat dilakukan uji t sebagai berikut :

- 1) Nilai t_{hitung} untuk variabel tingkat bagi hasil adalah 6,471 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,471 > 1,665$) sehingga terdapat pengaruh yang positif atau signifikan antara variabel tingkat bagi hasil terhadap minat nasabah atau hipotesis **diterima**. Dalam penelitian ini menggambarkan bahwa variabel tingkat bagi hasil dapat menarik minat nasabah dalam menyimpan dana memilih produk deposito barokah karena tingkat bagi hasil sesuai dengan yang diinginkan nasabah atau memberikan keuntungan lebih.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk variabel promosi adalah 6,135 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,135 > 1,665$) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat nasabah atau hipotesis **diterima**. Dalam penelitian ini menggambarkan bahwa Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung sudah berhasil dalam memberikan informasi produk deposito barokah yang membuat nasabah semakin meningkat dengan adanya berbagai macam promosi yang telah dilakukan.

Berdasarkan uji t di atas, maka hipotesis yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah adalah variabel tingkat bagi hasil dan promosi secara parsial diterima. Dan variabel yang paling dominan adalah tingkat bagi hasil.

B. Uji F (simultan)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah dilakukan uji F. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Ha: Terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung
2. Ho: Tidak terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung

Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan cara membandingkan besarnya angka Fhitung dengan Ftabel. Kedua dengan cara membandingkan angka taraf signifikansi 0,05 (5%). Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu :

1. Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$
2. Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$

Berdasarkan hasil analisis pada tabel ANOVA diperoleh Nilai F sebagai berikut :

Tabel 3. ANOVA^a Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	330,539	2	165,269	87,208	,000 ^b
	Residual	136,448	72	1,895		
	Total	466,987	74			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

a. *Predictors: (Constant), Promosi, Tingkat Bagi Hasil*

Sumber: Data Primer 2020 Diolah SPSS 21

Dari Tabel IV.23 hasil perhitungan data anova menjelaskan nilai F_{tabel} untuk $dF = 75 (75 - 3 = 72)$ pada probabilitas 5% adalah 3,12. Dan dari F_{hitung} anova sebesar 87,208, ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} (87,208 > 3,12)$.

Untuk mendapatkan pengaruh yang positif dan signifikan maka variabel bebas (Tingkat bagi hasil dan Promosi) = 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Sehingga secara bersamaan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (Tingkat bagi hasil dan Promosi) terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung karena tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau hipotesis H_a **diterima**.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Apakah tingkat bagi hasil (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung ?

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t secara parsial untuk variabel tingkat bagi hasil diperoleh Nilai t_{hitung} 6,471 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel} (6,471 > 1,665)$ sehingga terdapat pengaruh yang positif atau signifikan antara variabel tingkat bagi hasil terhadap minat nasabah atau hipotesis **diterima**.

Maka dapat disimpulkan untuk tingkat bagi hasil dapat mempengaruhi minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung. Hal itu bisa terjadi karena tingginya tingkat bagi hasil deposito berdampak nyata pada peningkatan minat nasabah. Oleh

karena itu, hasilnya signifikan atau berpengaruh. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis yang menyatakan “Tingkat Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah deposito barokah”, **didukung**.

2. Apakah promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) deposito barokah pada Bank Jatim KCP Syariah Wiyung ?

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah deposito barokah. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t Nilai t_{hitung} untuk variabel promosi adalah 6,135 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,135 > 1,665$) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat nasabah atau hipotesis **diterima**.

Dapat disimpulkan untuk variabel promosi dalam penelitian ini berpengaruh terhadap minat nasabah deposito barokah pada Bank Jawa Timur KCP Syariah Wiyung. Hal itu bisa terjadi karena pihak bank sangat memperhatikan segmen persaingan terutama dalam menjual produk atau promosi. Semakin banyaknya media dan makin menarik suatu promosi akan mempengaruhi suatu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah khususnya produk deposito barokah.

Oleh karena itu, hasilnya positif dan signifikan maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah deposito barokah”, **didukung**.

3. Apakah tingkat bagi hasil (X1) dan promosi (X2) secara simultan mempengaruhi minat nasabah (Y) deposito barokah pada Bank Jatim KCP Syariah Wiyung ?

Hasil uji regresi linier berganda penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil dan promosi bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik nilai F_{tabel} untuk $dF = 75$ ($75 - 3 = 72$) pada probabilitas 5% adalah 3,12. Dan dari F_{hitung} anova sebesar 87,208 ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,208 > 3,12$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Tingkat bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah deposito barokah secara bersama-sama”, **didukung**.

Kesimpulan

Hasil data diuji secara analisis deskriptif, analisis linier berganda, uji t dan uji F. Dengan demikian, kesimpulan yang diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Tingkat bagi hasil terdapat pengaruh yang positif atau signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,547, nilai t_{hitung} untuk variabel tingkat bagi hasil adalah 6,471 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,471 > 1,665$).
- B. Promosi terdapat pengaruh yang positif atau signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,543, nilai t_{hitung} untuk variabel promosi adalah 4,466 sedangkan t_{tabel} nya adalah 1,665. Ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,466 > 1,665$).
- C. Tingkat bagi hasil dan Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} untuk $dF = 75$ ($75 - 3 = 72$) pada probabilitas 5% adalah 3,12. Dan dari F_{hitung} anova sebesar 87,208, ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,208 > 3,12$).

Daftar Pustaka

- DDCAP Group, “*Global Islamic Finance Report 2019*” dalam *Islamic Finance Country Index – IFCI 2019*. DDCAP Group, 2019.
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Undip, 2011.
- Hardian Permana Yogiarto Atanius, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah* (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Istijanto, *Teori praktis riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia pustaka utama, 2009.
- Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Juniarty Nila, Mustika Noor Mifrahi, dan Achmad Tohirin, “Faktor-faktor yang mempengaruhi deposito mudharabah pada bank syariah di Indonesia” dalam *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*. No. 1, Vol. 3. Januari 2017.
- Karim, Adiwarmanto A, Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Karim, Adiwarmanto A, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada, 2013.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), *Insight Buletin Ekonomi Syariah Edisi Kedelapan*. Jakarta: KNKS, 2020.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management 15th edition*. New Jersey: Pearson Education Limited, 2016.
- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teoridan Praktek Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

- M, Fishbein dan Ajzen I, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction In Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- Machmud Amir dan Rukmana, *Bank Syariah, Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Mm Sukanto, *Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. Jakarta: Integrita Press, 1985.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- N Tamalia Yunia, *Wawancara*, Surabaya, 18 Maret 2020.
- Rares A., R.J. Jorie, "The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At BengkelGaoel Store Manado Town Square" *Journal Of Emba*. No. 2, Vol. 3, Juni 2015. ISSN 2303-1174.
- Sangadji, E. M. dan Sopiha, *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Shaleh Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*. Jakarta : Kencana, 2004.
- Subagyo Ahmad, *Marketing In Business Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharwati Atik, Analisis Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang). *Skripsi*. IAIN Salatiga, 2016.
- Sujianto Agus ko, *Aplikasi Statistika dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009.

Suliyanto, *Analisis Data Aplikasi Pemasaran*. Purwokerto: Ghalia Indonesia, 2005.

Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.

Supranto Johannes, *Riset Operasi (Untuk Pengambilan Keputusan)*. Jakarta: UI Press, 1987.

Ulfa Malikhatul, Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi Serta Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* Pada Bri Syariah KCP Majapahit Semarang. *Skripsi*. IAIN Salatiga, 2018.

Bank jatim dalam www.bankjatim.co.id diakses 15 Maret 2020.

Nashr Tajun, “Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam” dalam <https://www.rumahfiqih.com>. 13 Desember 2016.

