

Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Deposito Syariah

Rindriani Mulianingsih¹, Tama Krisnahadi², Supratman³

^{1,2,3}

Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Mandalika, Mataram, Indonesia.
Email Corresponding: rindrianimulianingsih@gmail.com tamakrisnahadi@undikma.ac.id
Supratman@undikma.ac.id

Article Info

Received:

20/10/2026

Accepted:

28/10/2026

Published:

30/10/2026

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk deposito syariah pada BMT Al Hidayah Kotaraja Lombok Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Al Hidayah Kotaraja Lombok Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk deposito syariah dengan nilai thitung sebesar 11,596 > ttabel 2,024 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai thitung sebesar 2,288 > ttabel 2,024 dan nilai signifikansi 0,028 < 0,05. Secara simultan, variabel bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk deposito syariah dengan nilai Fhitung sebesar 139,969 > Ftabel 3,25 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,406 menunjukkan bahwa variabel bagi hasil dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengaruh terhadap minat nasabah sebesar 40,6%, sedangkan sisanya 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini

Kata Kunci: Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Minat Nasabah, Deposito Syariah

Abstract: This study aims to determine the effect of profit sharing and service quality on customers' interest in using Islamic deposit products at BMT Al Hidayah Kotaraja, East Lombok. The research method used was quantitative research with an associative approach. The population in this study consisted of customers of BMT Al Hidayah Kotaraja, East Lombok. The results showed that partially, the profit-sharing variable had a positive and significant effect on customers' interest in using Islamic deposit products, with a t-value of 11.596 > t-table 2.024 and a significance value of 0.000 < 0.05. The service quality variable also had a positive and significant effect on customers' interest, with a t-value of 2.288 > t-table 2.024 and a significance value of 0.028 < 0.05. Simultaneously, the profit-sharing and service quality variables had a positive and significant effect on customers' interest in using Islamic deposit products, with an F-value of 139.969 > F-table 3.25 and a significance value of 0.000 < 0.05. The Adjusted R Square value of 0.406 indicates that the profit-sharing and service quality variables are able to explain 40.6% of the variation in customer interest, while the remaining 59.4% is influenced by other variables outside the scope of this study.

Keywords: profit sharing; service quality; customer interest; Islamic deposits

pendahuluan

Lembaga keuangan mikro syariah berperan dalam menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat dan pelaku usaha yang membutuhkan akses terhadap produk simpanan maupun pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu bentuk lembaga tersebut adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT), yang menjalankan fungsi sosial dan fungsi pengembangan

kegiatan ekonomi. Dalam penghimpunan dana, produk deposito syariah dapat menjadi pilihan bagi nasabah yang ingin menempatkan dana untuk jangka waktu tertentu dengan mekanisme imbal hasil berdasarkan akad yang disepakati.

Dalam deposito berbasis mudharabah, hubungan antara pemilik dana dan pengelola didasarkan pada kesepakatan pembagian keuntungan. Fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia tentang deposito menjadi salah satu rujukan normatif bagi praktik produk deposito syariah (DSN-MUI, 2000). Karena imbal hasil didasarkan pada nisbah dan hasil usaha, informasi yang jelas mengenai mekanisme pembagian keuntungan, risiko, dan tata kelola dana penting agar nasabah dapat memahami karakter produk sebelum mengambil keputusan. Selain aspek finansial, kualitas pelayanan merupakan bagian dari pengalaman nasabah ketika berinteraksi dengan lembaga keuangan. Model SERVQUAL menguraikan kualitas pelayanan melalui dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Parasuraman et al., 1988). Dalam konteks BMT, dimensi tersebut dapat tercermin pada kejelasan informasi produk, ketepatan proses administrasi, kecepatan menanggapi pertanyaan, kompetensi petugas, serta perhatian terhadap kebutuhan nasabah. Pelayanan yang baik berpotensi membangun rasa percaya dan mengurangi ketidakpastian yang dirasakan calon pengguna produk. Artikel ini bertujuan menguji (1) pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah menggunakan deposito syariah, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat tersebut, dan (3) pengaruh kedua variabel secara simultan. Kontribusi praktis yang diharapkan adalah menyediakan dasar empiris awal bagi pengelola BMT untuk mengevaluasi komunikasi nisbah dan mutu layanan. Karena objek penelitian berada pada lembaga keuangan mikro syariah, hasilnya lebih tepat dibaca sebagai temuan manajemen layanan dan pemasaran keuangan syariah; kesesuaian substansi dengan fokus jurnal tujuan perlu dikonfirmasi kepada editor.

Metode

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Lokasi penelitian adalah BMT Al Hidayah Kotaraja, Lombok Timur. Berdasarkan penjelasan metode dalam skripsi, responden berjumlah 40 nasabah dan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, yakni seluruh anggota populasi yang ditetapkan sebagai populasi penelitian dilibatkan sebagai responden. Dengan ukuran tersebut, generalisasi hasil di luar responden dan lokasi penelitian perlu dilakukan secara hati-hati. Variabel bebas pertama adalah bagi hasil (X1), yang dalam skripsi dioperasionalkan melalui aspek kejelasan nisbah, kesesuaian nisbah dengan harapan nasabah, transparansi pengelolaan dana, konsistensi realisasi keuntungan, serta pemahaman terhadap akad mudharabah. Variabel bebas kedua adalah kualitas pelayanan (X2), yang mengacu pada dimensi SERVQUAL: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Variabel terikat adalah minat nasabah menggunakan deposito syariah (Y), yang mencakup keinginan menggunakan produk, preferensi terhadap produk syariah, pemahaman akad dan nisbah, kepercayaan terhadap prinsip syariah, serta kecenderungan membuka atau menempatkan dana pada deposito.

Analisis menggunakan regresi linear berganda. Pengujian parsial dilakukan melalui uji t, sedangkan pengujian simultan dilakukan melalui uji F dengan tingkat signifikansi 0,05. Daya

kelas model ditinjau melalui Adjusted R Square. Nilai koefisien, statistik uji, dan ukuran kecocokan model yang disajikan dalam artikel ini diambil dari tabel hasil analisis pada skripsi sumber. Angka signifikansi yang tercantum sebagai 0,000 dilaporkan sebagai $p < 0,001$, karena nilai tersebut merupakan pembulatan keluaran statistik, bukan probabilitas tepat nol.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah

Hasil regresi menunjukkan koefisien tidak terstandar bagi hasil sebesar 0,629 dan koefisien beta terstandar sebesar 0,830. Nilai t sebesar 11,596 dengan signifikansi yang dilaporkan 0,000 menunjukkan hubungan positif yang signifikan pada taraf 5%. Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh positif bagi hasil didukung oleh hasil pengujian dalam skripsi. Koefisien beta terstandar yang relatif besar juga menunjukkan bahwa bagi hasil merupakan prediktor yang lebih kuat dibandingkan kualitas pelayanan dalam model yang dilaporkan. Secara substantif, temuan ini mengisyaratkan bahwa pemahaman mengenai nisbah, transparansi mekanisme pembagian keuntungan, dan kesesuaian informasi dengan harapan nasabah patut menjadi perhatian pengelola. Dalam produk deposito mudharabah, informasi yang diberikan sebaiknya tidak menimbulkan kesan bahwa keuntungan merupakan angka tetap yang dijamin; komunikasi perlu menjelaskan nisbah yang disepakati, dasar perhitungan, serta karakter hasil usaha sesuai akad. Transparansi seperti ini dapat membantu nasabah menilai manfaat produk dengan pemahaman yang lebih realistis.

Arah temuan tersebut sejalan dengan relevansi isu yang dibahas oleh Maulidah dan Sari (2021), yang menempatkan pemahaman akad dan bagi hasil sebagai faktor yang berkaitan dengan minat menggunakan deposito mudharabah. Meski demikian, artikel ini tidak menyimpulkan bahwa besaran nisbah saja menyebabkan minat meningkat. Desain asosiatif dan data pada satu lembaga membatasi penafsiran kausal; faktor kepercayaan, kebutuhan likuiditas, promosi, reputasi, serta kondisi ekonomi rumah tangga mungkin juga berperan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,111, beta terstandar 0,164, dan nilai t sebesar 2,288 dengan $p = 0,028$. Karena nilai p lebih kecil dari 0,05, hasil pengujian menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan minat nasabah. Besaran beta terstandar lebih kecil dibandingkan beta bagi hasil, tetapi temuan ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan tetap relevan setelah variabel bagi hasil dimasukkan ke dalam model. Dimensi SERVQUAL memberi kerangka praktis untuk meninjau pelayanan. Bukti fisik mencakup kenyamanan fasilitas dan keteraturan dokumen; keandalan berkaitan dengan ketepatan informasi dan konsistensi proses; daya tanggap mencakup kesiapan petugas; jaminan berhubungan dengan kompetensi serta kemampuan membangun kepercayaan; sedangkan empati menekankan perhatian pada kebutuhan masing-masing nasabah. Untuk produk deposito, penerapan dimensi tersebut dapat dilakukan melalui penjelasan produk yang mudah dipahami, prosedur pembukaan dan pencairan yang dijelaskan sejak awal, serta mekanisme pengaduan yang jelas.

Temuan ini sejalan secara konseptual dengan penggunaan dimensi SERVQUAL untuk memahami persepsi pelanggan atas layanan (Parasuraman et al., 1988) dan dengan fokus penelitian Azhar et al. (2023) pada kualitas pelayanan dalam keputusan menabung.

Perbandingan tersebut bersifat kontekstual, bukan bukti bahwa hasil kedua penelitian identik. BMT dapat menggunakan hasil ini sebagai alasan untuk mengevaluasi pengalaman nasabah secara berkala, bukan hanya mengandalkan penilaian internal terhadap pelayanan.

Pengaruh Simultan dan Kemampuan Penjelasan Model

Uji simultan menghasilkan $F = 139,969$ dengan $p < 0,001$, sehingga model yang memuat bagi hasil dan kualitas pelayanan signifikan secara statistik menurut keluaran yang tercantum dalam skripsi. Persamaan regresi yang dilaporkan adalah $Y = 4,495 + 0,629X_1 + 0,111X_2$. Dalam kerangka model tersebut, kedua koefisien bertanda positif: kenaikan skor pada masing-masing prediktor berkaitan dengan kenaikan skor minat, dengan prediktor lain dianggap konstan. Nilai R Square tercatat 0,437 dan Adjusted R Square 0,406. Untuk interpretasi daya jelas model, artikel menggunakan Adjusted R Square sebesar 0,406, yang berarti model menjelaskan sekitar 40,6% variasi minat nasabah pada data yang dianalisis. Sisa 59,4% tidak dijelaskan oleh dua variabel dalam model dan dapat berkaitan dengan faktor lain yang tidak diuji. Nilai tersebut tidak berarti bahwa dua variabel secara kausal “menentukan” persis 40,6% minat; ia merupakan ukuran statistik kemampuan penjelasan model pada sampel penelitian.

Implikasi praktisnya adalah pengelola BMT dapat mengembangkan pendekatan terpadu. Pertama, informasi mengenai akad dan nisbah perlu disampaikan secara terbuka, konsisten, dan mudah dibandingkan. Kedua, standar layanan perlu mencakup ketepatan informasi, kecepatan respons, dan perlakuan yang profesional. Ketiga, evaluasi berkala dapat menggabungkan umpan balik nasabah, data keluhan, dan pemantauan alasan nasabah memilih atau tidak memperpanjang deposito. Pendekatan tersebut merupakan rekomendasi manajerial yang diturunkan dari temuan, bukan intervensi yang telah diuji dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilaporkan dalam skripsi, bagi hasil memiliki hubungan positif dan signifikan dengan minat nasabah menggunakan deposito syariah pada BMT Al Hidayah Kotaraja, Lombok Timur ($B = 0,629$; $\beta = 0,830$; $t = 11,596$; $p < 0,001$). Kualitas pelayanan juga berhubungan positif dan signifikan dengan minat nasabah ($B = 0,111$; $\beta = 0,164$; $t = 2,288$; $p = 0,028$). Secara simultan, model yang mencakup kedua variabel signifikan ($F = 139,969$; $p < 0,001$), dengan Adjusted R Square sebesar 0,406. Di dalam model ini, bagi hasil memiliki beta terstandar lebih besar daripada kualitas pelayanan. BMT disarankan menjaga transparansi penjelasan nisbah dan akad, sekaligus memperkuat keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik pelayanan. Penelitian berikutnya perlu memperluas jumlah dan cakupan responden serta memasukkan faktor lain yang berpotensi terkait dengan minat nasabah. Sebelum pengajuan ke jurnal, penulis perlu mencocokkan seluruh angka dengan output statistik asli dan memastikan kelengkapan metadata referensi.

Referensi

Azhar, I. A., Suprpto, R., & Fuad, N. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(1), 61–73.



- Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia. (2000). Fatwa DSN-MUI No. 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito Syariah. <https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/>
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. Pustaka Ilmu.
- Maulidah, S., & Sari, N. (2021). Pengaruh pemahaman akad dan bagi hasil terhadap minat nasabah dalam menggunakan deposito mudharabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 85–94.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ramadhan, A., Mubarak, H., & Aisyah, S. (2022). Analisis bagi hasil, kualitas pelayanan, dan minat nasabah dalam menggunakan produk deposito syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1), 74–89.
- Safra, M. (2023). Pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 210–225.
- Sahir, S. H. (2022). Metode penelitian. Penerbit Universitas Medan Area.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). Metodologi penelitian. Penerbit Qiara Media.