
**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI USAHA TERHADAP
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PRODUK GIRO
WADI'AH DI PT. BANK SUMUT CABANG
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

BUDI GAUTAMA SIREGAR

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
Email: gautamasiregar@yahoo.com

Abstract

In accordance with the title in this study, then the banks really need to pay attention to what factors are likely to influence an increase in the number of customers, it is very necessary factor considered by the bank management for the sake of continuity and still exist such institutions. The problem in this study is how much influence the promotion and location to increase the number of customers wadi'ah. The purpose of this study was to determine promotions and location factors to the increasing number of customers giro wadi'ah PT. Bank Syariah Branch North Sumatra and to determine which is the most dominant influence on the increase in the number of customers in the PT. Bank of North Sumatra Sharia Branch Padangsidimpuan between the two factors above. Samples taken in this study using quantitative data and questionnaire as a data collection tool. Methods of data analysis used multiple linear regression analysis, the classic assumption test, test the coefficient of determination and processing of data using SPSS 22:00. The results of this study indicate that the location of the variable significant effect on the increase in the number of customers in the PT. Bank of North Sumatra Sharia Branch wadi'ah Padangsidimpuan on current accounts, while the promotion variables did not significantly affect the increase in the number of customers in the PT. Bank of North Sumatra Sharia Branch wadi'ah Padangsidimpuan on current accounts. These results can be seen from the results of the F test with a significance value $0.000 < 0.05$. means that the t test of two independent variables most dominant influence the increase in the number of customers in the PT. Bank of North Sumatra Sharia Branch wadi'ah Padangsidimpuan on current accounts is the location factor. Data in this study normal distribution does not occur heterokedastisitas, multikolinearitas and there is no certainty in the autocorrelation.

Keywords: *Promotion, Business Location, Increased Customer Numbers*

Abstrak

Dari judul tulisan ini jelas terlihat bahwa bank perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya jumlah nasabah, hal ini perlu dilakukan dalam rangka menindaklanjuti keberlanjutan dan keberadaan bank itu sendiri. Masalah dalam penelitian ini

adalah dalam rangka memperhatikan seberapa besar pengaruh promosi dan lokasi terhadap jumlah nasabah produk wadi'ah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh promosi dan lokasi keberadaan bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk giro wadi'ah pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan dan untuk menentukan faktor mana yang lebih dominan diantara dua faktor tersebut. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sampel kuantitatif dengan angket sebagai instrumen penelitiannya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, asumsi tes klasik, koefisien determinan dengan menggunakan SPSS 22.00. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi Bank merupakan variable yang paling signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Syariah cabang Padangsidempuan. Hasil ini dapat dilihat berdasarkan nilai uji F yang dilakukan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa dari uji yang dilakukan pada kedua variable ternyata faktor lokasi merupakan faktor yang lebih dominan. Data ini berdistribusi normal, tidak memiliki heterokedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi.

Kata kunci: promosi, lokasi bisnis, meningkatkan jumlah nasabah.

PENDAHULUAN

Masyarakat maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Dimana produk yang ditawarkan oleh perbankan menjadi salah satu faktor penentu untuk membantu masyarakat memudahkan dan melancarkan urusan-urusan mengenai keuangan serta bisnisnya. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat dinegara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.¹

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain yang sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Al-Hadist. Semua produk jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan Al-Hadist.²

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 20

² Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 113

Dalam kegiatannya baik bank syariah maupun konvensional memiliki fasilitas produk yang sama dalam hal penyimpanan dana maupun penyaluran dana, salah satu produk pendanaan yang ditawarkan bank syariah guna menyerap sumber dana dari masyarakat adalah produk giro yang berprinsip akad wadi'ah. Dalam hal ini bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan juga mengeluarkan produk tersebut dengan nama Giro iB Bank Sumut.

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.³ Giro yang didasarkan pada prinsip wadi'ah adalah giro yang dijalankan dengan akad wadi'ah yaitu titipan yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Menurut Syafi'i Antonio, "wadi'ah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja jika si penitip menghendaki".⁴

Dalam kaitannya dengan produk giro, bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah yad dhamanah, yakni pihak yang menerima titipan boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipi. Dengan demikian pihak bank dan pemilik dana tidak boleh saling menjanjikan imbalan atau bagi hasil dari pengelolaan dan pemanfaatan dana titipan atas barang yang dititipkan tersebut. Namun bank syariah diperkenankan memberikan insentif bonus (*fee*) dengan catatan tidak diperjanjikan sebelumnya.⁵

Dalam perkembangannya total penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) bank Sumut Syariah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Perkembangan Asset PT. Bank Sumum Syariah

No.	Jenis Dana	2011	2012	2013	2014
1.	Dana pihak ketiga	666,9 M	783,379 M	867,756 M	1,06 T
2.	Giro Wadiah	105 M	131,8 M	147,2 M	283,5 M

Sumber: www.banksumut.com, laporan keuangan publikasi,
Selasa, 24 Februari 2015 Pukul 11.00 Wib

³ *Ibid*, 2002, hal. 114

⁴ Sunarto Zuklifli, *Panduan Praktisi Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2002) hal. 33

⁵ Adiwarmanto, et.al, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 339

Berdasarkan perkembangan asset diatas dapat diketahui bahwa dana giro wadi'ah terus mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya, ini merupakan respon respon yang sangat baik bagi bank Sumut khususnya cabang Padangsidempuan. Perkembangan giro wadi'ah pada tahun 2011 ada sekitar 105 M dan terus mengalami peningkatan sehingga 283,5 M di tahun 2014.

Berdasarkan informasi salah satu karyawan Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, menyebutkan bahwa produk penghimpunan dana yaitu khusus produk giro wadi'ah terus mengalami peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya, meskipun peningkatannya tidak begitu signifikan setiap tahunnya.⁶ Untuk lebih jelasnya perkembangan jumlah nasabah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2
Perkembangan Jumlah Nasabah Giro Wadi'ah PT. Bank Sumut Cabang
Syariah Padangsidempuan

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2011	78
2.	2012	82
3.	2013	85
4.	2014	88

Sumber : PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, 2015

Berdasarkan tabel diatas terlihat perkembangan jumlah nasabah giro wadi'ah mengalami peningkatan namun peningkatannya sangat lamban untuk tiap tahunnya. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh banyak faktor diantaranya adalah semakin kompleksitasnya persaingan diantara lembaga keuangan dengan berbagai daya tarik masing-masing. Terlebih di Kota Padangsidempuan yang notabene adalah kota dagang karena sebagian besar penduduknya bekerja sebagai wiraswasta. Khusus untuk nasabah giro wadi'ah, selain karena produk ini berprinsipkan syariah, nasabah untuk produk ini adalah mereka yang berasal dari kalangan pebisnis dan pengusaha yang selalu ingin serba cepat dalam setiap transaksi. Oleh karena itu bank juga harus lebih berpikir keras untuk menciptakan dan mencari strategi serta memberikan pelayanan terbaik untuk nasabahnya sehingga calon nasabah pun tertarik untuk bergabung dengan mereka. Diminati atau tidak suatu produk, meningkat atau tidaknya

⁶ Hasil konfirmasi dengan Karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, Bagian Operasional, Pada Hari Jum'at, 20 Februari 2015, Pukul 11.20 Wib.

jumlah nasabah dalam sebuah lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Menurut Monle Lee dan Carla Jhonson “proses keputusan pembelian dalam pasar konsumen kebanyakan dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi, psikologi, dan sosial”.⁷ Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller “prilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi”.⁸

Evi Yupitri dalam penelitian yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Medan, menemukan hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah adalah faktor fasilitas, promosi dan produk⁹. Selanjutnya Rizky Amelia dalam penelitiannya yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang), menyebutkan bahwa “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan adalah faktor karakteristik bank, produk, promosi, pelayanan dan pengetahuan”.¹⁰

Promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah, karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Promosi ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Promosi juga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan perbankan, karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal bank dan produknya.

Damayanti Maysaroh menyatakan dalam penelitiannya bahwa “faktor budaya, lokasi, promosi, psikologis, pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah”.¹¹ Faktor lokasi juga berpengaruh minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah,

⁷ Monle Lee dan Carla Jhonson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global* (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 113

⁸ Philip Kotler et.al, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hal. 214

⁹ Evi Yupitri, “faktor-faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan, (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1 Desember 2012) hal. 46

¹⁰Evi Yupitri, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan” Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012, hal. 46

¹¹ Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*” Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2014), hal. 95

semakin strategis letak lokasi suatu bank maka semakin memberikan akses mudah bagi nasabah dalam bertransaksi. Dimana yang dikatakan dengan lokasi bank adalah tempat diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian kegiatan perbankan.¹²

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah, sangat perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan juga dituntut untuk menjaga hubungan baik dan harmonis kepada para nasabahnya. Karena apabila hal tersebut tidak dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin nasabah tersebut akan lari ke bank lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan adalah apakah promosi dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan baik secara simultan maupun parsial?. Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh promosi dan lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

TINJAUAN PUSTAKA

Akad Wadi'ah

Menurut Syafi'i Antonio "wadi'ah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaknya".¹³ Wadi'ah adalah salah satu prinsip yang digunakan bank syariah dalam memobilisasi dana dengan menggunakan prinsip titipan. Adapun akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah al-wadi'ah. Al-wadi'ah 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.¹⁴ Karena akad ini ditawarkan dalam bentuk titipan, maka tidak ada istilah bagi hasil untuk kedua produknya, kecuali untuk investasi yang ber-akadkan mudharabah.

Landasan wadi'ah terdapat dalam surah An-Nisa: 58 yang berbunyi: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah

¹² *Ibid*, 2014, hal. 54

¹³ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori dan Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 30

¹⁴ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktisi...*, hal. 33

memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah maha mendengar lagi maha melihat”.¹⁵ Selanjutnya, dari Abu Hurairah, diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda “Tunaikanlah amanat (titipan) kepada yang berhak menerimanya dan janganlah membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu”.¹⁶

Berdasarkan ayat dan hadist diatas, para ulama sepakat mengatakan bahwa akad wadi’ah (titipan) hukumnya mandub (disunnahkan), dalam rangka tolong menolong sesama manusia.

Menurut Syafi’iyah al-wadi’ah memiliki tiga rukun, yaitu:

1. Barang yang dititipkan, syarat barang yang dititipkan adalah barang atau benda itu merupakan sesuatu yang dapat dimiliki menurut syara’.
2. Orang yang menitipkan dan yang menerima titipan, disyaratkan bagi penitip dan penerima titipan sudah baligh, berakal, serta syarat-syarat lain yang sesuai dengan syarat yang berwakil.
3. Sighat ijab dan kabul, disyaratkan pada ijab dan kabul ini dimengerti oleh kedua belah pihak, baik dengan jelas maupun sama.¹⁷

Giro Wadi’ah

Menurut UU Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 “giro adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan”.¹⁸ Giro wadi’ah merupakan titipan murni (*wadi’ah yad dhamanah*) yang seizin penitip dapat dipergunakan oleh bank. Merupakan salah satu cara penyimpanan dana, alat pembayaran dengan menggunakan media cheque, bilyet giro dan perintah bayar lainnya. Bank atas kehendaknya sendiri dan tanpa perjanjian dimuka bank dapat memberikan semacam bonus kepada para nasabahnya.¹⁹

Dalam Kamus Lengkap Ekonomi Islam giro wadi’ah adalah:

Titipan pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, sarana perintah bayar lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*: Al-Jumanatul ‘Ali (Bandung:CV. J- Art, 2004), hal. 87

¹⁶ Nurul Huda dan Mohammad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam:Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) hal. 88

¹⁷ Hendi Suhendi, *Figh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997) hal. 183

¹⁸ Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

¹⁹ Karnaen Perwataatmadja, et.al, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (

Termasuk diantaranya giro wadi'ah yang diblokir untuk tujuan tertentu, misalnya dalam rangka *escrow account*, giro yang diblokir oleh yang berwajib karena suatu perkara.²⁰

Giro wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*current account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro wadi'ah ini mirip dengan giro pada bank konvensional ketika kepada nasabah penyimpanan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek, bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah bukuan tanpa biaya.

Minat Menjadi Nasabah

Minat merupakan aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar pula minatnya.

Crow dan Crow mengatakan bahwa "minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri".²¹

Sedangkan pengertian nasabah bank kalau dilihat dalam kamus karya tulis ilmiah menyatakan bahwa sebagai pihak yang menggunakan jasa bank.²² Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.²³

Secara umum pengertian minat adalah keinginan, kehendak dan kesukaan seseorang. Sedangkan untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan

²⁰ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hal. 269

²¹ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012) hal. 121

²² Komaruddin dkk, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) hal. 275

²³ Ety Roehaety dan Ratih Trisnaty, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hal. 229

oleh nasabah sesuai dengan apa yang diberikan oleh bank. Sedangkan apa yang diinginkan oleh nasabah serta apa yang mereka butuhkan seringkali yang ada malah sangat berbeda pemahaman serta kewaspadaan akan perbedaan tersebut penting jika dikaitkan dengan penentuan pasar. Diharapkan dengan demikian bank menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga bank dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak di bidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayanan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.

Promosi dengan Peningkatan Jumlah Nasabah Giro Wadi'ah

Promosi mempunyai pengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan perbankan karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal bank dan produk-produknya.

Untuk produk giro wadi'ah, dalam konfirmasi yang dilakukan terhadap pegawai bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan bahwa pihak bank dalam menarik minat nasabah untuk produk giro wadi'ah yaitu melalui pembagian brosur, media cetak, media radio dan juga turun langsung ke lapangan.

Tri Astuti et.al dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah, hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa tingkat suku bunga, promosi dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.²⁴

Winda dalam skripsinya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan Tbk Cabang Medan, hasil penelitian menyatakan bahwa suku bunga, fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan, sedangkan dana simpanan dan promosi tidak memiliki pengaruh.²⁵

Dari penjelasan diatas dan beberapa teori yang juga sudah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah

²⁴ Tri Astuti et.al, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*" Jurnal Nominal, Vol. II No. 1 Tahun 2013, hal. 193-195

²⁵ Winda, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan, Tbk Cabang Medan*, (Skripsi, USU, 2009) hal. 61

nasabah bank. Namun dalam hal ini, berpengaruh tidaknya faktor tersebut tentu saja sangat tergantung pada pihak bank itu sendiri dalam merancang strategi promosi yang lebih baik juga guna menarik minat nasabah agar lebih tertarik pada produk yang mereka tawarkan. Jika promosi yang dilakukan oleh bank baik dan kreatif maka jumlah nasabah akan semakin banyak.

H₁: Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah giro wadi'ah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Lokasi dengan Peningkatan Jumlah Nasabah Giro Wadi'ah

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah, semakin strategis letak lokasi suatu bank maka semakin memberikan akses mudah bagi nasabah dalam bertransaksi dan berhubungan dengan bank.

Irmawani Purba dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Prilaku Konsumen dalam Memilih Produk Perbankan di Kota Pematangsiantar, menyatakan bahwa faktor produk, promosi, rekening tabungan, lokasi dan benefitditas bank berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan.²⁶

Selanjutnya Toni Prasetyo Utomo dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang), menemukan bahwa faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, dan faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan faktor karakteristik bank syariah, faktor lokasi/aksesibilitas dan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan.²⁷

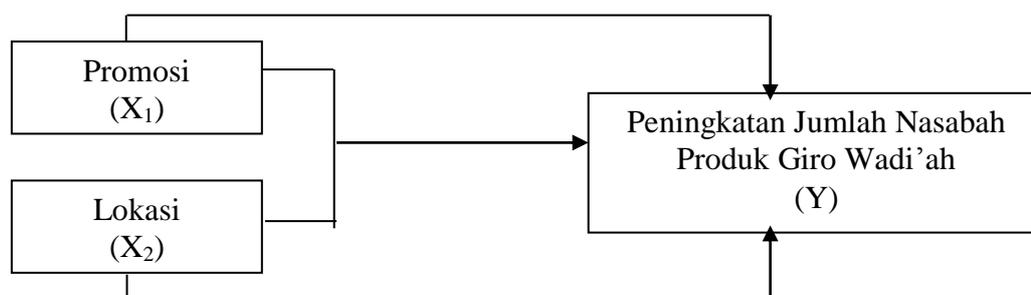
Dikhususkan untuk produk giro wadi'ah, selain karena produk ini berprinsipkan syariah dimana para nasabah untuk produk ini adalah mereka dari kalangan pebisnis dan pengusaha yang selalu ingin cepat dalam setiap transaksinya, faktor lokasi juga mempunyai pengaruh penting terhadap kemudahan dan kenyamanan mereka dalam berhubungan dengan bank. Namun

²⁶ Irmawani Purba, *Analisis Prilaku Konsumen dalam Memilih Produk Perbankan di Kota Pematangsiantar*, (Skripsi, USU, 2013), hal. 72

²⁷ Toni Prasetyo Utomo, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang)*, Skripsi, Universitas Brawijaya, 2013) hal. 3

berpengaruh atau tidaknya faktor ini tentu saja sangat tergantung pada pihak bank dalam membuat strategi lokasi yang memungkinkan dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi nasabah dan calon nasabahnya. Semakin strategis letak lokasi suatu bank dan semakin baik fasilitas yang disediakan oleh bank maka akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan akses dengan bank tersebut.

Adapun model penelitian ini adalah:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah giro wadi'ah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang berjumlah 88 orang dengan kelompok pembagian; pedagang sebanyak 30 orang, kontraktor sebanyak 11 orang dan perusahaan sebanyak 47 orang. Sedangkan sampel penelitian ini adalah hanya nasabah dari kelompok pedagang yang berjumlah 30 orang dan kelompok kontraktor sebanyak 11 orang sehingga jumlah sampelnya adalah 41 orang. Hal ini disebabkan karena kelompok perusahaan tidak dapat datanya dari pihak bank. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang merupakan teknik dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Skala pengukuran kuesioner digunakan skala likert yang disusun berdasarkan indikator variabel yang diteliti. Rentang yang digunakan adalah skala 5 point yang terdiri atas sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1).

Tabel 3
 Defenisi Operasional Variabel Penelitian
 Definisi operasional dari variabel penelitian ini adalah :

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Promosi (X ₁)	Kegiatan untuk mempromosikan produk dan jasa dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	-Iklan -Personal selling -Brosur -Promosi penjualan	Nominal
2.	Lokasi (X ₂)	Tempat dimana diperjualbelikannya produk bank dan pusat pengendalian PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	-Strategis -Terjangkau -Lay Out Ruangan -Kelengkapan Fasilitas -Keamanan kendaraan	Nominal
3.	Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)	Perubahan jumlah nasabah yang dipengaruhi oleh keinginan dan keputusan nasabah dalam menggunakan produk giro wadi'ah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	-Kepuasan -Kenyamanan bertransaksi -Informasi yang disampaikan teman/saudara -Fasilitas pelayanan	Nominal

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi, lokasi usaha terhadap peningkatan jumlah nasabah produk giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Peningkatan jumlah nasabah produk giro wadiah

a : Konstanta

b₁,b₂ : Koefisien regresi

X₁ : Promosi

X₂ : Lokasi

e : Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Apabila semua pertanyaan kuesioner dari setiap variabel dinyatakan valid maka proses selanjutnya dapat diteruskan dan apabila terdapat pertanyaan yang tidak valid maka pertanyaan tersebut dikeluarkan.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 22.00 dapat diketahui bahwa untuk variabel promosi (X_1) dinyatakan valid untuk seluruh pertanyaan/ Pernyataan. Sedangkan untuk variabel lokasi (X_2) terdapat satu pernyataan yang tidak valid dan untuk variabel peningkatan jumlah nasabah giro wadi'ah terdapat 2 pernyataan yang tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat keandalan atau dapat dikatakan kepercayaan data yang dihasilkan oleh butiran instrumen. Suatu variabel dikatakan reliabilitas apabila nilai *Conbach's Alpha* > 0,60. Dari hasil pengolahan data melalui software SPSS versi 22.00 dapat diketahui bahwa untuk ketiga variabel yaitu promosi (X_1) nilai *Conbach's Alpha* adalah 0,624, untuk variabel lokasi (X_2) nilai *Conbach's Alpha* adalah 0,665 dan variabel peningkatan jumlah nasabah giro wadi'ah nilai *Conbach's Alpha* adalah 0,705. Ini menandakan bahwa seluruh variabel nilai *Conbach's Alpha* berada diatas 0,60, artinya semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, residual atau variabel pengganggu berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik uji *one sample kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan normal apabila signifikansi lebih besar dari 5 %. Hasil output SPSS dapat terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4
Hasil *Kolmogorov-Smirnov* (Uji Normalitas)

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Peningkatan Jumlah nasabah	,098	41	,200	,969	41	,321
Promosi	,108	41	,200	,975	41	,506
Lokasi	,107	41	,200	,969	41	,326

Sumber : Hasil output SPSS

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat terlihat bahwa nilai signifikansi untuk ketiga variabel berada diatas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel peningkatan jumlah nasabah, promosi dan lokasi adalah normal.

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 5 maka terjadi multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai VIF < 5 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan SPSS versi 22.00 dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel promosi (X_1) adalah 1,001 dan variabel lokasi (X_2) adalah 1,001. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam penelitian ini.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model pengujian yang digunakan adalah penyebaran data *scatter plot*. Apabila data *scatter plot* menyebar secara teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka terjadi masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya menyebar tidak teratur dan tidak membentuk pola maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS data diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier mempunyai korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *Burbin-Watson*. Apabila $d_u < d_w < (4-d_u)$ maka dinyatakan tidak terjadi autokorelasi. Hasil autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
1	,841 ^a	,707	,692	2,198	2,457

Sumber : Hasil output SPSS

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,457. Karena nilai D-W terletak antara $d_l < D-W < d_u$ ($2,457 > 2,400$) maka hasilnya tidak terjadi autokorelasi.

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil yaitu variabel lokasi (0,839) dan variabel promosi (0,128). Secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk giro wadi'ah. Secara parsial diantara variabel bebas yang diteliti ternyata variabel lokasi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada giro wadi'ah.

Sedangkan dari hasil uji F pengaruh secara bersama-sama (secara simultan) masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro wadi'ah. Adapun besaran pengaruhnya adalah 45,954.

Pengaruh yang dominan adalah variabel lokasi, hal ini menunjukkan bahwa diantara kedua variabel yang diuji pengaruhnya, variabel inilah yang memberikan kontribusi paling besar yaitu 0,839 dalam mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dan bernilai positif. Hasil ini mendukung penelitian dari Rifa'atul Macmudah yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel lokasi terhadap minat nasabah. Semakin strategis letak lokasi suatu bank, maka hal ini akan lebih memudahkan nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah.

Secara teori promosi dapat mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil

penelitian dari Maysaroh yang menyebutkan bahwa promosi sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Namun dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Winda yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk melakukan deposito.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Faktor promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan
2. Faktor lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan
3. Faktor yang paling dominan berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel lokasi (X_2) dengan tingkat signifikansi 0,839 lebih besar dari variabel promosi (X_1) dengan signifikansi 0,128.

DAFTAR RUJUKAN

- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Adiwarman, dkk, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010
- Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah* Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2014
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*": Al-Jumanatul 'Ali, Bandung:CV. J-Art, 2004
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012
- Evi Yupitri , *Faktor-faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan*, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1 Desember 2012
- Ety Roehaety dan Ratih Trisnaty, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005
- Hasil konfirmasi dengan Karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, Bagian Operasional, Pada Hari Jum'at, 20 Februari 2015, Pukul 11.20 Wib.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010
- Irmawani Purba, *Analisis Prilaku Konsumen dalam Memilih Produk Perbankan di Kota Pematangsiantar*, Skripsi, USU, 2013
- Komaruddin dkk, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Monle Lee dan Carla Jhonson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana, 2007
- Nurul Huda dan Mohammad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010

- Sunarto Zuklifli, *Panduan Praktisi Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2002
- Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Tri Astuti et.al, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*" Jurnal
- Toni Prasetyo Utomo, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang)*, Skripsi, Universitas Brawijaya, 2013
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Philip Kotler et.al, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007
- Winda, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan, Tbk Cabang Medan*, Skripsi, USU, 2009