

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN DAN DATA

Metode penelitian harus dirancang sebelum melakukan pemecahan masalah sehingga penelitian yang dihasilkan akan berkualitas dan baik. Metodologi Penelitian harus dilakukan secara sistematis dan efisien sehingga mendapatkan suatu tahapan penelitian.

3.1 Langkah Awal

Langkah awal dalam penelitian adalah mendapatkan tema informasi apa yang akan diungkap dalam riset tersebut, dimana informasi dan data yang akan diteliti harus jelas. Hal ini untuk diperlukan mendapatkan suatu informasi dari rumusan masalah, tujuan penelitian dan pembatasan masalah untuk melakukan penelitian selanjutnya. Langkah awal terdiri dari studi awal, identifikasi masalah dan studi kepustakaan.

3.1.1 Studi awal

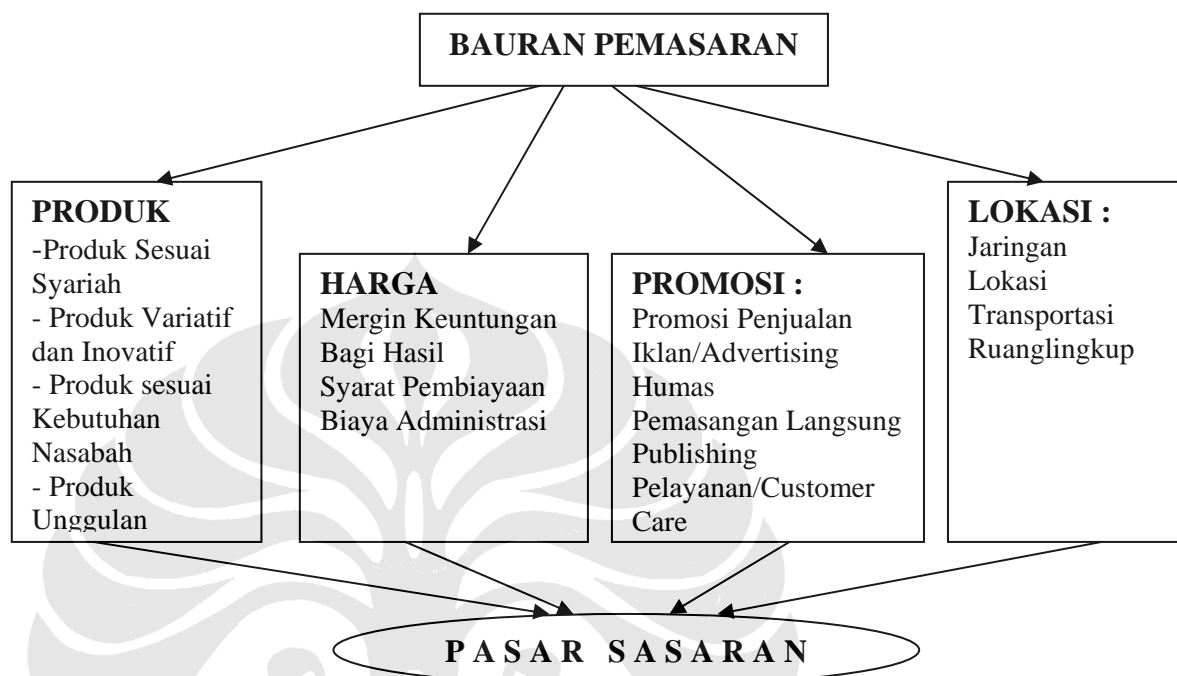
Dalam upaya memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian yang telah dirumuskan, maka dilakukan pengumpulan data yang relevan dan sempurna terhadap permasalahan penelitian-penelitian tersebut. Studi awal dilakukan untuk mendapatkan suatu pencarian data-data atau informasi sehingga akan mendapatkan suatu rumusan masalah, gambaran kondisi suatu perusahaan yang akan diteliti. Studi awal adalah Tabungan Haji Mabrur Bank Syariah Mandiri

3.1.2 Identifikasi Masalah

Setelah studi awal dilakukan dan diperoleh data dan informasi, maka data dan informasi suatu rumusan masalah, kemudian diidentifikasi masalah tersebut. Tabungan haji mabrur adalah salah satu produk pendanaan yang ada di Bank Syariah Mandiri. Produk tabungan haji mabrur belum banyak dikenal oleh masyarakat muslim di Indonesia, sehingga memerlukan pengukuran seberapa jauh pencapaian dana pihak ketiga bank syariah melalui pendekatan *marketing mix* (produk, harga, lokasi dan promosi) tabungan haji mabrur. Gambar 3.1

memperlihatkan bauran pemasaran bank syariah nasabah berdasarkan manfaat produk yang diinginkan konsumen.

Gambar 3.1
Bauran Pemasaran di Bank Syariah



Adaptasi Sumber : Philip Kotler (hal 15:2000)

3.1.3 Studi Kepustakaan

Dalam mengadakan persiapan untuk penelitian, penulis terlebih dahulu mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang relevan, artikel-artikel, dan sumber-sumber lain yang mempunyai pokok bahasan yang berkaitan dengan masalah penelitian yang dikaji. Studi kepustakaan atau studi literatur bertujuan untuk mendapatkan bahan-bahan teori pendukung yang nantinya dapat dijadikan referensi dan landasan teori dalam penelitian. Studi kepustakaan yang didapatkan harus dapat diterapkan dalam penentuan metode analisa yang akan digunakan, pengumpulan data, pemecahan masalah yang terjadi. Setelah itu penulis mengadakan kunjungan ke Bank Syariah Mandiri. Setelah tercapai persetujuan dari pihak-pihak yang bersangkutan sebagai objek penelitian maka penulis menyusun jadwal penelitian dan mengurus ijin penelitian.

3.1.4 Hipotesa Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pencapaian dana pihak ketiga Bank Syariah Mandiri dipengaruhi oleh bauran pemasaran Tabungan Haji Mabrur. Dengan mengoptimalkan bauran pemasaran Tabungan Haji akan berdampak pada peningkatan dana pihak ketiga. Menurut Philip Kotler (2000:15), bauran pemasaran terdiri dari 4P: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*) dan Promosi (*Promotion*). Bauran pemasaran Tabungan Haji terdiri dari produk, harga, lokasi dan promosi. Atas dasar pernyataan tersebut terdapat dua atau lebih variabel yang dapat diajukan menjadi sebuah hipotesis sebagai berikut :

1. H₀ : Tidak ada pengaruh produk Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM.
H₁ : Ada pengaruh produk Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM.
2. H₀ : Tidak ada pengaruh harga Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM.
H₁ : Ada pengaruh harga Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM.
3. H₀ : Tidak ada pengaruh lokasi Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM
H₁ : Ada pengaruh lokasi Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM
4. H₀ : Tidak ada pengaruh promosi Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM
H₁ : Ada pengaruh promosi Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga BSM
5. H₀ : Tidak ada pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga. BSM
H₅ : Ada pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga. BSM

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Langkah selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data-data penelitian yaitu :

3.2.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian di kantor-kantor Bank Syariah Mandiri kantor pusat dan cabang Thamrin maupun di kantor-kantor pelayanan di wilayah unit kerja Cabang Jakarta Thamrin (Kantor Kas Kramat, Kantor Kas Cempaka Putih, Kantor Depag, Kantor Pasar Baru, Kantor Indosat dan Kantor Kas Trisakti)

3.2.2 Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada rentang waktu antara Agustus sampai dengan Oktober 2007, penelitian dilakukan dengan mengumpulkan berbagai literatur dan data tambahan yang mendukung dalam penelitian ini diantaranya dengan menyebarkan angket/kuesioner, wawancara, pengumpulan data-data sekunder. Hal demikian dilakukan agar dapat menjawab perumusan masalah atau pertanyaan yang timbul dalam penelitian itu sendiri.

3.2.3 Pelaksanaan Penelitian

Tahap yang selanjutnya dilakukan adalah mengadakan penelitian dengan melakukan kunjungan ke obyek penelitian atau observasi langsung sesuai dengan jadwal penelitian untuk memperoleh data yang digunakan sebagai bahan analisis. Sebagai pelengkap bagi data-data yang tidak tersedia dari obyek penelitian penulis, mencari data sekunder melalui literatur dan penelitian sebelumnya.

3.2.4 Jenis Data

Dari cara yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

- a. Data sekunder diperoleh dalam bentuk yang sudah diolah dan disajikan dalam format-format tertentu oleh pihak lain ataupun dari pihak perusahaan sendiri. Data ini diperoleh dari dokumen-dokumen atau arsip-arsip perusahaan untuk periode tertentu, laporan keuangan tahunan.

- b. Data Primer ini merupakan data-data lapangan yang diperoleh penulis. Sumber data primer ini ada dua yaitu profil nasabah, kuesioner yang diberikan kepada nasabah.

3.2.5. Pemilihan Data

Data yang diambil merupakan data tahun 2004, 2005, dan 2006. Dipilihnya pengambilan data dari periode penelitian tersebut dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, outlet dan promosi) Tabungan haji Mabrur terhadap tingkat pencapaian dana pihak ketiga di Bank Syariah Mandiri. Dan kuesioner yang dibagikan sebanyak 100 orang yang disebar di kantor-kantor pelayanan BSM Cabang Thamrin serta wilayah unit kerjanya.

3.2.6 Jenis Penelitian Data

Tahap pertama dilakukan penelitian kualitatif yaitu riset eksploratoris. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk merumuskan masalah atau mendefinisikan masalah secara lebih akurat dan dan juga mengidentifikasi hubungan variabel dan kunci hubungan terhadap penelitian berikutnya. Penelitian Eksploratoris dilakukan untuk bertujuan mendefinisikan proses pengambilan keputusan nasabah lebih jelas dan juga mendefinisikan komponen-komponen bauran pemasaran (*marketing mix*) suatu produk tabungan haji yang berhubungan dengan pencapaian dana pihak ketiga.

Tahap kedua adalah penelitian kuantitatif yaitu metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analitis adalah suatu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian akan dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan pada awal penelitian ini.

Metode penelitian survei adalah usaha pengamatan untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang jelas terhadap suatu masalah tertentu dalam suatu penelitian. Penelitian yang dilakukan secara meluas dan berusaha mencari hasil yang segera dapat dipergunakan untuk suatu tindakan yang sifatnya deskriptif yaitu melukiskan hal-hal yang mengandung fakta-fakta, klasifikasi dan

pengukuran yang akan diukur adalah fakta yang fungsinya merumuskan dan melukiskan apa yang terjadi

Metode diskriptif analisis sengaja dipilih karena mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- Terfokus kepada variabel-variabel ada pada pengembangan tabungan haji melalui pendekatan bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi).
- Data yang dikumpulkan mulai disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisa, sehingga metode ini juga sering disebut sebagai metode analisa.
- Dapat menjelaskan gambaran secara sistematis, actual dari data-data, fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara variabel yang diselidiki.

3.2.7 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari Objek atau subjek yang menjadi kuantitatif dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi berkenaan dengan data, bukan orang atau bendanya. Kemudian populasi berkenaan dengan data, bukan orang atau bendanya. Kemudian populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap.

Dari pemaparan diatas, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Tabungan Haji Mabrur yang datang di BSM di Cabang Thamrin untuk melakukan transaksi perbankan, oleh sebab itu peneliti dalam menetapkan jumlah sampel memakai rumus (Gujarati 2003:158 -159) :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2} \cdot \sigma)^2}{(e)^2}$$

sedangkan diasumsikan bahwa $\alpha = 0.05$, maka $Z_{0.05} = 1.96$, dengan standar deviasi populasinya sebesar 0.25.

$$n = \frac{((1.96) \cdot (0.25))^2}{(0.05)^2} = 96,04$$

Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran $96.40 \approx 97$ akan memberikan selisih estimasi x dengan μ kurang dari 0.05, jadi sampel yang diambil sebesar minimal 97 orang, pada penelitian ini peneliti memakai 100 sampel.

3.3 Tahap Analisis Data

Data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Agar bisa dikenali oleh SPSS, maka dilakukan teknik *coding* (pemberian kode pada masing-masing jawaban yang tersedia). Penulis menggunakan program SPSS versi 10.00 for *Windows Standard Edition* untuk memudahkan analisis data penelitian ini

Ada beberapa tahapan-tahapan dalam melakukan analisis data pada penelitian ini antara lain:

1. Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Untuk menguji apakah instrumen penelitian ini (kuisioner) valid dan reliabel, maka dilakukan analisis validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan teknik analisis validitas dan reliabilitas penelitian *Alpha*.

2. Analisis Statistik Deskripsi (Descriptive Statistics)

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara lebih detail masing-masing variabel dalam penelitian ini. Beberapa teknik analisis statistik deskripsi yang penulis gunakan antara lain: Median, Mode/Modus, Min Max and Sum, and View Chart.

3. Analisis Factor (Factor Analysis)

Analisis faktor digunakan untuk menyelesaikan dan menjawab permasalahan pertama berkaitan dengan faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi pencapaian pendanaan pihak ketiga melalui bauran pemasaran yang ada pada Tabungan Haji Mabrur.

4. Analisis Cross Tabulation (Chi Square (X^2))

Analisis cross tabulation (Chi Square X^2) digunakan untuk menyelesaikan dan menjawab permasalahan kedua berkaitan dengan ada hubungan atau tidaknya antara karakteristik responden (nasabah) dengan variable-variabel yang

mempengaruhi keputusannya untuk menggunakan produk tabungan mabrur bank syariah

5. Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk tujuan peramalan, dalam model tersebut terdapat hanya ada satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen. Pada analisis regresi pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada di antara dua variabel, jika memang diantara keduanya terdapat hubungan yang signifikan.

Metode Persamaan Regresi yaitu :

$$\text{Tot_DPK} = \beta_0 + \beta_1\text{Produk} + \beta_2\text{Harga} + \beta_3\text{Out} + \beta_3\text{Prom}$$

Dimana :

Tot_DPK	=	Total Dana Pihak Ketiga
Produk	=	Variabel Produk Tabungan Haji Mabrur
Harga	=	Variabel Harga Tabungan Haji Mabrur
Out	=	Variabel Outlet Tabungan Haji Mabrur
Prom	=	Variabel Promosi Tabungan Haji Mabrur

3.4 Definisi Variabel-variabel yang dipakai

Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel terikat Pendanaan pihak ketiga, sedangkan variabel bebas yaitu bauran pemasaran Tabungan Haji : produk, harga, harga, lokasi/*outlet* dan promosi. Definisi dari ke lima variabel diatas adalah:

3.4.1 Variabel Dana Pihak Ketiga

Dana Pihak Ketiga adalah dana masyarakat yang disimpan di Bank dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang dananya dapat diambil sewaktu-waktu jika diperlukan nasabah, biasanya nasabah yang mempunyai rekening tabungan adalah nasabah yang menggunakan rekeningnya sebagai penunjang kebutuhan sehari-hari/bulanannya. Dana pihak ketiga pada bank terdiri dari pendanaan tabungan, pendanaan giro dan pendanaan deposito.

3.4.2 Variabel Produk

Penggunaan dan pilihan produk Tabungan Haji Mabruur bisa disebabkan oleh manfaat dan kebutuhan nasabah. Ketika nasabah mempunyai uang lebih yang akan digunakan untuk berinvestasi dan rencana jangka panjang dan mempermudah kelancaran pendaftaran porsi haji melalui Siskohat. Adapun item variabel yang akan digunakan sebagai bahan pertanyaan dalam kuesioner yaitu :

- Sesuai dengan syariah
- *Brand image* tabungan mabrur terkenal
- Produk unggul dengan dukungan sistem teknologi canggih
- Produk sesuai dengan kebutuhan nasabah

3.4.3 Variabel Harga

Harga (*Pricing*) adalah salah satu variabel yang dapat mempengaruhi suatu produk dipilih oleh nasabah. Harga antara lain bagi hasil dan biaya administrasi. Bagi hasil adalah manfaat yang diterima oleh nasabah atas investasi dana yang disimpan di BSM, sedangkan biaya administrasi adalah biaya yang dikenakan oleh pihak BSM kepada nasabah.

Adapun item variabel yang akan digunakan sebagai bahan pertanyaan dalam kuesioner yaitu :

- Biaya administrasi/bagi hasil
- Saldo minimum tabungan terjangkau

3.4.4 Variabel Outlet/lokasi

Outlet/lokasi termasuk kepada layanan nasabah adalah variabel yang paling mempengaruhi suatu produk dapat berkembang antara lain mencakup lokasi cabang teknologi, ATM, fasilitas parkir, brosur, ruang layanan, penampilan pegawai *frontliner*, kecepatan dan ketepatan layanan, keramahan pegawai *frontliner*, perhatian *frontliner*, efektifitas pertolongan/penjelasan pegawai, proaktif pegawai dalam memberikan informasi, tingkat transparansi, penerapan

prinsip syariah, keamanan dan kenyamanan nasabah, anjuran atau ajakan pegawai *frontliner*.

Adapun item variabel yang akan digunakan sebagai bahan pertanyaan dalam kuesioner yaitu :

- Mudah dijangkau & strategi
- Diseluruh propinsi ada
- Sudah menjangkau di daerah pedesaan
- Mudah diterima di Bank Mandiri

3.4.5 Variabel Promosi

Strategi promosi adalah salah satu bauran pemasaran yang mempengaruhi suatu produk dapat dilihat dan dicari oleh nasabah. Strategi promosi antara lain tampilan yang menarik dan frekuensi promosi yang dilakukan BSM. Tampilan dapat berupa iklan di media massa, iklan yang ditayangkan di media elektronik, brosur, poster, dan lain sebagainya yang dapat menarik perhatian nasabah. Frekuensi dari tayangan iklan BSM yang dimunculkan di berbagai media tersebut.

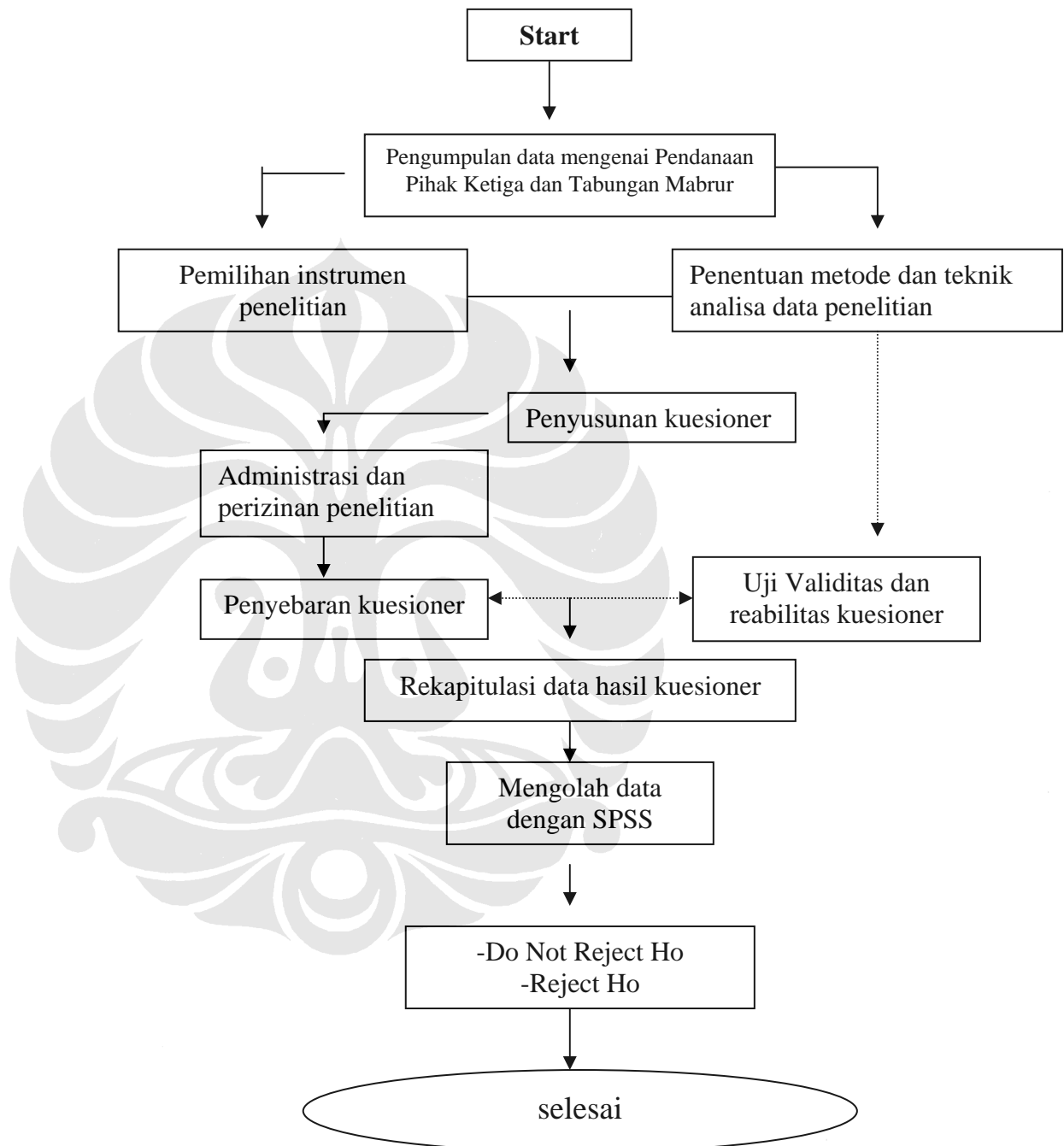
Adapun item variabel yang akan digunakan sebagai bahan pertanyaan dalam kuesioner yaitu :

- Pemberitahuan ole Pemerintah
- Kerjasama dengan Yayasan
- Informasi melalui media elektornik, internet, koran, brosur, teman maupun keluarga
- Informasi melalui pegawai/karyawan

3.5 Tahap-Tahap/Prosedur Pengolahan Data Penelitian

Gambar 3.2

Flowchart Prosedur Penelitian



Adapun penjelasan dari tahapan-tahapan diatas dalam proses pengolahan data penelitian ini dilakukan sebagai berikut :

1. Tahapan awal adalah pengumpulan data mengenai pendanaan pihak ketiga dan faktor-faktor marketing dari berbagai literatur, buku, majalah, kajian terdahulu dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk memperoleh gambaran umum awal tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan pendanaan pihak ketiga.
2. Memilih instrumen penelitian yang tepat dalam penelitian ini, yaitu dalam bentuk kuesioner, yang kemudian diberi skor dan rangking 1-5 (skala linkert) yang menggambarkan tingkat responden.
3. Setelah metode dan teknik analisis data ditentukan, maka langkah selanjutnya adalah penyusunan angket/kuesioner yang bertitik tolak dari kisi-kisi instrumen dan studi literatur (bab 2), isi pertanyaan kuesioner merupakan gambaran jawaban/pertanyaan dari responden mengenai faktor pengembangan tabungan haji. Kuesioner dikelompokkan dalam tiga bagian: karakteristik, pola perbankan responden, pernyataan responden mengenai bauran pemasaran Tabungan Haji yang berhubungan dengan pedanaan pihak ketiga.
4. Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Thamrin dan unit-unit terkait dibawah koordinasinya (Capem, Kantor Kas dan Kantor Layanan Syariah) yang dijadikan sebagai responden untuk memperlancar diperlukan perizinan administrasi penelitian sebelum penyebaran kuesioner kepada responden.
5. Sebelum kuesioner disebarkan, kuesioner direkonstruksi ulang untuk diperbaiki pada item kuesioner yang dinilai terdapat tumpang tindih dan kesamaran materi pertanyaan yang dilakukan terhadap 30 responden.
6. Jika semua item dinyatakan valid dan reliabel, maka dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner ke responden yaitu nasabah BSM Cabang Thamrin dan dilakukan pengujian Uji Validitas dan Reabilitas kuesioner setelahnya sehingga semua item dalam keadaan benar-benar diyakini valid dan reliabel.
7. Semua kuesioner yang telah lengkap dan layak tersebut direkapitulasi

semua hasil datanya, disesuaikan dengan jawaban responden dan teknik analisis yang akan digunakan.

8. Data yang telah direkapitulasi tersebut dikelompokkan menurut jenis datanya, semua data-data tersebut di berikan *coding* agar alat bantu analisis dengan mempergunakan program SPSS ver 10 dapat mengenali dan memproses lebih lanjut datanya. Setelah data diproses sesuai teknik yang ditentukan, maka langkah selanjutnya adalah interpretasi dan analisis *output* tersebut. Interpretasi output ditambah dengan data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya terutama mengenai konsep dan teori tentang bauran pemasaran Tabungan Haji yang mempengaruhi dana pihak ketiga bank syariah.
9. Langkah selanjutnya adalah menjawab hipotesis penelitian dan apa yang menjadi tujuan diadakan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan anatar variable independen terhadap variabel dependen. Apakah H_0 diterima atau di *reject*
10. Setelah mendapat jawaban atas pertanyaan (hipotesis) penelitian dan tercapainya tujuan penelitian ini, mak diambil kesimpulan penelitian dan saran-saran yang berguna bagi perkembangan ekonomi dan keuangan Islam terkhusus pihak manajemen Bank Syariah Mandiri.

3.6 Data Hasil Penelitian

Data penelitian menggunakan sistem random sampling, yaitu penyebaran kuesioner yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner yang dilaksanakan penyebarannya di kantor cabang utama Jakarta Thamrin beserta unit dibawah wewenangnya (1 unit Cabang Pembantu, 5 unit Kantor Kas dan 2 unit Kantor Layanan Syariah). Dari 100 kuesioner yang disebarkan telah kembali kepada peneliti sebanyak 100 kuesioner, dan jumlah kuesioner yang dapat diolah dan dianalisa adalah 100 kuesioner. Dengan demikian total *response rate* dari penelitian ini adalah 100% responden.

Tabel 3.1
Data Penelitian Hasil Penyebaran Kuesioner

Objek Penelitian	Jumlah kuesioner yang disebar	Jumlah kuesioner yang kembali	Jumlah kuesioner yang reject (kosong)	Jumlah kuesioner yang dapat diolah
KCU Thamrin	30	30	0	30
KCP Kramat Raya	10	10	0	10
KK Cempaka Putih	10	10	0	10
Kantor Kas Indosat	10	10	0	10
KK Depag	10	10	0	10
KK Trisakti	10	10	0	10
KK Pasar Baru	10	10	0	10
KLS Fahrudin	5	5	0	5
KLS Tanah Abang	5	5	0	5

Sumber : Hasil penelitian

3.7 Karakteristik Data Nasabah

3.7.1 Jenis Kelamin Nasabah

Dilihat 100 nasabah berdasarkan jenis kelamin, maka jumlah nasabah perempuan jauh lebih besar dibandingkan nasabah laki-laki. Nasabah perempuan 52 nasabah dengan prosentase 52% dan nasabah laki-laki berjumlah 48 nasabah dengan prosentase 48% dari total nasabah.

Tabel 3.2
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Percent
Pria	48	48%
Wanita	52	52%
Total	100	100%

Sumber: data primer dari hasil output SPSS (lampiran)

3.7.2 Lokasi Tempat Tinggal Nasabah

Dilihat berdasarkan daerah lokasi tempat tinggal nasabah, maka jumlah nasabah yang tinggal di daerah Jakarta sebanyak 63 orang atau 63%, dan nasabah yang tinggal di Depok sebanyak 15 orang atau 15%, nasabah yang tinggal di Bekasi sebanyak 12 orang atau 12%, dan nasabah yang tinggal di Tangerang sebanyak 3 orang atau 3% dan yang tinggal diluar daerah di atas sebanyak 7 orang atau 7% dan 37 nasabah yang bertempat tinggal di luar wilayah DKI Jakarta. Hal

ini dimungkinkan karena alasan bahwa nasabah bekerja di wilayah DKI Jakarta, yang menyebabkan penelitian kepada nasabah karena dekat dengan tempat bekerja.

Tabel 3.3

Lokasi Tempat Tinggal/Domisili Responden

Tempat Tinggal	Jumlah	Percent
Jakarta	63	63%
Depok	15	15%
Bekasi	12	12%
Tangerang	3	3%
Lainnya	7	7%
Total	100	100%

Sumber: data primer dari hasil output SPSS (lampiran)

3.7.3 Usia Nasabah

Pada penelitian ini nasabah yang masuk dalam kategori penelitian adalah yang berusia diatas 17 tahun. Pada gambar di bawah ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah berusia antara > 30 tahun s/d 40 tahun, yaitu berjumlah 34 nasabah dengan prosentase 34% dari total nasabah, disusul oleh nasabah yang berusia > 40 tahun s/d 50 tahun dengan jumlah 33 nasabah dengan prosentase 33%, kemudian nasabah yang berusia diatas yaitu 18 nasabah dengan prosentase 18%, kemudian nasabah yang berusia > 25 tahun s/d 30 tahun yaitu 9 nasabah dengan prosentase 9% dan terakhir yaitu berusia < 17 s/d 25 tahun sebanyak 6 nasabah atau 6% dari total nasabah.

Tabel 3.4

Usia Nasabah

Usia Nasabah	Jumlah	Percent
17 s/d 25 tahun	6	6%
> 25 s/d 30 tahun	9	9%
> 30 s/d 40 tahun	34	34%
> 40 s/d 50 tahun	33	33%
> 50 tahun	18	18%
Total	100	100.0

Sumber: data primer dari hasil output SPSS (Lampiran)

Usia dalam angkatan kerja terbagi atas usia produktif yaitu usia antara 15-65 tahun dan usia tidak produktif yaitu dibawah 15 tahun dan diatas 65 tahun.

Mayoritas responden berusia antara 30 - 40 tahun (34%), merupakan usia produktif dan masa peningkatan karir, pada usia ini rata-rata mereka adalah para angkatan kerja yang telah mempunyai pekerjaan yang tetap dan stabil dan selalu memperhitungkan segala macam pengeluaran. Pada usia ini juga kebutuhan-kebutuhan dalam perbankan juga sangat variatif sehingga kuantitas penggunaan produk perbankan juga sangat tinggi. Pada usia diatas rata-rata mereka masih dalam masa meniti karir untuk menuju keamanan.

3.7.4 Status Pernikahan Nasabah

Status Nasabah berdasarkan status perkawinan terdiri dari pilihan status yaitu menikah dan tidak menikah. Status menikah berjumlah 87 responden atau presentasi 87 %, yang belum menikah hanya ada 13 responden atau 13 % dari total nasabah, seperti pada gambar dibawah ini

Tabel 3.5

Status Pernikahan Nasabah

Status	Jumlah	Percent
Tidak Menikah	13	13%
Menikah	87	87%
Total	100	100%

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Status pernikahan seseorang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi. Orang yang sudah menikah akan lebih cermat dalam menggunakan dananya, hal ini berarti bahwa mereka yang sudah menikah mempunyai tanggung jawab untuk menafkahi keluarganya dan kebutuhan operasional keluarga juga cukup banyak. Oleh karena itu, sebagian besar dana yang ada digunakan untuk kebutuhan investasi yang sangat penting baik dalam jangka pendek jangka panjang seperti untuk biaya pendidikan, kesehatan, persiapan pensiun dan persiapan ibadah haji. Oleh sebab itu BSM harus bisa mengambil potensi tersebut sebagai "*one stop banking*" selain untuk tabungan biasa, BSM juga harus bisa memenuhi kebutuhan investasi lainnya: tabungan haji, tabungan berencana maupun tabungan pendidikan dan lain-lain. Potensi mereka sangat besar jika di garap dengan baik, seperti contohnya seandainya istrinya membuka rekening tabungan BSM maka disarankan untuk suami dan anak-anaknya juga dibukakan tabungan BSM lainnya untuk memudahkan proses transaksi lainnya.

3.7.5 Pekerjaan Nasabah

Mayoritas pekerjaan nasabah adalah Karyawan BUMN/Swasta dengan 33 nasabah atau 33%, lalu nasabah yang mempunyai pekerjaan sebagai Guru/Pegawai Negeri/ABRI dengan jumlah nasabah sebanyak 28 orang atau 28%, nasabah yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 23 orang atau 23% dan untuk nasabah yang bekerja sebagai pengusaha/wiraswasta sebanyak 10 nasabah atau 10%, serta nasabah yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 6 nasabah atau 6% dari total nasabah, seperti terlihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 3.6
Pekerjaan Nasabah

Pekerjaan	Jumlah	Percent
Guru/Pegawai Negeri/ABRI	28	28%
Karyawan BUMN/Swasta	33	33%
Pengusaha/Wiraswasta	10	10%
Pelajar/Mahasiswa	6	6%
Ibu Rumah Tangga	23	23%
Total	100	100%

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Pada tabel diatas telah dijelaskan bahwa mayoritas nasabah tabungan haji BSM adalah karyawan yang mempunyai waktu yang sangat terbatas untuk melakukan transaksi perbankannya, sehingga BSM harus bisa mengantisipasi problem diatas dengan mnciptakan produk-produk yang fitur-fiturnya baik atau membuat fasilitas yang memudahkan transaksi tanpa harus memakan waktu yang lama. Seperti contohnya dengan *Card* Haji (SHUC Card) selain bisa digunakan untuk penggunaan transaksi selama ibadah haji tetapi juga bisa digunakan untuk tabungan, pembayaran Telkom, Tranfer, PLN, dll di mesin ATM BSM maupun ATM Mandiri dan ATM Bersama.

3.7.6 Jenjang Pendidikan Nasabah

Jenjang Pendidikan nasabah dalam penelitian ini adalah lulusan SMU kebawah, Diploma, Sarjana dan Pascasarjana (S2 dan S3). Untuk nasabah < SMU berjumlah 15 nasabah atau 15%, selanjutnya lulusan Diploma berjumlah 20

nasabah atau 20%, lulusan Sarjana berjumlah 54 orang atau 64% dan lulusan pascasarjana berjumlah 11 orang atau 11% dari total nasabah, seperti terlihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 3.7
Jenjang Pendidikan Nasabah

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Percent
SMA	15	15%
Diploma	20	20%
Sarjana	54	54%
Pascasarjana	11	11%
Total	100	100%

Sumber: data primer dari hasil ouput SPSS

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nasabah BSM merupakan lulusan sarjana (S1), sehingga pola pikir mereka lebih maju dan lebih mudah dalam memberikan informasi tentang tansaksi-transaksi perbankan yang ada di BSM. Pendekatan yang dipakai dalam memprospek mereka BSM juga harus mempunyai strategi sendiri, seperti dalam setiap penjelasan dan pelayanan harus dengan pendekatan edukasi atau rasional dan lebih profesional. BSM juga mempunyai tantangan untuk bisa membuat strategi untuk masuk ke pasar dengan nasabah lulusan SMA, Diploma dan S2 dan S3.

3.7.7 Penghasilan Per Bulan Nasabah

Mayoritas penghasilan per bulan nasabah adalah antara Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000 dengan jumlah 24 nasabah atau 24%, lalu yang penghasilan per bulan antara Rp 2.500.001 - Rp 3.500.000 berjumlah 23 nasabah atau 23%, untuk nasabah yang memiliki penghasilan per bulan sebesar Rp 3.500.001 – Rp 5.000.000 berjumlah 17 nasabah atau 17%, sedangkan nasabah yang mempunyai penghasilan per bulan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 15 orang atau 15%, nasabah yang mempunyai penghasilan per bulan antara Rp.1.000.000 – Rp 2.500.000 berjumlah 13 nasabah atau 13%, dan untuk penghasilan perbulan diatas Rp 10.000.000 berjumlah 8 nasabah atau 8% dari total nasabah, seperti terlihat pada tabel 3.8.

Tabel 3.8
Penghasilan per Bulan Responden

Penghasilan per bulan	Jumlah	Percent
Lebih kecil dari Rp 1.000.000,-	15	15%
Rp 1.000.001,- s/d Rp 2.500.000,-	13	13%
Rp 2.500.001,- s/d Rp 3.500.000,-	23	23%
Rp 3.500.001,- s/d Rp 5.000.000,-	17	17%
Rp 5.000.000,- s/d Rp 10.000.000,-	24	24%
> Rp 10.000.000,-	8	8%
Total	100	100%

Sumber: data primer dari hasil output SPSS (Lampiran)

Uraian diatas menjelaskan bahwa nasabah Tabungan Haji BSM merupakan nasabah perorangan yang memang cukup potensial untuk di himpun pendapatanya, dikarenakan ibadah haji memerlukan dana yang cukup besar. Selain itu penggunaan produk BSM untuk mempermudah operasional kegiatan sehari-hari, sehingga potensi peningkatan asset dan pendanaan cukup besar.

3.7.8 Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan-Pertanyaan Umum

Berdasarkan tabel 3.9 terlihat bahwa 29 % atau 29 nasabah telah menggunakan jasa produk tabungan kurang dari 1–2 tahun, sedangkan terdapat 24 responden atau 24% yang sudah menggunakan jasa produk tabungan haji selama kurang dari 1 tahun, yang menggunakan produk tabungan haji 4-5 tahun terdapat 14 nasabah atau 14 %, yang menggunakan produk tabungan haji 3-4 tahun terdapat 13 nasabah atau 13 % dan yang menggunakan produk Tabungan Haji lebih dari 5 tahun terdapat 12 nasabah atau 12 % serta yang menggunakan produk Tabungan Haji 2-3 tahun terdapat 8 nasabah atau 8 %.

Tabel 3.9
Data Responden Berdasarkan Pertanyaan
”Sudah berapa lama menggunakan jasa produk Tabungan Haji”

Keterangan	Frekuensi
< 1 Tahun	24
1 – 2 Tahun	29
2 – 3 tahun	8
3 -4 tahun	13
4 – 5 tahun	14
Lebih dari 5 tahun	12
Total	100

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Hal ini mengindikasikan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas merupakan nasabah yang baru melakukan pembukaan rekening Tabungan Haji walaupun nasabah sudah memiliki tabungan sebelumnya atau sudah familiar terhadap produk-produk perbankan, ini suatu kemudahan bagi manajemen sehingga tidak begitu susah mengedukasi nasabah tentang produk-produk BSM tetapi juga sebagai tantangan karena mereka akan lebih kritis dan lebih mudah pindah ke Bank lain seandainya mereka mengalami ketidakpuasan dalam pelayanan di BSM.

Tabel 3.10
Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan
”Sumber Informasi Tentang Produk Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri”

Keterangan	Frekuensi
Televisi	27
Radio	9
Majalah	50
Reklame	14
Brosur/Spanduk	35
Internet	8
Teman	4
Keluarga	50
Seminar	4
Total	201

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Pada pertanyaan ini nasabah dapat menjawab lebih dari satu jawaban, pada tabel di atas terlihat bahwa nasabah yang mengetahui produk Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri dari televisi sebanyak 27 orang atau 13,43%, dari radio sebanyak 9 orang atau 4.48%, dari majalah sebanyak 50 orang atau 24.87%, dari brosur/spanduk sebanyak 35 orang atau 17.41%, dari internet sebanyak 3.98%, dari teman sebanyak 4 orang atau 1.99%, dari keluarga sebanyak 50 orang atau 24.87% dan seminar/kampus sebanyak 4 orang atau 1.99%.

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah mengetahui informasi tentang BSM dari mass media seperti dari Majalah, Koran, Radio atau TV. Akan tetapi bila dilihat dari segi biaya yang dikeluarkannya, maka sudah tentu beriklan di media massa jauh lebih mahal dibandingkan dengan beriklan dengan spanduk dan banner. Tetapi jika melihat presentasi di atas informasi yang berasal dari keluarga dan spanduk cukup besar dan efektif, dan dilihat dari biayanya juga tidak begitu besar, dari sini manajemen BSM bisa mempertimbangkan untuk membuat program untuk para karyawan yang mampu menarik keluarga, kerabat dan teman-teman menjadi nasabah BSM, dan mereka yang berhasil mendapatkan nasabah diberikan *reward*, bila dihitung biaya untuk promosi lewat media masa dengan promosi lewat karyawan jauh lebih mahal. Ini juga menjadikan loyalitas rasa mewakili karyawan kepada produk-produk BSM semakin besar.

Tabel 3.11

Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan

”Alasan responden memilih Tabungan Haji di Bank Syariah”

Keterangan	Frekuensi
Mudah Dijangkau	39
Pelayanan baik/memuaskan	19
Bank tersebut populer	4
ATM&kantornya banyak	10
Teknologi Canggih	1
Biaya Administrasi Murah	-
Pilihan Kantor/Sekolah	1
Sesuai dengan Syariah agama	25
Jenis produknya banyak	1
Total	100

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Pada tabel di atas terlihat bahwa alasan nasabah dalam memilih Tabungan Haji di bank syariah adalah lokasi mudah dijangkau sebanyak 39 nasabah atau 39%, untuk bertransaksi adalah sesuai dengan syariah agama Islam sebanyak 25 nasabah atau 25 %, lalu karena pelayanan baik/memuaskan sebanyak 19 orang atau 19%, karena ATM dan kantornya banyak sebanyak 10 orang atau 10%, bank tersebut populer sebanyak 4 orang atau 3% dan karena bank tersebut pilihan kantor/sekolah, jenis produknya banyak dan teknologinya canggih masing-masing sebanyak 1 orang atau 1 %.

Dijelaskan pada uraian diatas dasar pemikiran nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Haji adalah lokasi mudah dijangkau, nasabah tidak melihat bank tersebut syariah atau konvensional, nasabah melihat kedekatan lokasi. Alasan ke dua yang sesuai dengan syariah Islam, ini sebagian besar nasabah BSM adalah beragama Islam dan mereka sudah mempunyai pengetahuan tentang Riba itu haram dan mereka mendukung konsep bagi hasil itu sendiri. Alasan ketiga mereka memilih bank adalah pelayanan dan fasilitas yang disediakan harus memuaskan kebutuhan mereka. Ini harus dijadikan bahan pertimbangan manajemen BSM untuk menarik para calon-calon nasabah BSM yang masih belum menggunakan produk-produk BSM dan merupakan tantangan untuk manajemen BSM untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada yaitu harus tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimana semuanya harus tetap dijaga kesyariahannya.

Tabel 3.12

**Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan
"Produk Jasa Perbankan Yang Digunakan"**

Produk	Frekuensi
Tabungan	73
Deposito	19
Giro	2
Pembiayaan	2
Produk jasa lainnya	2
Total	100

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Pada pertanyaan ini nasabah hanya menjawab satu jawaban (dominan), pada tabel di atas terlihat bahwa nasabah yang menggunakan produk tabungan

sebanyak 73 nasabah atau 73%, deposito sebanyak 19 nasabah atau 19%, giro/pembiayaan/produk jasa lainnya masing-masing sebanyak 2 nasabah atau 2%

Dari uraian diatas responden paling banyak menggunakan produk pendanaan seperti tabungan, giro dan deposito dimana mereka pasti akan lebih memilih dengan perhitungan bagi hasil dari masing-masing produk tersebut. Dari data diatas ketika dilihat per responden tidak bisa menggambarkan bahwa orang yang menggunakan produk tabungan/giro/deposito juga menggunakan produk jasa lainnya, demikian juga sebaliknya, tetapi lebih dari 92% nasabah yang menggunakan produk tabungan/giro/tabungan juga menggunakan produk pembiayaan dan produk jasa lainnya.

Nasabah yang mendapat fasilitas pembiayaan ini paling rendah, tetapi ini tidak bisa menggambarkan nilai pemberian pembiayaan ke para nasabah, karena tipikal nasabah pembiayaan sangat jarang datang ke *banking hall* biasanya mereka langsung datang ke para *account officernya* sedangkan kuesioner disebarakan di *banking hall* cabang.

Tabel 3.13

Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan ”Informasi Bank Lain Yang Menggunakan Produk Tabunga Haji Selain Bank Syariah Mandiri ”

Keterangan	Frekuensi
BRI	100
BNI	100
BTN	82
Bank Mandiri	100
BMI	75
Bank Bukupin	77
Bank DKI	21
Bank Jabar	17
BPD Jogjakarta	1
BPD Jawa Timur	1
BPD Sulawesi Selatan	1
BPD NTB	1
BPD Riau	1
BPD Kalimantan Timur	1
BPD Sumatera Selatan	1
BPD Sumatera Barat	1
BPD Sulawesi Utara	1
BPD Kalimantan Selatan	1
BPD Sumatera Utara	1
BPD Aceh	2
Total	585

Sumber: data primer dari hasil ouput SPSS

Pada pertanyaan ini nasabah dapat menjawab lebih dari satu jawaban, pada tabel di atas terlihat bahwa Bank lain selain Bank Syariah Mandiri yang dapat menggunakan produk Tabungan Haji adalah BRI, BNI dan Bank Mandiri sebanyak 100 orang atau 100%, BTN sebanyak 82 orang attau 82%, BMI sebanyak 75 orang atau 75%, Bukopin sebanyak 77 orang atau 77%, Bank DKI sebanyak 21 orang atau 21%, Bank Jabar sebanyak 17 orang atau 17% BPD Aceh sebanyak 2 orang atau 2%, Bank lainnya sebanyak 1 orang atau 1%.

Dari uraian diatas dapat dilihat masyarakat umumnya masih terinformasi kepada bank-bank pemerintah akan adanya produk Tabungan Haji. Hampir seluruh masyarakat akan lebih cenderung terinformasi kepada bank-bank pemerintah seperti Bank Mandiri, BNI, BRI, dan BTN dalam hal produk Tabungan Haji, dikarenakan bank pemerintah lebih baik dan berpengalaman, didukung oleh kebijakan pemerintah, image bank itu sendiri di masyarakat.

Tabel 3.14

Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan

"Harapan Responden Terhadap Bank Syariah Mandiri"

Harapan	Frekuensi
Meningkatkan Sosialisasi kepada Masyarakat	32
Memperbanyak jumlah kantor dan jaringan ATM	37
Meningkatkan pelayanan dan variasi produk perbangkan	23
Meningkatkan inovasi teknologi perbankan	7
Meningkatkan bagi hasil yang diberikan kepada nasabah	1
Total	100

Sumber: data primer dari hasil ouput SPSS

Pada tabel diatas menggambarkan harapan 100 nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri, dimana harapan bahwa Bank Syariah Mandiri memperbanyak jumlah kantor dan jaringan ATM sebanyak 37 orang atau 37%, meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat sebanyak 32 responden atau 32%, yang berharap meningkatkan pelayanan dan variasi produk perbangkan sebanyak 23 nasabah atau 23%, yang berharap meningkatkan inovasi teknologi perbankan sebanyak 7 nasabah atau 7% dan harapan meningkatkan bagi hasil hanya 1 orang atau 1%

Penambahan jumlah kantor dan jaringan ATM sangat diinginkan oleh masyarakat agar masyarakat mudah dalam bertransaksi kepada bank syariah. Hal

ini juga dapat dilihat pada faktor lokasi yang paling dominan dalam peningkatan produk Tabungan Haji.

Tabel 3.15
Data Nasabah Berdasarkan Pertanyaan
”Tanggapan Masyarakat Penunjukan Bank Syariah Sebagai Bank Penerima
Setoran Haji oleh Pemerintah”

Tanggapan	Frekuensi
Setuju	73
Tidak Setuju	27
Total	100

Sumber: data primer dari hasil output SPSS

Pada tabel diatas menggambarkan harapan 100 nasabah terhadap tanggapan masyarakat dalam hal penunjukkan pemerintah kepada bank syariah sebagai bank penerima setoran haji, dimana tanggapan bahwa masyarakat setuju atas penunjukkan bank syariah sebanyak 73 orang atau 73% dan masyarakat tidak setuju atas penunjukkan bank syariah sebanyak 27 orang atau 27%.

Tidak setujunya masyarakat atas penunjukkan bank syariah sebagai bank penerima setoran haji mempunyai beberapa alasan antara lain: bank syariah belum mempunyai jaringan kantor yang memadai yang cukup sampai ke daerah-daerah pedesaan, bank syariah belum mampu pengalaman dalam mengelola dana setoran haji dilihat dari sisi sumber daya manusia dan pelayanan, penunjukkan dalam waktu dekat belum dapat dilakukan dikarenakan bank-bank pemerintah masih mendominasi dana setoran haji di rekening pemerintah.