



Khazanah Penelitian Perbankan Syariah

KHITABAH



PENGARUH BAGI HASIL, RELIGIUSITAS, RESIKO DAN PRODUK PADA MINAT NASABAH BANK MUAMALAT

Ihrom Jaelani¹, Kikin Mutakin²

¹Program Studi Perbankan Syariah, STAI Putra Galuh Ciamis, Jawa Barat, Indonesia

²Program Studi Perbankan Syariah, STAI Putra Galuh Ciamis, Jawa Barat, Indonesia

*Alamat email: ¹ihromjaelani@staiputragaluh.ac.id, ²kikinmutakin@staiputragaluh.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Oktober 2024

Received in revised form

Oktober 2024

Accepted

November 2024

Available online

Desember 2024

Kata Kunci:

Bagi Hasil, Religiusitas,
Resiko, Produk, Minat
Nasabah

Keywords:

Profit Sharing, Religiosity,
Risk, Product, Customer
Interest

DOI:

<https://doi.org/10.61580/khita>

[bah.v1i2.81](https://doi.org/10.61580/khita)

ABSTRAK

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah dalam memilih bank muamalat di Kabupaten Ciamis. 2) Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah dalam memilih bank muamalat di Kabupaten Ciamis. 3) Bagaimana pengaruh resiko terhadap minat nasabah dalam memilih bank muamalat di Kabupaten Ciamis. 4) Bagaimana pengaruh produk terhadap minat nasabah dalam memilih bank muamalat di Kabupaten Ciamis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia di Ciamis menunjukkan kinerja sangat baik dalam berbagai aspek, termasuk bagi hasil, religiusitas, risiko, dan produk. Namun, beberapa area perlu diperbaiki, seperti kejelasan perjanjian bagi hasil, dengan memastikan dokumen disusun dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta memperkuat kerjasama tim.

ABSTRACT

The problems discussed in this research are 1) What is the influence of profit sharing on customer interest in choosing Muamalat Bank in Ciamis Regency. 2) How does religiosity influence customer interest in choosing Muamalat Bank in Ciamis Regency. 3) How does risk influence customer interest in choosing Muamalat Bank in Ciamis Regency? 4) How does the product influence customer interest in choosing Muamalat Bank in Ciamis Regency? The research method used in this research is survey research. Quantitative research methods are a type of research whose specifications are systematic, planned and clearly structured from the start until the creation of the research design. The research results show that Bank Muamalat Indonesia in Ciamis shows very good performance in various aspects, including profit sharing, religiosity, risk and products. However, several areas need to be improved, such as clarity of production sharing agreements, ensuring documents are prepared in simple and easy to understand language, and strengthening team collaborations.

I. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia merupakan salah satu sektor keuangan yang mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa dekade terakhir (Tuzuhro & Rozaini, 2023). Sistem perbankan ini beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam, yang melarang praktik-praktik riba (bunga), maisir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian) (Pusvisasari et al., 2023). Sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional, perbankan syariah menawarkan produk dan layanan yang

sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti mudharabah (bagi hasil), musyarakah (kerja sama), dan murabahah (Maulidizen, 2024).

Prinsip-prinsip ini mencakup larangan riba (bunga), spekulasi, dan investasi dalam industri yang dianggap haram atau merugikan masyarakat (Pusvisasari et al., 2023). Inovasi keuangan syariah mencakup produk dan layanan seperti pembiayaan syariah, investasi syariah, asuransi syariah, dan lembaga keuangan syariah (Nurzianti, 2021). Ini dapat memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin berinvestasi atau memperoleh pembiayaan, tetapi ingin melakukannya dengan cara yang sesuai dengan keyakinan dan prinsip syariah (Salsabila et al., 2023). Inovasi keuangan syariah juga dapat membantu mendorong inklusi keuangan di antara masyarakat yang belum terlayani oleh lembaga keuangan konvensional dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan melalui pemberdayaan ekonomi umat dan kesejahteraan sosial (Menne, 2023).

Dalam kamus umum bahasa Indonesia minat adalah suatu keinginan dan kecenderungan hati yang sangat kuat terhadap sesuatu (Septirahmah & Hilmawan, 2021). Minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari ataupun membutuhkan lebih lanjut (Ena & Djami, 2021).

Beberapa faktor yang dapat menentukan minat nasabah yaitu bagi hasil, religiusitas, resiko dan produk (Artha Deva, 2023). Religiusitas dalam konteks keislaman pun sudah tersirat dalam ajaran agama Islam dalam proses menjalankan ajaran agama secara *kaffah* atau menyeluruh (Mardiana et al., 2021). Jadi dapat didefinisikan bahwa religiusitas adalah kedalaman penghayatan keagamaan seseorang dan keyakinannya terhadap adanya tuhan yang diwujudkan dengan mematuhi perintah dan menjauhi larangan dengan keikhlasan hati dan dengan seluruh jiwa dan raga (Mardiana et al., 2021).

Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang ditimbulkan akibat menggunakan suatu produk atau jasa, yang mana hasil dari penggunaan produk atau jasa tersebut memungkinkan munculnya hasil negatif atau kemungkinan akan adanya kerugian (Atieq & Nulpiani, 2022). Resiko merupakan suatu ketidakpastian yang menjadi pertimbangan seseorang apakah akan melakukan transaksi atau tidak (Brahmanta & Wardhani, 2021). Dengan kata lain, transaksi secara *online* dapat menimbulkan resiko yang sangat tinggi, sebab dalam melakukan transaksi tidak ada yang dinamakan bertemu secara langsung sehingga nasabah tidak bisa memastikan jika transaksi yang dilakukannya sudah melalui tahapan yang tepat atau tidak (Barkatullah, 2019).

Berdasarkan data dapat diketahui bahwa jumlah DPK, Piutang dan Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia dari tahun 2013 sampai 2023 mengalami fluktuasi dengan penuruna sebesar 1,31%. Dengan adanya kecenderungan penurunan jumlah jumlah DPK, Piutang dan Pembiayaan setiap tahunnya ini membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Ciamis belum memuaskan nasabah

sehingga belum mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa dan produk di bank tersebut. Alasan penulis memilih Bank Muamalat Indonesia sebagai objek penelitian adalah karena Bank Muamalat merupakan bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia. Pada awal berdirinya Bank Muamalat, banyak masyarakat yang mempercayakan dananya untuk diinvestasikan pada bank tersebut, karena hanya Bank Muamalat satu-satunya Bank Syariah yang ada pada saat itu. Masyarakat tidak mempunyai pilihan bank syariah lain untuk menginvestasikan dananya. Namun pada saat sekarang ini Bank syariah sudah banyak bermunculan. Bank Muamalat memiliki banyak pesaing saat ini. Dengan melakukan penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah dengan kondisi persaingan seperti saat sekarang ini Bank Muamalat masih tetap prima dalam melayani nasabahnya dan dapat menjaga serta memelihara kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka dari itu peneliti tertarik mengangkat masalah tersebut kedalam sebuah karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Bagi Hasil, Religiusitas, Resiko dan Produk Pada Minat Nasabah Bank Muamalat”.

II. KAJIAN PUSTAKA

Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan suatu bentuk skema pembiayaan alternatif untuk konsumen (Setiawan, 2022). Sifat dan karakteristik yang dimiliki oleh bagi hasil sangat berbeda di bandingkan dengan suku bunga (Nelly et al., 2022). Cara kerja dari sistem bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang di biayai melalui transaksi pembiayaan (Setiawan, 2022).

Bagi hasil merupakan suatu proses pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*) (Safitri et al., 2023). Sistem bagi hasil dapat diartikan sebagai suatu sistem yang dilakukan pada suatu kegiatan usaha, dan dalam usaha tersebut diterapkan pembagian hasil yang telah disepakati atau pembagian keuntungan antara kedua belah pihak atau lebih yang telah bekerjasama (Rahmawati et al., 2022).

Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk pengikatan kembali nilai-nilai keilahian yang bersifat spiritual yang akan berdampak pada meningkatnya spiritualitas dari generasi muda (Najoan, 2020). Religiusitas bukanlah spritualitas, namun merupakan penyebab dari akibat spiritualitas (Najoan, 2020). Religiusitas merupakan tingkat kepercayaan kepada Tuhan (keimanan) yang disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang diyakini nya atas dasar agama tersebut (Shohib, 2020). Dengan katalain, religiusitas didefinisikan sebagai tingkat keyakinan yang spesifik dalam nilai-nilai agama dan cita-cita yang dipraktekkan oleh seseorang (Familia, 2024).

Religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama (Handayani et al.,

2019). Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Najoan, 2020).

Resiko

Risiko merupakan satu hal yang harus dihindari demi tercapainya keuntungan, Perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis sekarang ini dengan cara selalu memperhatikan kemungkinan terjadinya kerugian (Korompis, 2020). Risiko perbankan merupakan suatu insiden potensial yang dapat diharapkan maupun yang tidak diharapkan, yang akan berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank (Ainulyaqin, 2023). Risiko (*risk*) adalah pengaruh ketidakpastian pada suatu tujuan. Pengaruh adalah penyimpangan dari hasil yang diharapkan, hasilnya bisa positif, negatif atau keduanya sehingga dapat mengatasi, menciptakan, atau menghasilkan peluang dan ancaman (Pratama, 2020).

Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh proses produksi dan siap untuk dipasarkan kepada konsumen. Produk ini bisa berbentuk barang maupun jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar. Proses pembuatan produk biasanya melalui serangkaian langkah, mulai dari penelitian dan pengembangan (R&D), desain, produksi, hingga distribusi ke konsumen akhir. Produk yang berhasil dibuat harus memiliki kualitas yang memenuhi standar dan diinginkan oleh pasar agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif (Julyanthry, 2020).

Minat Nasabah

Minat nasabah merujuk pada ketertarikan atau keinginan seorang konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, terutama dalam konteks perbankan atau sektor finansial. Minat ini biasanya didorong oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan akan layanan keuangan yang sesuai, tingkat kenyamanan dengan produk yang ditawarkan, serta persepsi nasabah terhadap kualitas dan reputasi perusahaan. Dalam dunia perbankan, minat nasabah sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap tingkat partisipasi dan loyalitas nasabah terhadap produk-produk perbankan seperti tabungan, pinjaman, atau investasi (Munna, 2023).

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Ada dua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan wawancara, dan angket. Indikator-indikator untuk kedua variabel tersebut kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pertanyaan-

pertanyaan sehingga diperoleh data primer. Data ini akan dianalisis dengan menggunakan uji validitas yang relevan untuk menguji hipotesis. Sedangkan teknik ukuran yang digunakan yaitu teknik *Skala Likert*.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil pengujian asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,71140059
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,116
	Negative	-,095
Kolmogorov-Smirnov Z		1,127
Asymp. Sig. (2-tailed)		,158

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari output yang didapat dari hasil pengolahan SPSS for Windows pada *output One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dimana nilai sign (0,158) > (α) 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik normalitas, atau dapat dianggap berdistribusi normal.

Tabel 2. Pengujian Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Bagi_Hasil	,236	4,244
	Religiusitas	,325	3,079
	Resiko	,148	8,811
	Produk	,159	7,075

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Dari hasil pengolahan SPSS for Windows pada Tabel *tolerance* menunjukkan bahwa Bagi hasil $0,325 > 0,10$, Religiusitas $0,325 > 0,10$, Resiko $0,148 > 0,10$ dan produk $0,159 > 0,10$. Selain itu pada kolom VIF Bagi hasil $3,187 < 10$ dan Religiusitas $3,187 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil, religiusitas, resiko dan produk tidak terjadi multikolinieritas sehingga uji multikolinieritas terpenuhi.

Tabel 3. Pengujian Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-5,8E-016	,694		,000
	Bagi_Hasil	,000	,044	,000	,000
	Religiusitas	,000	,061	,000	,000
	Resiko	,000	,150	,000	,000
	Produk	,000	,059	,000	,000
					,000

a. Dependent Variable: Abs_Res

Pada uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser, diidentifikasi apabila nilai Sig. (signifikansi) dari seluruh variabel penjelas tidak ada yang signifikan secara statistik ($p > 0,05$). Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai Sig. dari masing-masing variabel adalah sebesar 1,000 untuk variabel Bagi hasil, dan 1,000 untuk variabel Religiusitas. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan, bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai uji Glejser dari masing-masing lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. Pengujian Autokorelasi

Model Summary ^a	
Model	Durbin-Watson
1	1,386 ^a

a. Predictors: (Constant), Produk, Religiusitas, Bagi_Hasil, Resiko

b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Dari hasil pengujian SPSS for Windows pada kolom Durbin-Watson terdapat nilai sebesar 1,386 dalam artian lain angka D-W berada diantara -2 sampai +2. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi, maka uji autokorelasi terpenuhi.

Tabel 5. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,951 ^a	,905	,901	,72704

a. Predictors: (Constant), Produk, Religiusitas, Bagi_Hasil, Resiko

Nilai koefisien korelasi (r) dari hasil perhitungan pada tabel *model summary* diperoleh nilai sebesar 0,951 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara variabel bagi hasil (X_1), religiusitas (X_2), resiko (X_3) dan produk (X_4) dengan variabel minat nasabah (Y) memiliki hubungan yang sangat kuat. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Bagi hasil dan Religiusitas terhadap minat nasabah pada karyawan pada Bank Muamalat Ciamis, dapat menggunakan koefisien determinasi ($square/r^2$) atau menggunakan rumus $Kd = r^2 \times 100\%$. Dari Tabel *model summary* diperoleh angka *R square* sebesar 0,905. *R square* dapat juga disebut koefisien determinasi yang berkisar antara 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar *R square* maka akan berpengaruh pada Religiusitas pada karyawan pada Bank Muamalat Indonesia di Ciamis. Dari perhitungan didapat *R square* 0,905 atau 90,5% dimana hal ini berarti bagi hasil dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat nasabah pada karyawan pada Bank Muamalat Ciamis.

Tabel 6. Coefficient

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-1,674	,694		-2,412	,018			
	Bagi_Hasil	,192	,044	,295	4,403	,000	,804	,421	,143
	Religiusitas	,365	,061	,341	5,976	,000	,849	,533	,194
	Resiko	-,944	,150	-,933	-6,288	,000	,848	-,552	-,205
	Produk	,569	,059	1,287	9,579	,000	,908	,710	,312

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi antara bagi hasil sebesar 0,421 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sedang antara bagi hasil dengan minat nasabah. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa bagi hasil dapat meningkatkan minat nasabah. Maka besar pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah secara parsial adalah sebesar 17,72% [$Kd = (0,421)^2 \times 100\%$]. Selanjutnya nilai koefisien korelasi antara religiusitas dan minat nasabah sebesar 0,533 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sedang antara religiusitas dengan minat nasabah. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa religiusitas dapat meningkatkan minat nasabah. Maka besar pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah secara parsial adalah sebesar 28,41% [$Kd = (0,533)^2 \times 100\%$].

Adapun nilai koefisien korelasi antara resiko dan minat nasabah sebesar -0,552 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sedang antara resiko dengan minat nasabah. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa resiko dapat meningkatkan minat nasabah. Maka besar pengaruh resiko terhadap minat nasabah secara parsial adalah sebesar 30,47% [$Kd = (-0,552)^2 \times 100\%$]. Selanjutnya nilai koefisien korelasi antara produk dan minat nasabah sebesar 0,710 yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara produk dengan minat nasabah. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa produk dapat meningkatkan minat nasabah. Maka besar pengaruh produk terhadap minat nasabah secara parsial adalah sebesar 50,41% [$Kd = (0,710)^2 \times 100\%$].

Tabel 7. Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	452,049	4	113,012	213,802	,000 ^a
	Residual	47,573	90	,529		
	Total	499,621	94			

a. Predictors: (Constant), Produk, Religiusitas, Bagi_Hasil, Resiko

b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS for Windows pada Tabel ANOVA diketahui nilai sig ($,000^a$) \leq alpha (α) (0,05). Berdasarkan hasil perhitungan ternyata nilai sig ($,000^a$) \leq alpha (α) (0,05) maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis *alternative* (H_a)

diterima. Diterimanya hipotesis *alternative* (H_a) menunjukkan bahwa model ini fit atau layak untuk di uji t

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah, yang diketahui dari hasil perhitungan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* (α) (0,05) sehingga terpenuhi kriteria H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, semakin efektif pengelolaan bagi hasil, semakin tinggi minat nasabah untuk memilih Bank Muamalat Ciamis sebagai institusi perbankan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan bagi hasil yang baik, dengan transparansi, keadilan, serta keuntungan yang kompetitif bagi nasabah, dapat meningkatkan kepercayaan dan minat nasabah untuk terus menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat. Pengaruh positif ini memperlihatkan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank, khususnya dalam konteks perbankan syariah (Safitri et al., 2023).

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis religiusitas berpengaruh terhadap minat nasabah, yang diketahui dari hasil perhitungan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* (α) (0,05) sehingga terpenuhi kriteria H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengaruh positif religiusitas terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas yang diterapkan dalam operasional bank, semakin besar minat nasabah untuk memilih Bank Muamalat Indonesia. Hal ini berarti bahwa nasabah merasa lebih nyaman dan percaya pada bank yang secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip syariah dan nilai-nilai agama dalam layanan dan produk yang ditawarkan. Keberadaan prinsip religiusitas dalam perbankan syariah, seperti kepatuhan terhadap aturan-aturan agama dan penekanan pada etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan nasabah. Dengan demikian, Bank Muamalat Indonesia dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan nasabah melalui penerapan prinsip-prinsip religius yang kuat dalam setiap aspek operasionalnya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa indikator religiusitas berpengaruh terhadap minat nasabah (Najoran, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel resiko berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis resiko berpengaruh terhadap minat nasabah, yang diketahui dari hasil perhitungan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* (α) (0,05) sehingga terpenuhi kriteria H_a diterima dan H_0 ditolak. Indikator resiko pada Bank Muamalat berpengaruh terhadap minat nasabah. Pengaruh positif resiko terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan resiko yang diterapkan oleh bank, semakin tinggi minat nasabah untuk memilih Bank Muamalat Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah menghargai dan

memperhatikan bagaimana bank mengelola dan memitigasi risiko dalam operasionalnya (Ainulyaqin, 2023). Ketika Bank Muamalat Indonesia mampu menunjukkan pengelolaan risiko yang efektif, nasabah merasa lebih percaya dan yakin dalam memilih bank tersebut sebagai pilihan perbankan mereka. Dengan demikian, penerapan strategi manajemen risiko yang baik dan transparan tidak hanya membantu dalam menjaga stabilitas operasional bank tetapi juga meningkatkan daya tarik dan kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis produk berpengaruh terhadap minat nasabah, yang diketahui dari hasil perhitungan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* (α) (0,05) sehingga terpenuhi kriteria H_a diterima dan H_0 ditolak. Indikator produk pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Ciamis berpengaruh terhadap minat nasabah. Pengaruh positif produk terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa kualitas, fitur, dan manfaat produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia berperan penting dalam menarik minat nasabah. Ketika produk-produk bank memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, serta menawarkan nilai tambah yang signifikan, nasabah cenderung lebih memilih dan loyal terhadap bank tersebut (Julyanthry, 2020). Dengan demikian, pengembangan dan peningkatan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan preferensi nasabah dapat menjadi strategi kunci untuk meningkatkan minat nasabah dan memperkuat posisi kompetitif Bank Muamalat Indonesia di Ciamis

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Bank Muamalat Indonesia menunjukkan kinerja sangat baik dalam berbagai aspek, termasuk bagi hasil, religiusitas, risiko, dan produk. Namun, beberapa area perlu diperbaiki, seperti kejelasan perjanjian bagi hasil, dengan memastikan dokumen disusun dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta memperkuat kerjasama tim. Dalam aspek religiusitas, perusahaan harus meningkatkan perlindungan dan dukungan terkait kesehatan dan keselamatan kerja. Untuk risiko, Bank perlu fokus pada kesejahteraan psikologis nasabah, seperti mengurangi stres atau kecemasan melalui layanan yang responsif. Selain itu, untuk produk, Bank harus meningkatkan aksesibilitas dan kualitas layanan perbaikan produk guna memastikan pengalaman nasabah yang lebih baik.

Saran

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas penelitian ini dengan mengeksplorasi variabel lain yang memengaruhi minat nasabah Bank Muamalat Indonesia di Ciamis, seperti kualitas layanan (kecepatan, ketepatan, keramahan pelayanan), keamanan transaksi, serta inovasi produk. Hal ini dapat membantu memahami faktor-faktor tambahan yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah, serta

memberikan wawasan lebih mendalam mengenai dampak dari berbagai aspek pelayanan dan produk dalam meningkatkan minat nasabah.

REFERENSI

- Artha Deva, A. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Preferensi Risiko Dan Persepsi Bagi Hasil Terhadap Minat Berinvestasi Deposito Mudharabah (STUdi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bekasi A. YANI)*. UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423.
- Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia*. Nusamedia.
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, risiko terhadap minat menggunakan ulang shopeepay di Surabaya. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(2), 97–108.
- Ena, Z., & Djami, S. H. (2021). Peranan motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap minat personel bhabinkamtibmas polres kupang kota. *Among Makarti*, 13(2).
- Familia, S. (2024). *Persepsi Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion) Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Upi Yptk Padang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi: Love Of Money, Pemahaman Perpajakan, Dan Sifat Machiavellian*. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.
- Handayani, A., Azman, H. A., & Ismail, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1–19.
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520.
- Maulidizen, A. (2024). Sistem Perbankan Syariah. *Ekonomi pembangunan islam*, 79.
- Menne, F. (2023). Inovasi dan Literasi keuangan Syariah bagi Pelaku UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1111–1122.
- Najoan, D. (2020). Memahami hubungan religiusitas dan spiritualitas di era milenial. *Educatio Christi*, 1(1), 64–74.
- Nelly, R., Siregar, S., & Sugianto, S. (2022). Analisis Manajemen Risiko Pada Bank Syariah: Tinjauan Literatur. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 918–930.
- Nurzianti, R. (2021). Revolusi lembaga keuangan syariah dalam teknologi dan kolaborasi fintech. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 37–46.

- Pusvisasari, L., Bisri, H., & Suntana, I. (2023). Analisis Filosofi dan Teori Hukum Ekonomi Syariah dalam Konteks Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(3), 269–277.
- Rahmawati, A., Rahma, E., & Djahraturun, S. (2022). Sistem Operasional Syariah (Bagi Hasil/Profit Sharing). *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Safitri, A., Ihwanudin, N., & Wijayanti, I. M. (2023). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Praktik Bagi Hasil Tambak Ikan Mas. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 127–134.
- Salsabila, N. R., Hidayatullah, A. D., & Hussin, N. S. (2023). Bank syariah sebagai alternatif pembiayaan untuk meningkatkan ekonomi umat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 96–114.
- Septirahmah, A. P., & Hilmawan, M. R. (2021). Faktor-faktor internal yang mempengaruhi kedisiplinan: pembawaan, kesadaran, minat dan motivasi, serta pola pikir. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 618–622.
- Setiawan, R. (2022). Bagi Hasil pada Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah di Bank Syariah Sesuai Syariah Islam. *Margin: Journal of Islamic Banking*, 2(2), 133–143.
- Shohib, M. (2020). Religiusitas dan entrepreneurship. *Cognicia*, 8(2), 169–177.
- Tuzuhro, F., & Rozaini, N. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah diindonesia. *PEKA*, 11(2), 78–87.