



**ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN BTPN SYARIAH
DI DESA BONAN DOLOK, KEC. SIABU**

Atiroh Mora Mianda¹ Rukiah² Tentiyo Suharto³

Email: atirohmoranasution@gmail.com, nasutionrukiah8@gmail.com
tentiyo Suharto18@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing
Natal**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Desa Bonan Dolok Kec. Siabu. Perkembangan Bank Syariah yang terus meningkat, menurut OJK data Statistik Perbankan Syariah tahun 2019 jumlah BUS, UUS, dan BPRS ada 197 unit, sedangkan tahun 2023 ada 206 unit. Oleh karena itu BTPN Syariah dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah tidak kecewa dan dapat bersaing. Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif. Jumlah populasi 100 nasabah di Desa Bonan Dolok Kec. Siabu. Dengan teknik pengambilan sampel dengan metode *Random Sampling*. Teknik pengambilan data dengan menyebar observasi dan kuisioner. Teknik analisis data dengan menggunakan uji t, uji f, regresi linear berganda, uji koefisien Korelasi dan uji koefisien determinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh signifikan Lokasi terhadap Minat Masyarakat dengan thitung $3,973 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$. (2) terdapat pengaruh signifikan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat dengan thitung $4,481 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci : Lokasi, Pelayanan dan Minat Masyarakat Desa

A. Pendahuluan

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema atau kegiatan menyalurkan dan menghimpun dana sekaligus, dimana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa. (Andri Soemitra, 2017:50)

Bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banco* yang berarti kursi, sedangkan menurut undang-undang perbankan No 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit untuk meningkatkan taraf hidup Masyarakat (Agza, 2017).

Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang mana aturan perjanjiannya berdasarkan hukum Islam, untuk penyimpanan dana, pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Veitzhal menjelaskan lebih lanjut, bank syariah adalah lembaga intermediasi dan penyedia

SEKRETARIAT:
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH STAIN MADINA, SUMATERA UTARA, INDONESIA
HP/WA: 082186121778 EMAIL: journaljibf@gmail.com



jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), perjudian (maysir), hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal (Veitzhal, 20017:733-759).

Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah (BTPN Syariah) adalah sebuah bank yang berkomitmen memberikan kesempatan bagi setiap nasabah untuk mewujudkan niat baik mereka lebih cepat, membangun hidup yang lebih berarti serta memberikan dampak yang bermakna bagi jutaan rakyat Indonesia. BTPN Syariah lahir dari perpaduan dua kekuatan yaitu, PT Bank Sahabat Purbadanarta dan Unit Usaha Syariah (UUS) BTPN. Bank Sahabat Purbadanarta yang berdiri sejak Maret 1991 di Semarang, merupakan bank umum non devisa yang 70% sahamnya diakusisi oleh PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk (BTPN), pada 20 Januari 2014, dan kemudian dikonversi menjadi BTPN Syariah berdasarkan Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tanggal 22 Mei 2014.

BTPN Syariah adalah anak perusahaan BTPN, dengan kepemilikan saham 70% dan merupakan bank syariah ke 12 di Indonesia. Bank beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpendek yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra sejahtera. Selain menyediakan akses layanan keuangan kepada masyarakat tersebut, BTPN Syariah juga menyediakan pelatihan keuangan sederhana untuk membantu mata pencaharian nasabahnya agar dapat terus berlanjut serta membina masyarakat yang lebih sehat melalui program dayanya.

Produk BTPN Syariah dalam hal pembiayaan adalah Produk Paket Masa Depan (PMD). Paket Masa Depan sekarang sudah diganti menjadi dua produk pembiayaan yaitu tepat pembiayaan Syariah kelompok dan tepat pembiayaan modal kerja syariah. Produk tepat pembiayaan syariah kelompok adalah pembiayaan yang ditunjukan khusus pada perempuan prasejahtera produktif, dilakukan berdasarkan perjanjian jual beli dengan akad wakalah wal murabahah. Produk tepat pembiayaan modal kerja Syariah adalah produk pembiayaan dari BTPN Syariah yang menerapkan prinsip syariah dalam regulasi bisnisnya. Akad yang berlaku dalam produk pembiayaan ini adalah akad perjanjian bagi hasil (musyarakah). Produk ini ditunjukan khusus untuk perusahaan pembiayaan syariah untuk memenuhi kebutuhan usaha atau bisnis nasabah. Misalnya, kebutuhan pembiayaan kendaraan roda dua atau roda empat. Bentuk kerja sama antara bank dan perusahaan terkait melalui pembiayaan yang diberikan bank kepada perusahaan dalam rangka diversifikasi produk.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan pada perusahaan dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari adanya persaingan yang ketat dalam hal kualitas pelayanan dan produk. Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan yang untuk menguasai pasar. Menurut Irawan (2003:37) kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Harapan konsumen merupakan faktor penting kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih atau sebaliknya (Ayse,2007:53).

Sebagai bank yang sedang berkembang pesat, BTPN syariah memiliki keunikan, yaitu satu-satunya bank untuk keuangan inklusif, melakukan pemberdayaan terhadap

SEKRETARIAT:
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH STAIN MADINA, SUMATERA UTARA, INDONESIA
HP/WA: 082186121778 EMAIL: journaljibf@gmail.com



perempuan, 90% karyawannya perempuan, memberikan kesempatan kepada tamatan SMA untuk berkarir dibidang perbankan, dan melahirkan generasi bankir baru. Salah satu pogram kerja BTPN Syariah adalah memiliki tim bisnis yang langsung terjun ke desa-desa. Dengan bantuan petugas BTPN Syariah atau yang dikenal dengan Community Officer yang terjun kelapangan mempermudah para nasabahnya. Hanya petugas dari bank BTPN yang terjun langsung ke desa-desa.

Di desa Bonan Dolok, Kec. Siabu masih banyak masyarakat yang kurang berminat mengambil pembiayaan BTPN Syariah karena disebabkan beberapa factor yaitu seperti tidak ada yang memberikan arahan serta motivasi dari petugas BTPN Syariah untuk mengambil pembiayaan yang mereka berikan dan kurang memuaskannya pelayanan yang mereka berikan. Ada beberapa pendapat ibu-ibu di Desa Bonan Dolok.

(Nur Dingin, 2024) BTPN Syariah kurang diminati karena petugas BTPN Syariah hanya memberikan sebatas pembiayaan bagi masyarakat yang ingin menjadi nasabah mereka tidak ada yang memberikan penjelasan tentang perbedaan bagi hasil dan bunga. sehingga masyarakat tidak termotivasi agar mengambil pembiayaan BTPN Syariah.

(Soibatul Aslamiah, 2024) selama ini hanya mengetahui bahwa semua yang memberikan modal usaha itu sama yaitu pinjaman yang bersifat bunga tidak ada yang memberikan penjelasan tentang bagi hasil. Jadi masyarakat merasa takut akan dosa atas bunga yang dipinjam, tidak ada yang memberikan pengarahan dan motivasi agar mengambil pembiayaan di BTPN Syariah bukan pinjaman di bank konvensional yang mengandung riba.

(Mery Handayani, 2024) dari pernyataan yang diberikan, dia pernah mengambil pembiayaan di BTPN Syariah sebagai modal usaha. Namun tidak melanjutkannya lagi dikarenakan layanan yang diberikan petugas BTPN Syariah kurang memuaskan. Dilihat dari cara menagih yang kurang sopan dan ramah, suka membentak baik itu kepada yang lebih tua di atasnya apalagi yang lebih muda dari petugasnya. Dan mereka juga tidak memberikan motivasi agar tetap mengambil pembiayaan di BTPN Syariah.

Namun berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada tanggal 14 Maret 2024 kepada Masyarakat Desa Bonan Dolok, Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal yang pernah melakukan pembiayaan ke BTPN Syariah berjumlah 100 orang.

Tercatat pada tahun 2021 nasabah yang melakukan pembiayaan ke BTPN Syariah berjumlah 40 nasabah, di tahun 2022 BTPN Syariah masih mempertahankan jumlah nasabahnya di Desa Bonan Dolok, melihat dari hal ini masyarakat masih bergantung terhadap pembiayaan yang di berikan BTPN Syariah, namun di tahun 2023 BTPN Syariah mengalami penurunan nasabah yang sangat drastis sebanyak 50 % dari tahun sebelumnya atau berjumlah 20 nasabah, hal ini dikarenakan pengaruh lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi nasabah untuk mekalukan pinjaman. Lokasi yang strategis, suasana lingkungan yang nyaman yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih jasa Bank BTPN Syariah. penampilan fisik suatu lokasi dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen dengan lokasi dan kepuasan pelanggan. Lokasi yang mudah dijangkau, teknologi dan gedung yang memadai dianggap akan memudahkan nasabah dalam proses transaksinya. Lokasi kantor BTPN Syariah sangat jauh dari desa Bonan Dolok yaitu yang bertempat di Panyabungan. hal ini juga membuat nasabah di desa Bonan Dolok tidak tertarik mengambil pembiayaan di BTPN Syariah karena tidak bisa langsung jika ingin melakukan



transaksi, dan mengatakan keluhan mereka mengenai pembiayaan yang diberikan, harus menunggu petugas BTPN Syariah datang di hari berikutnya.

B. Kajian Teoritis

1. Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan, faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terdapat daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Lokasi merupakan faktor penting dalam pemasaran. Dalam Islam, penentuan lokasi didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya ditempatkan. Sedangkan Menurut Ujang (2004:280), lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Sementara menurut Kasmir (2010) lokasi lebih didefinisikan tempat untuk melayani konsumen, serta untuk memajukan barang-barang dagangannya sebagai promosi. Adapun etika pemasaran dalam konteks lokasi sebagai berikut (Muhammad, 2005):

- 1) Kecepatan dan ketepatan waktu
- 2) Keamanan dan keutuhan barang
- 3) Sarana memberikan pelayanan kepada masyarakat
- 4) Konsumsi mendapat pelayanan tepat dan cepat

Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian menurut Ma'ruf (2005:114) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana lokasi yang tepat.

2. Pelayanan

Menurut Tjiptono (Suryanto, 2012:236) pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Sementara dalam KBBI dijelaskan pelayanan sebagai cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan Menurut Sutopo dan Suryanto, Bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Pengertian pelayanan yang dikemukakan oleh Haksever menyatakan bahwa jasa atau pelayanan (*services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis. Menurut Moenir (2015:27) Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena ini merupakan proses. Selanjutnya Sinambela (2008) mengemukakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berkaitan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan. Jadi saat pelayanan dalam BTPN



Syariah baik maka akan mendorong minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan BTPN Syariah.

3. Minat

Minat merupakan aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk menyukai objek-objek atau kegiatan-kegiatan yang membutuhkan perhatian dan menghasilkan kepuasan. Minat berkaitan erat dengan motivasi terhadap suatu hal, semakin kuat suatu kebutuhan, semakin kuat dan bertahan minat yang menyertainya. Minat diartikan sesuatu yang dapat merangsang perhatian pada kondisi tertentu. Minat menunjukkan suatu hal yang diinginkan/dilakukan seseorang atau sesuatu yang disukai. Minat terhadap sesuatu artinya akan membuat suatu keputusan perilaku yang dilakukan mengarah kepada minat itu sendiri

Menurut KBBI (2008:916) arti kata Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap kejurusan yang satu hal yang berharga bagi orang. Menurut Jahja, Yudrik (2015:63) minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Sedangkan menurut (slameto,2010:180) menjelaskan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu yang di luar diri. Muhibbin Syah dalam Rufaidah (2015:143) juga mendefinisikan, Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengonsumsi. Menurut Kinner dan Taylor, minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana, minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat sendiri di sertai dengan perasaan senang. Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian pengertian niat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen, pengaruh pemasaran eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.

Menurut Crow dalam Magfiroh (2018) ada tiga factor utama pembentuk minat yaitu, factor dari dalam diri, factor motif sosial dan factor emosional. Faktor dalam diri seseorang merupakan factor utama yang berkaitan dengan kebutuhan dan dorongan dari dalam seseorang. Apabila kebutuhan dan dorongan dari dalam diri seseorang tersebut besar untuk menggunakan pembiayaan BTPN Syariah



dibandingkan yang menggunakan konvensional. Tentu akan melakukan apa yang menjadi kebutuhan hidupnya.

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a) Informasi yang jelas sebelum memilih untuk melakukan pembiayaan di BTPN Syariah
- b) Pertimbangan yang matang sebelum memilih mengambil pembiayaan di BTPN Syariah.
- c) Keputusan memilih untuk mengambil pembiayaan yang diberikan BTPN Syariah

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati, dalam hal ini minat nasabah dalam pengambilan pembiayaan di BTPN Syariah.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut :

- a) Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain.
- b) Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- d) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

Adapun faktor yang mempengaruhi minat :

- a) Kebutuhan fisik, sosial, dan egoistik.
- b) Pengalaman.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

C. Metode Penelitian

Dimana penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, karena data penelitian yang diperoleh menggunakan angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bonan Dolok Kec. Siabu, dilaksanakan pada bulan 28 Maret 2014 sampai Juni 2024. Populasi dalam penelitian ini Masyarakat Desa Bonan Dolok yang menggunakan pembiayaan BTPN Syariah. Adapun sampel ini berjumlah 80 masyarakat Desa Bonan Dolok Kec. Siabu. Penelitian ini menggunakan teknik Proporsional Random Sampling. Variabel dalam penelitian terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikatnya yaitu Minat, sedangkan variabel bebasnya yaitu Lokasi dan Pelayanan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket (kuisioner) dan dokumentasi. Hasil uji coba instrumen dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Hasil dalam pengujian validitas dan realibilitas menunjukkan pernyataan dalam angket valid dan reliabel. Hasil dari pengumpulan data kemudian di uji dengan menggunakan uji prasyarat analisis terdiri dari Uji normalitas dan uji Heterokedasitas, Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data



observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang paling handal adalah dengan melihat normal Probability Plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal akan membentuk satu garis diagonal, jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji Heterokedasitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Bila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas dan bila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas.

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Analisis regresi linear berganda di gunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas terhadap Variabel tidak bebasnya. Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Uji Parsial (uji T) digunakan untuk membuktikan apakah benar terdapat pengaruh antara lokasi, pelayanan dengan minat masyarakat atau tidak dengan melakukan uji t. Dimaksudkan untuk menguji apakah besarnya atau kuatnya hubungan antara variabel yang diuji sama dengan nol, sehingga dapat ditentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Analisis Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kecocokan antara variabel bebas yang terdiri dari Lokasi (X1) dan Pelayanan (X2) apakah berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat menggunakan Pembiayaan BTPN Syariah (Y) Desa Bonan Dolok sebagai variabel terikat. Koefisien Korelasi digunakan untuk menilai derajat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi person product moment untuk menguji hipotesis asosiatif/hubungan bila datanya terbentuk internal/ratio. Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi/pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel X dalam menerangkan variabel Y.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi dan Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier sebagai berikut $Y = 3,620 + 0,416 + 0,431$, berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen bernilai positif.

Hasil uji T dan uji F diketahui bahwa:

- 1) Variabel Lokasi dapat diketahui bahwa nilai thitung sebesar 3,973 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena thitung untuk variabel X1 (3,973) lebih besar dari ttabel (1,664) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Masyarakat, sehingga membuktikan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
- 2) Variabel Pelayanan dengan nilai thitung sebesar 4,481 dengan signifikansi sebesar



5% karena thitung untuk variabel X2 (4,481) lebih besar dari dari ttabel (1,664) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Minat Masyarakat, sehingga membuktikan bahwa Ha2 diterima dan Ho2 ditolak.

- 3) Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,001 dan nilai Fhitung sebesar 93,066. Dasar pengambilan Keputusan adalah jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($Sig < 0,05$) maka kesimpulannya adalah signifikan. Terlihat pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi (0,001) lebih kecil dari 0,05. Maka keputusannya adalah signifikan. Artinya Ha6 diterima dan Ho6 ditolak yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk nilai Fhitung dalam persamaan ini sebesar 93,066 adapun untuk nilai Ftabel sebesar 3,12 maka Fhitung (93,066) lebih besar dari pada Ftabel (3,12) sehingga keputusan Ha3 diterima dan Ho3 ditolak, yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel Lokasi dan Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Minat Masyarakat.

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Lokasi (X1) memiliki nilai thitung yang lebih besar dari ttabel yaitu ($3,973 > 1,990$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat dengan kata lain, hipotesis (Ha1) diterima.

Pengaruh Lokasi terhadap Minat masyarakat Desa Bonan Dolok dalam menggunakan pembiayaan BTPN Syariah sangat berpengaruh signifikan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Homsatun (2017) pengaruh lokasi terhadap minat nasabah untuk menabung PT Bank Muamalat tbk cabang Kendari. Dan sama halnya dengan penelitian Budi (2015) dimana lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah produk Giro Wadi'ah PT Bank Sumut cabang Syariah Padang Sidempuan.

Lokasi menurut Kotler dan Armstrong (2016 :78) lokasi adalah tempat perusahaan menjalankan aktivitasnya untuk membuat sebuah produk yang tersedia untuk para konsumen. Pada penelitian ini teori tersebut adalah terbukti, yakni Lokasi berpengaruh positif terhadap Minat masyarakat menggunakan pembiayaan BTPN Syariah di Desa Bonan Dolok Kec. Siabu perlu membuka cabang baru yang berdekatan langsung dengan masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila lokasi tersebut lebih dekat dengan masyarakat, maka akan berpengaruh terhadap minat masyarakat.

2. Pengaruh pelayanan terhadap Minat masyarakat

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Pelayanan (X2) memiliki nilai thitung yang lebih besar dari ttabel yaitu ($4,481 > 1,990$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat dengan kata lain, hipotesis (Ha2) diterima.



Dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan pembiayaan BTPN Syariah di Desa Bonan Dolok Kec, Siabu. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hesti Kandi Pratiwi (2021) Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat di Bank Syariah Mandiri Palopo.

Pelayanan menurut Rangkuti (2017: 83) mengemukakan bahwa pelayanan sebagai tindakan yang di nyatakan atau di kerjakan untuk menyenangkan, mencari petunjuk, atau memberikan keuntungan kepada pembeli dengan tujuan menciptakan nama baik atau goodwill serta peningkatan penjualan serta pendapatan.

3. Pengaruh Lokasi dan pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Desa Bonan Dolok Kec, Siabu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Minat masyarakat pada Pembiayaan BTPN Syariah di Desa Bonan Dolok Kec, Siabu. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik Fhitung sebesar 93,066 dan Ftabel sebesar 3,12,. Maka Fhitung > Ftabel dan dengan menggunakan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 nilai signifikannya yaitu 0,001. Maka $0,001 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel Lokasi dan Pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap Minat Masyarakat.

Hasil penelitian Homsatun (2017) menyatakan lokasi dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat cabang Kendiri.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Mianat Masyarakat Menggunakan Pembiayaan BTPN Syariah (di Desa Bonan Dolok Kec. Siabu)” maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Desa Bonan Dolok dengan hasil thitung 3,973 > ttabel 1,990 dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Desa Bonan Dolok Kec. Siabu dengan hasil thitung 4,481 > ttabel 1,990 dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) variabel Lokasi dan Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Masyarakat Desa Bonan Dolok Kec. Siabu dengan hasil Fhitung 93,066 > Ftabel 3,12 dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridani, L. (2018). *Pengaruh Pembiayaan Musyarakah terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia: Vol. 2(3)*. FEB, IAIN Bengkulu.
- Agza, Y. dan D. (2017). *Pengaruh Pembiayaan Murabahah Musyarakah dan Biaya Transaksi terhadap Profitabilitas Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah*. Jurnal Iqtishadia, 23–24.



- Aslamiah, Soibatul. Wawancara Tentang BTPN Syariah. 14 Maret 2024. Di desa Bonan Dolok, kec. Siabu
- BTPN Syariah. Tentang Kami. www.btpnsyariah.com diakses pada 22 Juli 2024, pukul 20.18 WIB
- Departemen Agama RI. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surakarta: Indiva Media Kreasi..
- Dingin, Nur. Wawancara Tentang BTPN Syariah. 14 Maret 2024. Di desa Bonan Dolok, kec. Siabu.
- Ghozali, Imam Ghozali. 2018 *Aplikasi Analisis uji Heterokedasitas Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Mery. Wawancara Tentang BTPN Syariah. 14 Maret 2024. Di desa Bonan Dolok, Kec. Siabu.
- Hestanto, I. (2020). *Pengertian Pembiayaan*. www.hestanto.web.id
- Ikhsan, Ainul dan Rahmani Timorita. 2018. *Efektifitas Program Pembiayaan Paket Masa Depan Di Btpn Syariah Dalam Memberdayakan Perempuan Untuk Mengembangkan Ekonomi Keluarga*” dalam Jurnal Pembiayaan Paket Masa Depan.
- Ismail. (2011). Perbankan Syariah. *Prenadamedia Grup*, 2(2), 45.
- Soemitra, Andri. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Depok: Kencana.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunardi dan Sri Handayani. 2014. *Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*” dalam Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
- Tentiyo Suharto dan S Sudiarti. 2022. *Analisis Jenis-Jenis Kontrak Dalam Fiqh Muamalah (Hukum Islam)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. V.1. 93-103
- Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal. 2017 *Islamic Financial Management Teori, Konsep, dan Aplikasi*, Raja Grafindo Jakarta: Persada.