

PENGARUH PERAN DAN KUALITAS PELAYANAN *ACCOUNTING OFFICER* (AO) TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUSYARAKAH PADA PERBANKAN SYARIAH KOTA BANDA ACEH

The Role And Quality Of Accounting Officer (Ao) Services On Customers' Interest In Using Murabahah And Musyarakah Financing Products In Sharia Banking In Banda Aceh

Rahmah Yulianti¹, Khairuna²

^{1), 2)}Departemen Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh
Prodi Akuntansi
Rahmah.yulianti@serambimekkah.ac.id
Khairuna@serambimekkah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh peran dan kualitas pelayanan *Accounting Officer* (AO) terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah dan musyarakah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan responden yaitu semua nasabah pembiayaan murabahah dan musyarakah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh yang dijadikan populasi. Jumlah nasabah Perbankan Syariah Kota Banda Aceh periode Jan-September 2020 adalah sebanyak $\pm 5,197,111$ (juta) nasabah. Untuk menentukan ukuran sampel, penulis menggunakan rumus Slovin, sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan peneliti.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,446 yang menjelaskan bahwa dalam model regresi ini variabel peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan minat nasabah sebesar 44,6% dan sisanya sebesar 55,4% dijelaskan oleh variabel lain. Hasil persamaan regresi dalam penelitian ini sebesar 0,418 untuk variabel peran *Accounting officer*, dan sebesar 0,233 untuk variabel kualitas pelayanan. Hasil koefisien regresi sebesar 41,8% dan 23,3%. Dan untuk pengujian hipotesis ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) maka hasil uji t pada penelitian ini sebesar ($5,529 > 1,66071$) untuk variabel peran *Accounting officer* dan ($2,449 > 1,66071$) untuk variabel kualitas pelayanan dengan signifikan 0,00, nilai ($F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$) ($3,356 > 3,09$) untuk variabel peran *Accounting officer* (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2), hasil ini menyatakan bahwa peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen yang ingin meningkatkan minat nasabah.

Kata kunci : *Minat nasabah, Peran Accounting officer, Kualitas pelayanan*

Abstract

This study aims to examine the influence of the role and quality of Accountant Officer (AO) service on customer interest in using murabahah and musyarakah financing products in Islamic Banking in Banda Aceh City. This study used respondents, namely all murabahah and musyarakah financing customers in the Islamic Banking of Banda Aceh City who were made

into the population. The number of Sharia Banking customers in Banda Aceh City for the period of January-September 2020 was 5,197,111 (million) customers. To determine the sample size, the writer used the Slovin formula, so that the total sample size in this study was 100 customers. The sampling technique used in this study was purposive sampling, namely sampling is limited to certain types of people who can provide the desired information, because they are the only ones who have it, or meet some of the criteria determined by the researcher.

The results of this study also show that the value of Adjusted R Square is 0.446 which explains that in this regression model the role of accounting officer and service quality in explaining customer interest is 44.6% and the remaining 55.4% is explained by other variables. The results of the regression equation in this study are 0.418 for the accounting officer role variable, and 0.233 for the service quality variable. The results of the regression coefficients were 41.8% and 23.3%. And for hypothesis testing ($t_{count} > t_{table}$), the t test results in this study amounted to ($5.529 > 1.66071$) for the Accounting officer role variable and ($2.449 > 1.66071$) for the service quality variable with a significant 0.00, value ($F_{count} > F_{table}$) ($3.356 > 3.09$) for accounting officer role variable (X1) and service quality variable (X2), these results suggest that accounting officer role and service quality have a significant effect on customer interest. The results of this study are expected to be taken into consideration for management who wish to increase customer interest.

Keywords: *Customer interest, Role of Accounting officer, Quality of service.*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah mempunyai fungsi sebagai lembaga perantara (*intermediary institution*) yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Selanjutnya yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Salah satu produk yang paling diminati nasabah pada sektor Perbankan Syariah yakni produk pembiayaan yang diantaranya adalah pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *musyarakah*. Kegiatan pembiayaan yang ditawarkan Perbankan Syariah Kota Banda Aceh, seperti pembiayaan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan dalam bentuk bagi hasil (*mudharabah*), jual-beli dalam memperoleh keuntungan (*murabahah*), pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), pembiayaan barang modal dengan prinsip sewa (*Ijarah*), atau adanya pilihan pindahan atas kepemilikan barang yang disewa dari pihak Bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*), pembiayaan *qard* yang didasarkan pada barang jaminan (*rahn*), semua pembiayaan tersebut haruslah sesuai dengan prinsip Syariah. (Subagyo, 2010:125). Kegiatan pembiayaan pada Perbankan syariah tidak luput dari peran *account officer* (AO), sehingga dengan *account officer* (AO) menjalankan peran dan tugasnya, maka tidak akan terjadi pembiayaan yang bermasalah. Seorang *account officer* mengawalinya dengan membuat perencanaan, usaha apa saja yang layak dibiayai di wilayahnya, dan berapa kira-kira dana yang diperlukan untuk menyalurkan pembiayaannya. Kemudian *account officer* akan melakukan kunjungan ke usaha nasabah, melakukan wawancara, menggali sebetulnya apa yang diperlukan oleh nasabah tersebut sehingga dapat membuat suatu keputusan, apakah permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur atau debitur pantas untuk dibiayai. Dengan adanya *Account Officer* yang berkualitas hal ini akan memberikan dampak positif terhadap perbankan. Begitupun sebaliknya, jika perbankan yang memiliki *Account Officer* yang berkualitas di bawah standar akan mempengaruhi tingkat pembiayaan bermasalah yang

meningkat, sehingga hal ini akan berdampak buruk bagi perbankan. Pada Perbankan Syariah analisis pembiayaan dilakukan oleh *Account Officer*. Bank harus dapat memberikan pelayanan yang prima dan apabila tidak maka nasabah akan segera berpaling ke bank lain yang dapat menang dalam persaingan dan tetap bertahan hidup maka bank harus berwawasan pelanggan. Nilai pelayanan bagi nasabah sangat penting, mengingat jasa bank merupakan jasa profesional. Sedangkan nilai suatu produk dapat di evaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk dibandingkan dengan produk bank lainnya.

Melihat faktor diatas tentang pembiayaan *murabahah* dan *musyarakah* yang semakin diminati, maka penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Peran Dan Kualitas Pelayanan *Accounting Officer* (AO) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Dan *Musyarakah* Pada Perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh”**.

LANDASAN TEORI

PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH

Dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dalam pasal 1 nomor (12) & (13) :

“Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atas tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil” dan nomor (13) : “Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*)” (Asiyah, 2015:21).

a. Pembiayaan *Murabahah*

Karim (2014: 113) juga menjelaskan bahwa *murabahah* adalah akad jual beli dengan menyatakan perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan bentuk dari *natural certainly contract*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa keuntungan yang diperoleh.

Murabahah merupakan produk pembiayaan perbankan syariah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli (*bai*” atau *sale*). Namun *murabahah* bukan transaksi jual beli biasa antara satu pembeli dan satu penjual saja sebagaimana yang kita kenal dalam dunia bisnis di luar perbankan syariah. pada perjanjian *murabahah*, bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang itu dari pemasok barang dan menjual kembali ke nasabah dengan tambahan *mark up/margin*. (Sjahdeini, Sutan R, 2014: 19).

Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan definisi tentang *murabahah* dalam penjelasan Pasal 19 ayat (1) huruf d, yaitu akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga

yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *murabahah*, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan *murabahah* yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli, dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

b. Pembiayaan musyarakah

Musyarakah menurut Naf'an (2014: 98) adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

MINAT NASABAH

Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan.

Dimensi dan Indikator Minat

Menurut Kotler dan Keller (2016: 235) ada beberapa dimensi dan indikator minat, diantaranya:

1. Pengenalan masalah, yaitu Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal.

Indikatornya:

- a. Pengenalan Kebutuhan
2. Mencari Informasi, yaitu Pada suatu tahapan tertentu, nasabah mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif. Nasabah dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber yaitu sumber pribadi (keluarga), teman, tetangga dan rekan kerja, sumber komersial (iklan, penjual, pengecer, bungkus, situs web), sumber publik (media massa, organisasi pemberi peringkat) dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk)
 - a. Sumber Pribadi
 - b. Sumber komersil
 - c. Sumber publik
 - d. Sumber pengalaman
3. Evaluasi alternatif, yaitu merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktivitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.

Indikatornya:

- a. Keyakinan terhadap produk
- b. Sikap terhadap produk
4. Keputusan pembelian, yaitu tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Dalam tahap pengevaluasian, konsumen menyusun

peringkat merek dan membentuk kecenderungan (niat) pembelian. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli merek yang paling disukai.

- a. Waktu
 - b. Metode pembayaran
5. Perilaku pasca pembelian, Yaitu tahap proses keputusan pembeli konsumen secara aktual melakukan tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan akan masuk ke perilaku setelah pembelian. Semakin besar beda antara harapan dan kinerja, semakin besar pula ketidakpuasan konsumen. Penjual harus memberikan janji yang benar-benar sesuai dengan kinerja produk agar pembeli merasa puas.
- a. Merasa puas
 - b. Peluang menggunakan kembali produk
 - c. Merekomendasi kepada pihak lainnya

ACCOUNT OFFICER

Account Officer merupakan petugas yang bagiannya memproses calon nasabah (pembiayaan) atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi nasabah (Muhamad, 2016).

Account officer (AO) adalah aparat manajemen/petugas bank yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan. *Account officer* (AO) dituntut memiliki keahlian dan keterampilan, baik teknis maupun operasional, serta memiliki penguasaan pengetahuan yang bersifat teoritis. *Account officer* (AO) yang baik telah terbiasa dengan berbagai barang yang lazim digunakan untuk menganalisis, mengetahui cara-cara menganalisis, memiliki pengetahuan yang memadai tentang aspek ekonomi keuangan, manajemen, hukum, dan teknis, serta memiliki wawasan yang luas mengenai prinsip-prinsip pembiayaan.

Peran *Account Officer* (AO) merupakan ujung tombak dari setiap pencairan pembiayaan yang dilakukan di bank syariah ataupun lembaga keuangan yang lainnya, semua kegiatan dimulai dari tahap perkenalan yang dilakukan secara *Officer* dan pada tahap terakhir adalah persetujuan manager apakah akan memberikan pembiayaan ataukah akan menolaknya. tertulis ataupun secara lisan, dari awal tahap perkenalan selanjutnya akan dilakukan analisis, setelah menyelesaikan tahap analisis pihak *Account Officer* (AO) dan pada tahap terakhir adalah persetujuan manager apakah akan memberikan pembiayaan ataukah akan menolaknya.

Dimensi Peran *Accounting Officer* (AO)

- a. Mengelola *Account*
Seorang *Account Officer* (AO) berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai personil bank.
- b. Mengelola produk
Seorang *Account Officer* (AO) harus mampu menjembatani kemungkinan pemakaian berbagai produk sesuai untuk kebutuhan nasabahnya.
- c. Mengelola kredit

Account Officer (AO) berperan untuk melakukan pemantauan atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Untuk melaksanakan hal ini, seorang AO harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang bisnis nasabahnya.

d. Mengelola *profitability*

Seorang *Account Officer* (AO) juga berperan dalam menentukan keuntungan yang diperoleh bank.

e. Mengelola penjualan

Seorang *Account Officer* (AO) pada dasarnya merupakan ujung tombak bank dalam memasarkan produknya, maka seorang *Account Officer* (AO) juga harus memiliki salesmanship yang memadai untuk dapat memasarkan produk yang ditawarkan.

KUALITAS PELAYANAN

Kualitas pelayanan itu sendiri menurut Maddy (2011:86), adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

Kualitas pelayanan atau layanan unggul adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan meninggalkan kesan kepada nasabah, sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk berbisnis dengan bank tersebut. Kualitas pelayanan mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabahnya.

Kualitas pelayanan umum menurut Wyckof yang dikutip Tjiptono, (2011:59) yaitu “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk”(Tjiptono, 2011:59).

Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Hardiyansyah (2011:46) 5 dimensi kualitas tersebut yaitu: Tangible (Berwujud), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Ketanggapan), Assurance (Jaminan), dan Empathy (Empati). Masing- masing dimensi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

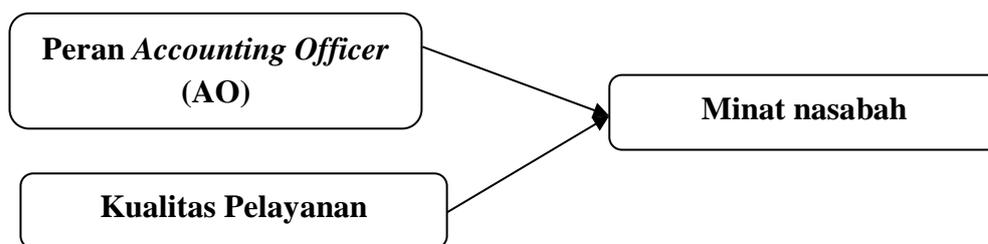
- a. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan, dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. terdiri dari indikator:
 - a) Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
 - b) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
 - c) Kemudahan dalam proses pelayanan
 - d) Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan

- e) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
- f) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keandalan mencakup dua hal yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Kinerja harus sesuai dengan harapan masyarakat yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua masyarakat tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. terdiri atas indikator:
 - a) Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
 - b) Memiliki standar pelayanan yang jelas
 - c) Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
 - d) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan yang menunjukkan kemauan untuk membantu dan memberikan layanan/jasa yang cepat (responsif) dan tepat kepada masyarakat, dengan penyampaian informasi yang jelas. terdiri atas indikator:
 - a) Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan.
 - b) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
 - c) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
 - d) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
 - e) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
 - f) Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para masyarakat kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain, komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Philip Kotler (2012:12) menyatakan bahwa jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan dari pegawai, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan. terdiri atas indikator:
 - a) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
 - b) Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
 - c) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
 - d) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
- e. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para masyarakat dengan berupaya memahami. Philip Kotler mendefinisikan empati adalah tingkat perhatian pribadi terhadap para masyarakat (Philip Kotler, 2012:12).
terdiri atas indikator:
 - a) Mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan
 - b) Petugas melayani dengan sikap ramah
 - c) Petugas melayani dengan sikap sopan santun
 - d) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)

- e) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

KERANGKA PEMIKIRAN

Menurut Sugiono (2011:60) kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal penting, jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lain, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.



Gambar Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka (*metric*) seperti jumlah penjualan, berat badan, jarak dalam bentuk kilo meter dan lain sebagainya (Suryani dan Hendryadi, 2015:170). Teknik penelitian dengan metode *sampling* atau populasi dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilaksanakan pada perbankan syariah di Kota Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan peneliti (Sekaran, 2011:20). Responden yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan Syariah di Kota Banda Aceh. Dalam penelitian ini populasi penelitian merujuk pada nasabah pembiayaan murabahah dan musyarakah yang berjumlah ± 5,197,111 (Juta) nasabah pada periode September 2020, Selanjutnya Untuk menentukan ukuran sampel, menggunakan rumus Slovin, sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,9 digenapkan menjadi 100 orang responden. Keterwakilan populasi oleh sampel dalam penelitian merupakan syarat penting untuk melakukan interpretasi (Sugiyono, 2014:83).

DEFINISI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir 2014:110). Penjelasan dari kedua variabel tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel dependen (terikat),

Adalah variabel yang menjadi perhatian peneliti (Sekaran, 2011:28). Variabel dependen ini merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah minat nasabah (Y).

2. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif atau negatif. (Sekaran, 2011:28). Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah, peran *Accounting Officer* (AO) (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2). Dalam penulisan ini, penulis mencoba mengemukakan beberapa konsep operasional yang dapat digunakan untuk menganalisis beberapa hal yang terkait sebagai berikut:

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi operasional	Dimensi	Indikator	Item	Ukuran	Skala
Dependen Variabel							
1	Minat nasabah (Y)	Kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan.	1. Pengenalan masalah. 2. Mencari Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian Sumber: (Jusuf, 2010: 8)	a. Pengenalan kebutuhan a. Sumber Pribadi b. Sumber Komersial c. Sumber public d. Sumber pengalaman a. Keyakinan terhadap Produk b. Sikap terhadap produk pembiayaan a. Waktu b. Metode pembayaran a. Merasa puas b. Peluang menggunakan kembali produk pembiayaan c. Word of mouth	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A15	1-5	Interval
Independen (X)							

				<ul style="list-style-type: none"> f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan 			
			<p>3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan. b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat d. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat e. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat f. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas. 			
			<p>4. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan 			
			<p>5. Empati (<i>emphaty</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan b. Petugas melayani dengan sikap ramah c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun d. Petugas melayani dengan tidak 			

			Sumber: Hardiyansyah (2011:46)	diskriminatif (membeda- bedakan) e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan			
--	--	--	--------------------------------------	---	--	--	--

METODE ANALISIS DATA

Untuk menguji pengaruh variabel bebas X (peran *Accounting Officer* dan kualitas pelayanan), terhadap variabel terikat Y (minat nasabah). Digunakan model analisa Regresi linier berganda. Adapun pengolahan data menggunakan alat bantu program statistik SPSS (*Statistical Program For Social Science*) versi 22. Model analisa tersebut secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut: (Sugiyono, 2012:22).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Minat nasabah

X₁ = Peran *Accounting Officer*

X₂ = Kualitas pelayanan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

ε = *error term*

Sumber: Sugiyono (2014:22)

Toleransi kesalahan (e) yang ditetapkan 5% dengan signifikansi 95%. Sebelum model regresi linier berganda digunakan, untuk menguji hipotesis dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas karena penelitian ini mempunyai dua variabel bebas. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisa yang paling tepat digunakan.

1. PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier

Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel seperti terlihat dalam bagian output SPSS dibawah ini:

TABEL IV.5
Nilai Koefisien Regresi
Masing-masing Variabel Independen
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.119	.564		5.529	.000
1 X1	.418	.089	.248	2.449	.001
X2	.233	.124	.027	.266	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (Diolah), 2020

Berdasarkan hasil output SPSS di atas maka persamaan regresi yang memperlihatkan peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh dalam persamaan berikut:

$$Y = 3,119 + 0,418X_1 + 0,233X_2$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Persamaan di atas memperlihatkan nilai konstanta sebesar 3,119. Secara statistik dapat diartikan bahwa apabila variabel X_1 (peran *Accounting Officer*) dan X_2 (kualitas pelayanan) dianggap tetap, maka variabel nilai Y (minat nasabah) akan bernilai 3,119. Angka ini mendekati 3 (skor pilihan jawaban kurang setuju) pada satuan skala Likert yang bermakna bahwa peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan termasuk kategori sedang.
- b. Persamaan di atas memperlihatkan nilai koefisien regresi untuk variabel peran *Accounting officer* (X_1) sebesar 0,418. Hal ini dapat diartikan setiap kenaikan skor variabel peran *Accounting officer* sebesar satu pada satuan skala likert akan dapat meningkatkan skor minat nasabah sebesar 0,418. Dengan kata lain setiap peningkatan skor variabel peran *Accounting officer* sebesar 100% akan dapat meningkatkan skor minat nasabah sebesar 41,8%. Hal ini mengisyaratkan bahwa peran *Accounting officer* berpengaruh positif terhadap minat nasabah Perbankan Syariah Kota Banda Aceh. Sehingga jelaslah bahwa semakin tinggi minat nasabah akan semakin tinggi pula peran *Accounting officer* tersebut. Sebaliknya apabila Perbankan Syariah Kota Banda Aceh memiliki minat nasabah yang rendah, maka peran *Accounting officer* juga akan rendah.
- c. Persamaan di atas memperlihatkan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,233. Hal ini dapat diartikan setiap kenaikan skor variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan skala likert akan dapat meningkatkan skor minat nasabah sebesar 0,233. Dengan kata lain setiap peningkatan skor variabel minat nasabah sebesar 100% akan dapat meningkatkan skor kualitas pelayanan sebesar 23,3%. Hal ini mengisyaratkan bahwa minat nasabah berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh. Sehingga jelaslah bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan akan semakin tinggi pula minat nasabah tersebut. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang tidak tinggi, maka minat nasabah juga akan rendah.

Uji F (F- test)

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,356 untuk variabel peran *Accounting officer* (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2). Nilai F hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,09, sehingga dapat diartikan bahwa secara simultan variabel independen (peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil uji F sebagai tolok ukur pengujian hipotesis dapat dilihat Tabel IV-6.

TABEL IV-6
Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.962	2	.481	3.356	.000 ^b
Residual	13.765	96	.143		
Total	14.727	98			

Sumber: Data Primer (Diolah), 2020

Uji t (t-test)

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,529 untuk variabel peran *Accounting officer* (X_1) dan nilai t hitung sebesar 2,449 untuk variabel kualitas pelayanan (X_2). Nilai t hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,66071, sehingga dapat diartikan bahwa secara parsial variabel independen (peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil uji t sebagai tolok ukur pengujian hipotesis dapat dilihat Tabel IV.7

TABEL IV.7

Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.119	.564		5.529	.000
X1	.418	.089	.248	2.449	.001
X2	.233	.124	.027	.266	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (Diolah), 2020

Berdasarkan Tabel IV.7 tersebut jelaslah bahwa secara parsial peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Perbankan Syariah Kota Banda Aceh.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

TABEL IV.8

Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.365	.446	.37866

Sumber: Data Primer (Diolah), 2020

Hubungan peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan tergolong tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (R) bernilai positif sebesar 0,556.

Berdasarkan hasil output SPSS di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square / R^2) sebesar 0,446, dapat diartikan sebesar 44,6% variasi yang terjadi pada variabel minat nasabah Perbankan Syariah Kota Banda Aceh mampu dijelaskan oleh variabel independen (peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan). Sisanya sebesar 0,554/ 55,4 persen lagi (1-0,446) dijelaskan oleh variabel lain selain variabel peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan. Dengan kata lain, sebesar 59,1% peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh mampu mempengaruhi minat nasabah yang diterapkan pada Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh tersebut. Sisanya sebesar 55,4%

lagi dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel tersebut, seperti kualitas informasi, bauran pemasaran, strategi *Account officer* dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel peran *Accounting officer* lebih berpengaruh terhadap minat nasabah pada perbankan Syariah cabang Kuala Simpang yaitu sebesar 0,418 atau 41,8% artinya semakin baik peran *Accounting officer*, semakin tinggi minat nasabah, demikian pula sebaliknya.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,529 untuk variabel peran *Accounting officer* (X_1) dan nilai t hitung sebesar 2,449 untuk variabel kualitas pelayanan (X_2). Nilai t hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,66071, sehingga dapat diartikan bahwa secara parsial variabel independen (peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh.
3. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,356 untuk variabel peran *Accounting officer* (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2). Nilai F hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,09, sehingga dapat diartikan bahwa secara simultan variabel independen (peran *Accounting officer* dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh.

SARAN

Mengacu pada kesimpulan yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada manajemen Perbankan Syariah memberikan pelatihan bagi *Accounting officer* demi meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah dan musyarakah.
2. Meningkatkan pelayanan agar lebih baik lagi sehingga akan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah dan musyarakah.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan *Accounting officer*
4. *Accounting officer* dapat menciptakan hubungan kerja yang harmonis, penuh keterbukaan sehingga diharapkan organisasi mendapatkan umpan balik dalam bentuk dukungan dari nasabah pembiayaan murabahah dan musyarakah.
5. Menciptakan *relationship* yang baik dengan nasabah, sehingga kemungkinan besar mereka akan membantu pemasaran jasa layanan perbankan syariah kepada relasi bisnisnya pula. Dengan *relationship marketing* yang baik dengan nasabah juga dapat menghemat biaya promosi dan pemasaran suatu bank syariah yang juga akan berefek pada perkembangan produk-produk pembiayaan perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Aisyah Nur. (2015). Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. *Jurnal El-Qist Vol. 05, No. 01, April 2015*.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Jusuf, Jopie, (2010). Panduan dasar untuk Account Officer. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Karim, Adiwarman A.(2014). Bank Islam: Analisis Fiqih Muamalah Ed. 5 Cet 10 Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2012) Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi Kontrol. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi ke tiga belas, jilid 1. Erlangga.
- Muhammad. (2015). Manajemen Bank Syariah. Yogyakarta:UUP AMPYKPN
- (2016). Bank Syariah; Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Naf'an, (2014). Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Peraturan BI no 9/ 19 / PBI / 2007. Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.
- Peraturan BI no 13/ 13 / PBI / 2011. Penilaian Kualitas Aktiva Bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.
- SEBI No. 10/14/DPbS tanggal 17 Maret 2008 Perihal Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah
- Sekaran, Uma . (2011). Research Methods For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Salemba Empat.
- Sjahdeini, Sutan Remy. (2014). Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya, Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- (2014). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono,Fandy. (2011). Strategi Pemasaran. Yogyakarta:Andi.
- Umar. (2013). Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis. Rajawali: Jakarta.
- Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Syariah.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah.
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- UU Perbankan Syariah Tahun 2008 Pasal 1 angka 25
- UU Perbankan Syariah Tahun 2008 Pasal 4 ayat (1) UU Perbankan Syariah dan angka III.