

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Bank BTN Syariah Banjarmasin

a. Sejarah Singkat Bank BTN Syariah Banjarmasin

Setelah berlakunya UU Perbankan No. 10 thn 1998 yang menggantikan regulasi No. 7 thn 1992, industri perbankan nasional mengalami perkembangan signifikan dan BTN Syariah didirikan. Pada saat itu, bank-bank syariah mulai menjamur. Persaingan antar lembaga keuangan pun semakin ketat. Selain menjamurnya bank-bank syariah yang disertai dengan beberapa UUS (Unit Usaha Syariah), terbitnya PBI No. 4/1/PBI/2002 mengamankan bank konvensional untuk mengkonversi kegiatan usahanya agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Agar kompetitif di pasar perbankan syariah, manajemen PT Bank Tabungan Negara (Persero) dalam rapat komite pengarah pada 12 Desember 2013, menyusun rencana aksi dan merevisi anggaran dasar untuk mendirikan UUS.

Dengan motto "Maju dan Sejahtera Bersama", BTN memiliki Unit Usaha Syariah yang dikenal sebagai "BTN Syariah". Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam unit ini sangat penting, sebagai pengawas, penasihat dan pemberi saran kepada Direksi, Kepala Divisi Syariah dan Kepala Kantor Cabang Syariah terkait implementasi

prinsip-prinsip syariah, DPS membantu operasional Unit Usaha Syariah berjalan sesuai aturan.

Struktur organisasi kantor cabang syariah PT BTN dibentuk pada November 2004, dengan setiap cabang dipimpin oleh seorang pemimpin yang melapor kepada kepala divisi syariah. Direktur Utama Bank BTN kemudian mengajukan permohonan untuk pengangkatan DPS. Pada 3 Desember 2004, Direktur Utama Bank BTN menerima surat dari DSN/MUI yang mengesahkan DPS BTN Syariah. Pada 18 Maret 2005, DSN/MUI secara resmi menetapkan DPS BTN Syariah yang terdiri dari Bapak H. Ahmad Nazri Adlani, Bapak H. Mohammad Hidayat, MBA, MBL, dan Bapak H. Endy M. Astiwaru, MA, AAIJ, FIIS, CPLHI, ACS.

Bank Indonesia menerbitkan surat persetujuan prinsip No. 6/1350/DPbs kepada Bank BTN pada tanggal 15 Desember 2004. Tanggal tersebut diperingati sebagai hari berdirinya BTN Syariah karena dengan adanya izin tersebut, maka kantor cabang KCS dapat beroperasi. Setelah mendapat izin dari BI dan direksi PT BTN, KCS Jakarta diresmikan pada tanggal 14 Februari 2005 (5 Muharram 1426 H).

BTN Syariah adalah Unit Usaha Strategis (SBU) Bank BTN yang mengoperasikan layanan keuangan berdasarkan prinsip syariah. SBU ini mulai beroperasi pada 14 Februari 2005 dengan membuka kantor cabang syariah pertamanya di Jakarta. Pembentukan SBU ini bertujuan

untuk melayani kebutuhan masyarakat yang besar akan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Keputusan ini diambil berdasarkan manfaat perbankan syariah, fatwa MUI mengenai bunga bank, serta hasil RUPS tahun 2004.

Dengan pembukaan cabang ke-15 dan yang pertama di Kalimantan Selatan, kantor BTN Syariah di Banjarmasin mulai beroperasi pada tanggal 23 Mei lalu. Menurut Iqbal Latanro, Dirut Bank BTN, pembukaan cabang ini merupakan respon atas permintaan yang cukup besar terhadap layanan perbankan syariah dan produk yang telah dipersiapkan secara matang. KPR BTN Sejahtera iB, KPR Platinum iB, dan KPR BTN Indent iB merupakan tiga produk unggulan yang ditawarkan oleh BTN Syariah, perusahaan yang fokus pada produk perumahan. Selain itu, BTN Syariah juga menawarkan berbagai produk tabungan syariah untuk masyarakat umum, termasuk Tabungan BTN Prima iB, serta produk dana seperti Giro BTN iB yang memberikan bagi hasil yang cukup besar.

b. Visi dan Misi BTN Syariah

Tujuan dan misi BTN Syariah terintegrasi dengan visi misi BTN Konvensional, berfungsi sebagai unit bisnis strategis untuk memperluas layanan dan pangsa pasar, serta mendukung pertumbuhan Bank BTN ke depan. BTN Syariah menjadi elemen penting dalam sektor perbankan umum.

- 1) Visi Bank BTN Syariah adalah “Menjadi Strategic Business Unit BTN yang sehat dan terdepan dalam menyediakan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemashlahatan bersama”.
- 2) Misi Bank BTN Syariah
 - a) Mendukung pencapaian target laba operasional BTN.
 - b) Menyediakan layanan keuangan syariah unggulan di sektor pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan syariah terkait guna memastikan kepuasan nasabah serta mencapai pangsa pasar yang diinginkan.
 - c) Mengimplementasikan praktik perbankan syariah untuk meningkatkan adaptabilitas BTN terhadap dinamika bisnis dan memaksimalkan nilai bagi pemegang saham.
 - d) Menjaga keseimbangan dalam memenuhi kebutuhan semua pemangku kepentingan dan menciptakan rasa tenang di antara karyawan dan nasabah.
- c. Tujuan Pendirian BTN Syariah
 - 1) Agar bank dapat memenuhi mandatnya untuk menyediakan layanan perbankan syariah.
 - 2) Memfasilitasi pencapaian tujuan Bank untuk memperoleh laba operasional.
 - 3) Meningkatkan kemampuan bank untuk bertahan dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

- 4) Mencapai keseimbangan dalam memenuhi kepentingan nasabah dan karyawan.

d. Identitas Perusahaan

Nama : PT Bank Tabungan Negara Syariah Kantor
Cabang Banjarmasin

Website : <https://www.btn.co.id>

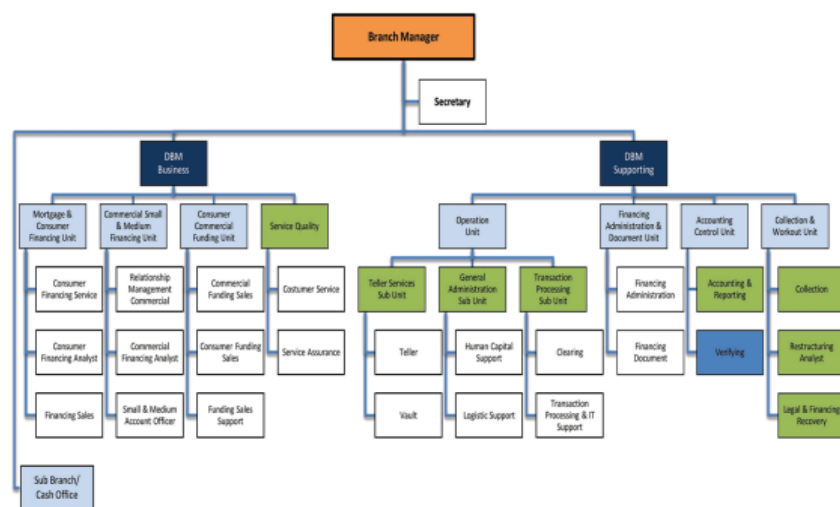
Jenis Usaha : Unit Usaha Syariah

Alamat : Jl. Ahmad Yani KM 5,5 No.456, Pemurus Luar
Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin,
Kalimantan Selatan 70236

Telepon : (0511) 3250530

e. Struktur Organisasi Bank BTN Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Gambar 4.1



f. Produk-Produk Bank BTN Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

1) Produk Pendanaan (Funding)

a) Tabungan BTN Batara iB

Produk ini merupakan simpanan yang menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah (Titipan), dengan beragam fitur dan manfaat.

b) Tabungan BTN Prima

Merupakan paket investasi Mudharabah Mutlaqah yang menawarkan berbagai macam fitur dan keuntungan.

c) Tabungan BTN Haji dan Umrah iB

Bagi nasabah yang ingin menabung untuk menunaikan ibadah haji dan umroh dapat melakukannya dengan memanfaatkan tabungan syariah yang dikelola dengan akad Mudharabah Mutlaqah (Investasi). Para pihak dengan ini setuju untuk bekerja sama dan membagi keuntungan dan kerugian sesuai dengan akad ini.

d) Tabungan BTN Qurban iB

Pendistribusian, perencanaan, serta pembelian hewan kurban menjadi lebih mudah dengan adanya tabungan ini. Tabungan investasi ini mengikuti hukum syariah dan memanfaatkan akad Mudharabah Mutlaqah. Para pihak yang terlibat dalam akad ini akan bekerja sama dan membagi keuntungan maupun kerugian sesuai dengan persentase yang telah disepakati bersama.

e) BTN Tabunganku iB

Akad Wadi'ah, yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, digunakan untuk mengelola rekening tabungan khusus untuk anak-anak di bawah usia tujuh belas tahun. Setiap entitas, baik perorangan maupun perusahaan, dapat menitipkan uang kepada pihak lain dalam perjanjian ini. Pemilik memiliki hak untuk menarik uang mereka kapan saja, sehingga sangat penting bagi mereka untuk menjaganya tetap aman.

f) BTN Simpanan Pelajar iB

Para pelajar dari berbagai jenjang pendidikan, mulai dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA, dan Madrasah (MI, MTs, MA) atau yang sederajat, dapat menabung dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam produk BTN Simpanan Pelajar iB. Skema ini menggunakan akad Wadi'ah, yaitu akad penitipan uang dari satu pihak ke pihak lain. Pemilik dana memiliki kendali penuh atas dana tersebut dan dapat mengaksesnya kapan pun mereka mau.

g) Deposito BTN iB

Melalui akad Mudharabah Mutlaqah (Investasi), deposito berjangka memungkinkan individu atau organisasi untuk membentuk kemitraan yang menguntungkan kedua belah pihak. Dengan adanya perjanjian ini, kedua belah pihak sepakat untuk membagi keuntungan maupun kerugian sesuai dengan formula yang telah ditetapkan.

h) Deposito On Call BTN iB

Perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan melakukan strategi investasi jangka pendek antara 1-28 hari. Strategi ini menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah (Investasi), yaitu kerja sama dua pihak yang membagi keuntungan maupun kerugian sesuai nisbah yang disepakati.

i) Giro BTN iB

Produk simpanan ini bertujuan untuk mendukung kelancaran transaksi bisnis nasabah melalui akad Wadi'ah (Titipan). Dana yang dititipkan oleh perorangan atau institusi dijamin keamanannya dan dapat dikembalikan kapan pun atas permintaan pemilik dana.

j) Giro BTN Prima iB

Produk tabungan ini khusus untuk perusahaan yang kerap menjalankan transaksi komersial. Dengan menerapkan akad Mudharabah Mutlaqah (Investasi), produk ini menawarkan pembagian hasil yang kompetitif. Kedua pihak akan bekerja sama dan berbagi keuntungan serta kerugian berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

2) Produk Pembiayaan (Financing)

a) Pembiayaan Konsumer

1) KPR BTN Platinum iB

Kami menawarkan solusi pembiayaan untuk kepemilikan rumah, ruko, maupun apartemen, baik itu untuk kepemilikan pertama hingga ketiga. Pilihan pembiayaan ini memiliki proses cepat, pembayaran awal yang terjangkau, serta angsuran tetap sepanjang jangka waktu pembiayaan. Pembiayaan ini difasilitasi melalui akad Murabahah, yang merupakan akad jual beli dengan berbagai keuntungan.

2) KPR BTN Indent iB

Fasilitas pembiayaan ini ditujukan bagi individu untuk memiliki properti melalui akad Istishna, yaitu akad berdasarkan pesanan.

3) Pembiayaan Bangun Rumah BTN Ib

Pembiayaan ini ditawarkan untuk pembangunan rumah baru atau renovasi rumah yang sudah ada di atas tanah sendiri. Akad yang dipergunakan adalah Murabahah, yaitu akad jual beli sesuai desain dan permintaan nasabah.

4) Pembiayaan Properti BTN iB

Pembiayaan ini tersedia bagi nasabah yang ingin memiliki properti baru atau ingin membiayai kembali properti yang sudah ada dengan menggunakan akad Musyarakah Mutanaqisah, yaitu akad yang melibatkan kepemilikan aset secara bersama.

5) KPR BTN Subsidi iB

Pembiayaan ini merupakan kerja sama antara PUPR dengan program-program kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) untuk mendukung kepemilikan rumah. Akad yang digunakan adalah Murabahah, yang menawarkan berbagai keunggulan.

6) Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB

Penawaran ini memberikan alternatif yang efisien dan efisien untuk memperoleh kendaraan roda dua atau roda empat. Prosesnya cepat, administrasinya sederhana, dan harganya tetap. Selain itu, nasabah memiliki pilihan untuk melakukan pembayaran bulanan hingga akhir periode pembiayaan melalui akad Murabahah, yang melibatkan perjanjian jual beli.

7) Pembiayaan Tunai Emas BTN iB

Cara yang bisa dilakukan untuk mendapatkan dana secara cepat untuk kebutuhan mendesak adalah dengan menggadaikan aset emas. Proses gadai ini cepat dan aman, dengan adanya perjanjian Qardh (Gadai) serta surat gadai sebagai jaminan. Perjanjian ini memastikan pembayaran kembali pinjaman, baik secara keseluruhan maupun sebagian, kepada bank yang bersangkutan.

8) Pembiayaan Emasku BTN iB

Pilihan pembiayaan ini tersedia untuk nasabah yang ingin berinvestasi emas batangan bersertifikat Antam sesuai prinsip syariah.

9) Pembiayaan Multimanfaat BTN iB

Solusi pembiayaan bagi karyawan dan pensiunan untuk memiliki produk elektronik, furnitur dan kebutuhan lainnya. Solusi ini tidak memerlukan uang muka dan menawarkan cicilan ringan dan tetap hingga lunas. Jangka waktu pembiayaan dapat diperpanjang hingga 10 tahun, dan perjanjian ini didasarkan pada kontrak Murabahah (Jual beli).

b) Pembiayaan Komersial

1) Pembiayaan Konstruksi BTN iB

Pilihan pembiayaan ini memungkinkan perusahaan untuk mendanai proyek properti dan infrastruktur terkait melalui akad Musyarakah (kerjasama).

2) Pembiayaan Investasi BTN iB

Pembiayaan ini ditujukan kepada nasabah yang ingin membeli barang investasi (capital expenditure) menggunakan akad Murabahah, Musyarakah, atau Istishna' dengan penyediaan dana atau tagihan.

3) Pembiayaan Modal Kerja BTN iB

Pilihan pembiayaan ini tersedia untuk memenuhi kebutuhan modal kerja nasabah, yaitu untuk biaya operasional dalam

menjalankan usaha. Pembiayaan ini difasilitasi dengan akad kerja sama, baik mudharabah maupun musyarakah.

4) Pembiayaan KUR BTN iB

Pembiayaan ini ditujukan kepada usaha produktif dalam kategori UMKM dengan prinsip Musyarakah (kerjasama) atau Murabahah (jual beli). Pembiayaan bisa diberikan kepada individu maupun lembaga Linkage untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi. Pembayaran kembali disesuaikan dengan arus kas nasabah.

5) Pembiayaan Sindikasi BTN iB

Pembiayaan sindikasi atau Club Deal dilakukan oleh beberapa bank ketika jumlah dana yang diperlukan terlalu besar untuk ditanggung oleh satu bank atau lembaga keuangan bukan bank (LKBB). Nasabah bisa memilih kontrak seperti "Mudharabah" (bagi hasil), "Musyarakah" (kerja sama), "Murabahah" (bagi hasil), atau "Ijarah" (sewa) (Hamsah, 2021).

2. Karakteristik Responden

Kuesioner penelitian disebarkan kepada nasabah Bank BTN Syariah Banjarmasin dengan karakteristik responden yang beragam berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, profesi, dan frekuensi penggunaan self-service technology. Karakteristik responden ini bertujuan untuk membuat responden menonjol sebagai subjek penelitian.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	61	61%
Perempuan	39	39%
Total	100	100%

Dari total responden, sebanyak 61 orang atau 61% mengidentifikasi diri sebagai laki-laki, sedangkan 39 orang atau 39% lainnya adalah perempuan, menurut data dalam tabel 4.1. Dengan demikian, jelas bahwa laki-laki merupakan sebagian besar responden penelitian (61%).

b. Usia

Tabel 4.2

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	7	7%
20-29 tahun	85	85%
30-39 tahun	6	6%
40-49 tahun	2	2%
Total	100	100%

Jumlah karakteristik responden berdasarkan usia dibawah 20 tahun adalah 7 responden, atau 7%, sesuai hasil perhitungan pada tabel 4.2. Dalam kelompok usia 20-29 tahun, terdapat 85 responden (atau 85%). Sebanyak enam responden (6%) termasuk dalam kelompok usia 30-39 tahun. Dua nasabah, atau 2% dari total responden, termasuk dalam kelompok usia 40-49 tahun. Sebagian besar responden (85%) adalah orang dewasa muda (usia 20-29 tahun).

c. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD/Sederajat	1	1%
SMP/Sederajat	2	2%
SMA/Sederajat	53	53%
S1	42	42%
S2	1	1%
S3	1	1%
Total	100	100%

Jumlah responden yang memiliki karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan terakhir SD atau sederajat adalah 1 responden, atau 1%, berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3. Dari total jumlah responden, 2 orang (atau 2%), hanya menyelesaikan sekolah menengah pertama atau sederajat. Setengah dari orang yang mengikuti survei tidak

menyelesaikan sekolah menengah atas atau yang sederajat. Survei pendidikan terakhir S1 memiliki 42 peserta, atau 42%. S2 adalah tingkat pendidikan terakhir bagi 1% responden. Dengan demikian, 53% responden telah menyelesaikan setidaknya sekolah menengah atas atau sederajat.

d. Pekerjaan

Tabel 4.4

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	27	27%
PNS	7	7%
Wiraswasta	19	19%
Karyawan Swasta	37	37%
Ibu Rumah Tangga	3	3%
Lainnya	7	7%
Total	100	100%

Dalam Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa 27 responden, atau 27% dari total responden, adalah pelajar/mahasiswa. Sementara itu, 7 responden atau 7% bekerja sebagai pegawai negeri sipil. Dari keseluruhan responden, 19 orang (atau 19%) adalah wiraswasta. Untuk pekerjaan di sektor swasta, sebanyak 37 orang (atau 37% dari total responden). Hanya tiga orang (sekitar tiga persen) yang

mengidentifikasi sebagai ibu rumah tangga sebagai pekerjaan resmi mereka. Selain itu, tujuh orang (atau tujuh persen) menyebutkan pekerjaan lainnya. Mereka yang bekerja di perusahaan swasta merupakan persentase terbesar dari responden (37%).

e. Frekuensi Penggunaan *Self Service Technology*

Tabel 4.5

Frekuensi Penggunaan <i>Self Service Technology</i>	Frekuensi	Persentase
<1 Kali	14	14%
1-5 Kali	23	23%
6-10 Kali	16	16%
11-15 Kali	9	9%
>15 Kali	38	38%
Total	100	100%

Jumlah responden dengan karakteristik berdasarkan frekuensi penggunaan teknologi self-service <1 kali adalah sebanyak 14 responden, atau 14%, sesuai dengan hasil perhitungan pada tabel 4.5. Sebanyak 23 orang (atau 23% dari total) melaporkan menggunakannya 1-5 kali per minggu. Enam belas orang, atau enam belas persen, melaporkan menggunakannya enam hingga sepuluh kali seminggu.

Sebelas hingga lima belas kali lebih banyak orang, atau sembilan persen, sering menggunakannya. Dari 38 responden, atau 38%, frekuensi penggunaannya lebih dari lima belas kali. Berdasarkan data ini, 38% responden mengatakan bahwa mereka menggunakannya lebih dari lima belas kali per bulan.

3. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Item dianggap valid jika korelasi keseluruhan dengan skor total memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, dan tidak valid jika tingkat signifikansi $0.000 > 0.05$, sesuai dengan prosedur uji validitas dengan Pearson Correlation. Melihat nilai Pearson Correlation (r hitung) dengan nilai tabel (r) menghasilkan hasil yang sama. Item dianggap tidak valid dalam uji dua arah dengan $Df = N - 2$ jika r hitung lebih kecil dari r tabel, sedangkan item dianggap valid jika sebaliknya. Ambang batas signifikansi 5% atau 0,05 digunakan. Pada tahun 2016, di halaman 70, Aldi Purnomo mengemukakan hal ini.

Faktor-faktor pada tabel 4.6 yang berkorelasi dengan skor

Uji Validitas Variabel *Self Service Technology*

Tabel 4.6

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X
X1	Pearson Correlation	1	,739**	,752**	,672**	,521**	,608**	,695**	,502**	,700**	,571**	,815**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

keseluruhan semuanya dianggap asli karena tingkat signifikansinya

X2	Pearson Correlation	,739**	1	,789**	,720**	,667**	,668**	,715**	,601**	,691**	,709**	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,752**	,789**	1	,645**	,612**	,670**	,656**	,575**	,601**	,546**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	,672**	,720**	,645**	1	,571**	,716**	,712**	,572**	,710**	,777**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	,521**	,667**	,612**	,571**	1	,619**	,616**	,614**	,563**	,653**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	,608**	,668**	,670**	,716**	,619**	1	,701**	,687**	,628**	,662**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	,695**	,715**	,656**	,712**	,616**	,701**	1	,513**	,772**	,690**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	,502**	,601**	,575**	,572**	,614**	,687**	,513**	1	,610**	,612**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	,700**	,691**	,601**	,710**	,563**	,628**	,772**	,610**	1	,674**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	,571**	,709**	,546**	,777**	,653**	,662**	,690**	,612**	,674**	1	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	,815**	,880**	,824**	,861**	,775**	,842**	,852**	,759**	,837**	,836**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

kurang dari 0,05 (0,000). Dengan membandingkan nilai r-hitung dan r-tabel dalam uji dua arah (2-tailed) dengan ambang batas signifikansi 5% (atau 0,05), kita dapat memperoleh perbedaan hasil. Tabel r terlampir memperlihatkan bahwa nilai r-tabel yang diperoleh untuk N=100 dan df=98 adalah 0,196. Perhatikan skor total item X1. Hal ini dianggap valid karena nilai r-hitung sebesar 0,815 lebih tinggi dari

0,196. Demikian pula, nilai r-hitung untuk semua komponen skor total lainnya lebih tinggi dari r-tabel.

Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 4.7
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,730**	,311**	,357**	,330**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,730**	1	,407**	,441**	,419**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,311**	,407**	1	,639**	,707**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,357**	,441**	,639**	1	,571**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,330**	,419**	,707**	,571**	1	,774**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,733**	,796**	,777**	,766**	,774**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Setiap korelasi item dengan skor total dianggap valid berdasarkan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, seperti yang terlihat pada tabel 4.7. Sebagai alternatif, Anda dapat memeriksa r tabel terhadap r hitung. Semua hasil output mengenai skor total item adalah valid, termasuk yang pertama untuk item Y1 dengan nilai r hitung $> r$ tabel yaitu $0,733 > 0,196$.

b. Uji Reliabilitas

Untuk tujuan menentukan apakah kuesioner konsisten di seluruh studi, uji reliabilitas dilakukan. Jika Cronbach Alpha kurang dari 0,6, maka dianggap tidak memuaskan. Jika antara 0,7 dan 0,8, berarti baik.

Uji Reliabilitas Variabel *Self Service Technology*

Tabel 4.8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 4.9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,949	10

Tabel 4.8 dari Ringkasan Pemrosesan Kasus memberikan rincian tentang jumlah data valid yang perlu diproses serta materi yang harus dihapus. Hasil output menunjukkan bahwa semua data dimasukkan dan valid, dengan total 100.

Reliabilitas kuesioner telah dikukuhkan melalui hasil pada tabel 4.9 Reliability Statistics menggunakan teknik Cronbach Alpha, dengan nilai 0.949 yang melebihi 0.8, sesuai standar yang diakui.

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 4.10

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 4.11

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,825	5

Hasil uji reliabilitas kepuasan pelanggan yang tercantum dalam tabel 4.10 dan 4.11 menunjukkan data valid dengan total 100 dan persentase 100%. Nilai Cronbach Alpha 0.825 yang lebih besar dari 0.8 menunjukkan reliabilitas.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Untuk memastikan model regresi yang kuat, uji normalitas memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan memakai uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai p-value lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa data mengikuti distribusi normal.

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,98673917
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,068
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Analisis Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Standardized Residual signifikan secara asimtotik (dua sisi) pada 0,200 > 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji korelasi Spearman's rho mengaitkan variabel independen dengan residual untuk menguji adanya heteroskedastisitas. Jika korelasi tersebut memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak ada heteroskedastisitas yang terdeteksi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.13

Correlations

			Self Service Technology	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Self Service Technology	Correlation	1,000	,020
		Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	.	,842	
	N	100	100	
Unstandardized Residual	Correlation		,020	1,000
		Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	,842	.	
	N	100	100	

Karena tidak ada masalah heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi sebesar $0,842 > 0,05$ menunjukkan bahwa variabel self-service technology memiliki hubungan yang substansial dengan unstandardized residual, seperti yang dapat dilihat pada output data di atas.

3) Uji Linearitas

Jika data linear, maka kedua variabel harus memiliki korelasi yang linear; jika tidak, maka uji linearitas akan memberikan hasil yang tidak

akurat. Salah satu teori menyatakan bahwa dua variabel dianggap linier. Jika nilai signifikansi Linearity kurang dari 0,05, ini menunjukkan bahwa garis lurus cocok dengan data. Namun, teori lain menyebutkan

Uji Linearitas

Tabel 4.14

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan *	Between	(Combined)	839,641	22	38,166	7,340	,000
Self Service Technology	Groups	Linearity	729,047	1	729,047	140,21 6	,000
		Deviation from Linearity	110,594	21	5,266	1,013	,459
	Within Groups		400,359	77	5,199		
	Total		1240,000	99			

bahwa dua variabel dianggap linier jika nilai signifikansi Deviation for Linearity lebih besar dari 0,05.

Hasil dari tabel 4.14 pada output tabel ANOVA menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk Linearity adalah kurang dari 0,05 (0,000), menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel-variabel tersebut. Hubungan linear antara karakteristik self-service technology dan

customer happiness dapat disimpulkan dari nilai signifikansi Deviation for Linearity sebesar 0,459 yang lebih besar dari 0,05.

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi hubungan antara faktor teknologi swalayan dengan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan uji regresi linier sederhana.

Tabel 4.15
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	3,533	1,361		2,596	,011
	Self Service Technology	,383	,032	,767	11,825	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Melalui data Tabel 4.15, kita dapat menuliskan persamaan regresi dengan nilai konstanta (a) yang telah diketahui yaitu 3,533 dan nilai self-service technology (b/kofisien regresi) sebesar 0,383:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,533 + 0,383$$

Di mana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = konstanta

b = koefisien *Self Service Technology*

X = *Self Service Technology*

Berdasarkan regresi di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai konstanta sebesar 3,533, maka faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebesar 3,533 pada saat variabel independen bernilai 0.
2. Nilai koefisien regresi untuk X (Self Service Technology) sebesar 0,383, yang menunjukkan bahwa akan terjadi kenaikan 0,383 pada kepuasan nasabah untuk setiap kenaikan 1 satuan Self Service Technology. Terdapat korelasi positif antara kepuasan pelanggan dengan variabel X, yang menunjukkan bahwa Self Service Technology memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk memahami pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan koefisien determinasi. R^2 mengukur seberapa besar variabel bebas mendeskripsikan perubahan dalam variabel terikat; nilai yang lebih tinggi menunjukkan penjelasan yang lebih kuat.

Tabel 4.16

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,767 ^a	,588	,584	2,283	1,595

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

R kuadrat, kadang-kadang disingkat sebagai R², adalah ukuran koefisien determinasi. Ini adalah persentase yang menunjukkan sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Output dari pengujian menunjukkan bahwa nilai R squared adalah 0,588, yang menunjukkan bahwa hal tersebut cukup menjelaskan pengaruh variabel gaya hidup terhadap kebiasaan belanja konsumen.

f. Uji t

Untuk mengetahui dampak variabel bebas terhadap variabel terikat, gunakan uji t. Uji ini mengukur koefisien regresi parsial secara individual. Berdasarkan tabel statistik, t tabel dengan derajat kebebasan ($df = n - 2$; $100 - 2 = 98$) pada tingkat signifikan 0,025 adalah 1,984 (lihat tabel t terlampir).

Tabel 4.17

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	3,533	1,361		2,596	,011
	X	,383	,032	,767	11,825	,000

a. Dependent Variable: y

Uji terhadap variabel *self service technology* :

H_0 : tidak adanya dampak *self service technology* terhadap kepuasan nasabah

H_a : adanya dampak *self service technology* terhadap kepuasan nasabah

Kita dapat menyimpulkan bahwa teknologi self-service berdampak pada kepuasan pelanggan berdasarkan data output yang ditunjukkan pada tabel 4.17, yang menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel yaitu $11,825 > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

B. Hasil Penelitian

1. Pengaruh layanan *self service technology* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank BTN Syariah

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa teknologi self-service secara signifikan dan positif mempengaruhi kepuasan nasabah, dengan thitung lebih besar dari ttabel ($11,825 > 1,984$) dan signifikansi t lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Penelitian ini mengungkap bahwa kualitas teknologi self-service meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan yang diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Robby Syifa'ul Mahrun (2020), Shely Annisa (2021), dan Runita Kartika Sari Girsang (2019), yang menunjukkan bahwa teknologi layanan mandiri memiliki dampak positif terhadap kepuasan nasabah.

ialah satu cara untuk menyederhanakan transaksi bagi nasabah adalah dengan menerapkan teknologi *self-service*. Banyak manfaat dari layanan perbankan digital lebih besar daripada kekurangannya. Nasabah dapat menghemat waktu dan uang, memiliki akses dari mana saja, merasa lebih mudah dan praktis, merasa lebih aman, dan menggunakan lebih sedikit kertas. Di sini, tujuh aspek dari *self-service technology* dapat mempengaruhi tingkat kebahagiaan yang dirasakan konsumen.

a. *Functionality* (Fungsionalitas)

Kemampuan *self-service technology* untuk melakukan fungsi-fungsi tertentu secara efektif dan efisien. Contohnya seperti kemampuan untuk mengakses informasi, melakukan transaksi, dan menyelesaikan tugas tanpa hambatan.

b. *Enjoyment* (Kepuasan)

Menyatakan sejauh mana pengguna menikmati pengalaman menggunakan *self-service technology*. Contohnya seperti tampilan antarmuka dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan *self service technology*.

c. *Security/Privacy* (Keamanan/Privasi)

Tingkat perlindungan yang disediakan oleh *self-service technology* terhadap ancaman keamanan dan pelanggaran privasi. Contohnya seperti proteksi terhadap data pribadi pengguna, proteksi terhadap akses yang tidak sah dari pihak luar, enkripsi data, dan kepatuhan terhadap regulasi privasi.

d. *Design* (Desain)

Merupakan penilaian terhadap estetika dan fungsionalitas antarmuka pengguna self-service technology atau disebut juga tampilan UI. Desain yang baik memperhatikan faktor-faktor seperti kejelasan fitur, navigasi yang intuitif, dan konsistensi visual.

e. *Assurance* (Jaminan)

Mengacu pada kepercayaan pengguna terhadap self-service technology dalam hal keandalan dan konsistensi kinerja. Jaminan yang tinggi maksudnya kepastian bahwa self-service technology akan berfungsi seperti yang diharapkan setiap saat.

f. *Convenience* (Kenyamanan)

Menyatakan sejauh mana self-service technology membuat nasabah lebih mudah dan nyaman. Ini termasuk aksesibilitas yang baik atau kemudahan untuk diakses, waktu respons cepat, dan dukungan untuk berbagai perangkat.

g. *Customization* (Penyesuaian)

Merujuk pada kemampuan pengguna untuk mengadaptasi pengalaman pengguna sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individu. Ini termasuk fitur-fitur seperti personalisasi layanan, pilihan pengaturan, dan kontrol atas pengalaman pengguna. (Devi Kurniawati, 2022, hlm. 22-23).

Dari analisis hasil kuesioner terkait tujuh dimensi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self service technology* (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Menurut Lopiyoadi (2013), teknologi layanan mandiri mengacu pada fitur-fitur seperti anjungan tunai mandiri (ATM), perbankan online, perbankan mobile, dan perbankan melalui pesan singkat yang memungkinkan nasabah untuk melayani diri sendiri daripada bergantung pada staf. Nasabah lebih cenderung memanfaatkan fasilitas teknologi self-service jika fasilitas tersebut berkualitas tinggi. Nasabah akan merasa lebih puas dengan fasilitas self-service technology jika mereka terus menggunakannya, berkat manfaat yang ditawarkan. Pada halaman 240 dari publikasi tahun 2023 oleh Suprpto et al.

2. Kendala layanan *self service technology* pada Bank BTN Syariah

Beberapa kendala layanan *self service technology* terhadap kepuasan nasabah pada bank BTN Syariah, yaitu:

1. Masalah keamanan

Nasabah tidak selalu senang dengan teknologi self-service jika mereka memiliki kekhawatiran keamanan, itulah sebabnya keamanan adalah salah satu elemen terpenting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Sebagai contoh, pertimbangkan modus penipuan yang merajalela di bank.

2. Ketidakpercayaan Terhadap Teknologi

Karena pelanggan ragu-ragu untuk melakukan transaksi ketika mereka tidak mempercayai self-service technology, ketidakpercayaan pelanggan terhadap teknologi menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap self-service technology.

3. Kurangnya Pengetahuan atau Keterampilan

Nasabah kesulitan menggunakan teknologi swalayan karena kurangnya pengetahuan atau kemampuan, yang pada gilirannya menurunkan kepuasan nasabah.

4. Isu Usia

Hambatan terkait usia terhadap teknologi self-service adalah kenyataan bahwa individu lansia tertentu mungkin kurang nyaman dengan teknologi ini sehingga membutuhkan bantuan dari orang lain ketika mencoba menggunakannya.

5. Masalah Teknis

Kepuasan pelanggan dengan layanan teknologi self-service dapat dipengaruhi secara negatif oleh masalah teknis, seperti pemadaman jaringan. Rintangan teknologi lainnya adalah terjadinya kesalahan perangkat lunak atau sistem perbankan yang menyebabkan transaksi tidak dapat dilakukan.

Menurut hasil survei yang saya berikan, ada beberapa faktor yang dapat menurunkan kepuasan pelanggan ketika menggunakan self-service technology. Salah satunya adalah prevalensi masalah teknis,

seperti pemadaman jaringan dan kesalahan sistem. Pelanggan mungkin bingung saat menggunakan self-service technology karena faktor-faktor seperti UI yang tidak menarik dan kurangnya penjelasan untuk fungsi-fungsi yang ada.