

EFEKTIVITAS LAYANAN WEEKEND BANKING (STUDI BANK MUAMALAT KCP PONDOK INDAH MALL)

Rifa Farhah¹

Abstract: *The Effectiveness of Weekend Banking Services (Study at BMI KCP PIM).* The aim of this research is to analyze the effectiveness of weekend banking services at Bank Muamalat Indonesia. The method that used in this research is linier regression and. The result shown that the value of adjusted R-squared was 0.313409. It means that customer's preference (dependent variable) was influenced by location, brand image, and, product and services in the amount of 31.34% and the others 68.66% was influenced by the others factor. From the paired sample t-test shown that the weekend banking services still not effective to increase the third party funds.

Keywords: Effectiveness, Weekend Banking, Linier Regression, Paired Sample t-test

Abstrak: *Efektivitas Layanan Weekend Banking (Studi BMI KCP PIM).* Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat efektivitas layanan layanan akhir pekan (weekend banking) di Bank Muamalat Indonesia. Metode analisis yang digunakan yaitu dengan analisis regresi linear berganda dan uji beda (paired-sample t-test). Dari hasil model regresi dapat dilihat nilai Adjusted R-squared sebesar 0.313409. Ini menunjukkan bahwa variabel dependen (preferensi nasabah) dipengaruhi oleh variabel-variabel independen (faktor lokasi, nama baik perusahaan serta produk dan layanan) sebesar 31.34% sisanya 68.66% dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil statistik uji t parsial, keberadaan layanan weekend banking masih belum terlihat efektif dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

Kata Kunci: Efektivitas, Weekend Banking, Regresi Berganda, Uji t parsial

¹ Naskah diterima 25 September 2013, Direvisi 15 Nopember 2013, disetujui 4 Desember 2013
Bank Jabar Banten Syariah, Jl. HOS Cokroaminoto, no. 62 D, Tangerang Ciledung. Email: rifafarhah@yahoo.com

PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya persaingan dunia perbankan nasional yang menerapkan sistem bunga, perbankan syariah yang menerapkan sistem ekonomi Islam saat ini mampu bersaing dan kini mencapai perkembangan yang signifikan. Sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan (Antonio, 2001), kesempatan bagi pengembangan perbankan syariah pun lebih luas. Kemunculan perbankan syariah semakin menguat ketika terjadi krisis ekonomi yang membuat bank-bank konvensional mengalami keterpurukan sementara perbankan syariah tetap bertahan. Saat ini dunia perbankan menghadapi era persaingan yang sehat dan saling menonjolkan keunggulan yang dimiliki untuk menarik hati masyarakat Indonesia agar menjadi nasabahnya.

Banyak faktor yang mempengaruhi mengapa produk dan layanan perbankan syariah saat ini bermacam-macam, salah satunya dengan tujuan memudahkan nasabah untuk lebih praktis dan menggunakan efisiensi waktu yang mereka miliki. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat telah membawa banyak perubahan terhadap pola kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia. Di kehidupan saat ini kesibukan yang sangat padat memaksa masyarakat menghabiskan waktunya sepanjang hari untuk bekerja.

Terlebih lagi untuk masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Mereka menghabiskan separuh waktu mereka hanya untuk pekerjaan, bahkan terkadang waktu 24 jam dalam sehari masih tidak cukup untuk mereka. Tingkat kesibukan yang berbeda-beda pada setiap orang memaksa perbankan melihat ini sebagai peluang yang harus dimanfaatkan dengan menciptakan layanan perbankan yang menyediakan waktu yang lebih lama untuk nasabahnya. Membuka layanan perbankan sampai malam hari dan saat akhir pekan merupakan salah satu strategi yang dilakukan bank untuk memanjakan nasabahnya. Sudah banyak bank yang mulai memberlakukan layanan ini yaitu bank konvensional seperti Bank Mandiri, Bank BCA, Citibank, dan Bank BNI. Bank konvensional memang lebih cepat dan tanggap dalam menerapkan strategi dan membaca peluang, terbukti mereka lebih dahulu membuka layanan perbankan di malam hari (*night banking*) dan akhir pekan (*weekend banking*).

Layanan akhir pekan yang lebih dulu dipraktikkan oleh bank konvensional berhasil, terbukti berdasarkan pengamatan salah satu media cetak di Jakarta satu tahun terakhir menunjukkan bahwa kantor layanan (KL) perbankan yang beroperasi di akhir pekan terlihat banyak didatangi nasabah. Di Grand Indonesia (GI) Jalan MH Thamrin Jakarta Pusat, KL BNI yang terletak di East Mall GI terlihat sibuk, bahkan di Mal Pondok Indah Jakarta Selatan antrean untuk mendapatkan layanan bisa mencapai ratusan orang. Setiap KL selalu siap melayani transaksi kas

seperti setor, tarik tunai, pembukaan rekening dan titipan kliring. Tidak mau kalah dengan bank konvensional, Bank Muamalat Indonesia sebagai bank pertama yang menerapkan prinsip syariah mencoba menggunakan layanan *night banking* dan *weekend banking* sebagai potensi untuk mengembangkan bisnis. Mereka melihat peluang bahwa saat ini masyarakat Indonesia tidak sedikit yang menaruh kepercayaan kepada bank syariah, maka Bank Muamalat langsung menerapkan layanan *night* dan *weekend banking* dan baru membukanya di kantor cabang pembantu di Jakarta dan Palembang. Mengambil tempat umum sebagai objek yang dituju seperti Rumah Sakit dan pusat perbelanjaan, Bank Muamalat melihat peluang yang ada dari aktivitas masyarakat ke lokasi tersebut. Pusat perbelanjaan memang lokasi yang tepat dan Rumah Sakit yang selalu ada selama 24 jam sehingga Bank Muamalat memilih kedua lokasi ini sebagai potensi untuk mengembangkan bisnis. Layanan *night banking* dan *weekend banking* ini baru diberlakukan bulan November 2011 di salah satu pusat perbelanjaan yang terkenal di Jakarta Selatan yaitu Pondok Indah Mall dan sekitar salah satu rumah sakit di Palembang.

Namun, menurut data yang ada dan pengamatan langsung yang dilihat ternyata layanan *night banking* dan *weekend banking* ini masih perlu beradaptasi. Ini dilihat dari masih sedikitnya nasabah yang datang ke Bank Muamalat untuk menggunakan layanan *night banking* dan *weekend banking*. Jika dilihat perbandingan jumlah nasabah yang menggunakan layanan saat *work days* dan *weekend* sedikit sekali nasabah datang di saat *weekend* bahkan kurang dari setengahnya dari jumlah nasabah di waktu *work days*.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen yang baik adalah manajemen yang bisa menyeimbangkan pekerjaan agar tidak hanya berjalan efektif tetapi juga efisien. Tujuan utama manajemen adalah pengelolaan secara sehat untuk mendapatkan efisiensi setinggi-tingginya dengan pengorbanan seminimal mungkin. Oleh karena itu, permasalahan efisiensi dan usaha mencapainya menempati posisi sentral dalam ilmu manajemen. Masalah efisiensi berkaitan dengan masalah pengendalian biaya. Efisiensi yang diuraikan disini adalah perbandingan positif antara hasil yang dicapai dengan masukan yang digunakan, artinya, kemampuan menghasilkan output yang maksimal dengan input yang ada merupakan ukuran kinerja yang diharapkan. Sebuah bank dituntut untuk memperhatikan masalah efisiensi karena meningkatnya persaingan bisnis dan standar hidup konsumen.

Efektivitas berarti melakukan pekerjaan yang benar (*doing the rights things*) sedangkan efisiensi berarti melakukan sesuatu dengan benar (*doing the rights*). Efektivitas dan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan

yang tepat untuk pencapaian tujuan. Beberapa kriteria dapat digunakan untuk menilai efektivitas perencanaan, yaitu mencakup kegunaan, ketepatan, dan obyektivitas, ruang lingkup, efektivitas biaya, akuntabilitas, dan ketepatan waktu. Kegunaan, agar berguna bagi manajemen dalam pelaksanaan fungsi-fungsinya yang lain, suatu rencana harus fleksibel, stabil, berkesinambungan, dan sederhana. Hal ini memerlukan analisa, peramalan, pengembangan rencana dengan mempertimbangkan segala sesuatu dan pembuatan perencanaan sebagai proses yang berkesinambungan.

Tujuan utama dalam manajemen adalah pengelolaan secara sehat untuk mendapatkan pencapaian sesuatu dengan efektif dan efisien. Efektivitas merupakan suatu besaran atau angka untuk menunjukkan sampai seberapa jauh sasaran (target) tercapai. Efisiensi adalah perbandingan yang positif antara hasil yang dicapai dengan masukan yang dipergunakan. Efisiensi dalam penyelenggaraan kegiatan apabila hasil kerja yang diperoleh lebih besar dari pengorbanan yang diberikan dalam bentuk penggunaan sumber daya dan dana termasuk sumber daya insani.

Suatu pekerjaan dapat dilaksanakan secara tepat, efektif, dan efisien apabila pekerjaan itu tepat sesuai dengan yang telah direncanakan diawal. Pencapaian hasil akhir yang sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan dan ukuran maupun standar yang baik mencerminkan suatu perusahaan telah mencapai efektivitasnya. Oleh karena itu, efektivitas dan efisiensi saling terkait satu sama lain, suatu perusahaan terutama perbankan syariah tidak hanya dituntut untuk mengejar tujuan saja, tetapi bagaimana tujuan itu bisa tercapai dengan cara yang baik dan sesuai dengan syariah.

Beberapa kriteria dapat digunakan untuk menilai efektivitas perencanaan, yaitu mencakup kegunaan, ketepatan, dan obyektivitas, ruang lingkup, efektivitas biaya, akuntabilitas, dan ketepatan waktu (Handoko, 1998). Kegunaan, agar berguna bagi manajemen dalam pelaksanaan fungsi-fungsinya yang lain, suatu rencana harus fleksibel, stabil, berkesinambungan, dan sederhana. Hal ini memerlukan analisa, peramalan, pengembangan rencana dengan mempertimbangkan segala sesuatu dan pembuatan perencanaan sebagai proses yang berkesinambungan.

METODE

Menurut pendekatannya, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Hermawan, 2003). Sedangkan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata

lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Suyanto, 2005)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling*, yaitu mengambil sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah metode *accidental sampling*, yaitu semua nasabah Bank Muamalat yang datang mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dengan kriteria nasabah yang datang ke bank di akhir pekan (*weekend*). Populasi yang didapat dari Bulan Desember 2011 - Maret 2012 sebanyak 1127 nasabah. Sehingga berdasarkan perhitungan jumlah sampel ialah sebanyak 90 orang.

Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah regresi linier berganda. Adapun bentuk persamaan regresi linear yang akan dibentuk adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

- Y : variabel terikat (preferensi nasabah)
- X₁ : variabel bebas (faktor lokasi bank)
- X₂ : variabel bebas (faktor nama baik perusahaan)
- X₃ : variabel bebas (faktor produk dan layanan)

Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan uji t-parsial (uji beda). Uji ini digunakan untuk membandingkan mean dari satu sampel yang berpasangan (Winarno, 2009). Analisis uji t yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji beda sampel berpasangan (*paired sample test*).

PEMBAHASAN

Layanan *weekend banking* (akhir pekan) adalah layanan perbankan yang beroperasi di saat weekend yaitu hari Sabtu dan Minggu dari pukul 10.00 - 16.00 WIB. Proses membuka layanan ini tidak terlepas dari manajemen Bank Muamalat, yaitu BOD (Board Of Director) yang mempunyai keinginan membuka bank di dalam mall. Dari kantor pusat mereka mencari *space*, mencari lokasi, sampai melakukan tender untuk renovasi, kira-kira 80% sudah kelola oleh kantor pusat dan didapatkan tempat yang tepat yaitu di dalam Mall Pondok Indah. Setelah itu baru diserahkan ke Cabang Fatmawati karena lokasi Pondok Indah dekat dengan Fatmawati sehingga Cabang Fatmawati yang mengkoordinir. Bank Indonesia memberikan lampu hijau kepada Bank Muamalat untuk mendirikan kantor cabang ini pada tanggal 20 Oktober 2011 lalu memberi waktu 30 hari untuk membuka

sampai resmi dibuka pada tanggal 11 November 2011.

Perkembangan jumlah nasabah yang datang menunjukkan sudah banyak nasabah yang mengetahui bahwa Bank Muamalat membuka layanan perbankan di akhir pekan. Sosialisasi dan informasi pun banyak dilakukan oleh pihak Bank Muamalat baik dari internet, memasang iklan di harian ibukota dan langsung dari pihak karyawan bank melalui SalaMuamalat. Layanan *weekend banking* ini untuk bank syariah baru Bank Muamalat yang membuka layanan ini.

Sejak dibukanya layanan *weekend banking* ini jam kerja karyawan bank akan berbeda seperti biasanya karena hari Sabtu dan Minggu harusnya waktu untuk libur mereka. Disini Bank Muamalat sudah memperkirakan dan mengatur dari manajemen karyawan, pada saat *weekend* karyawan di atur bergantian masuk. Cara mengaturnya karena Bank Muamalat Cabang Fatmawati memiliki 10 capem dan 8 kantor kas, sehingga karyawan di ambil dari cabang lain sebagai *teller* dan *customer service*. Pengaturan pembagian jadwal karyawan yang masuk di hari Sabtu dan Minggu diatur oleh bagian personalia di Cabang Fatmawati. Untuk karyawan tetap Bank Muamalat apabila masuk di saat *weekend* diberi insentif dengan hitungan lembur, sementara untuk karyawan *outsorsing* yang masuk kerja di saat *weekend* dihitung dengan tambahan bonus.

Layanan *weekend banking* ini merupakan layanan baru di Bank Muamalat dan hanya ada di Pondok Indah Mall. Nasabah yang datang ke bank di saat *weekend* mendapatkan informasi dari beberapa sumber seperti dari iklan/internet, orang lain/teman/kerabat, dari karyawan Bank Muamalat, atau bahkan tahu sendiri ketika sedang jalan-jalan ke mall. Nasabah mengaku lebih banyak mendapat informasi dari karyawan Bank Muamalat melalui SalaMuamalat yang *online* selama 24 jam dengan persentase sebanyak 35.8%. Sisanya 29.9% tahu sendiri, 22.4% dari orang lain/teman/kerabat dan 11.9% melihat iklan/internet. Ini dapat disimpulkan bahwa cara pihak Bank Muamalat memperkenalkan adanya layanan *weekend banking* ini tidak hanya dari internet atau iklan tetapi juga dari karyawannya langsung.

Nasabah datang ke bank di hari Sabtu dan Minggu (*weekend*) memiliki alasan yang bermacam-macam. Sebagian dari jumlah sampel sebanyak 56.7% responden memilih alasan karena kesibukan jam kerja yang padat yang mayoritas juga nasabah yang berprofesi sebagai karyawan swasta sehingga tidak sempat ke bank di hari biasa (*weekdays*). Sebanyak 17.9% responden ada juga yang memiliki alasan karena keadaan darurat sehingga mau tidak mau harus ke Bank Muamalat yang hanya ada di Pondok Indah Mall. Sisanya beralasan ke bank sekaligus untuk jalan-jalan ke mall (14.9%) dan ada kesibukan lain di saat *weekdays* (9%).

Berdasarkan hasil pengolahan data, rata-rata nasabah yang datang ke bank melakukan transaksi perbankan hampir 74.6% yaitu melakukan setoran ataupun penarikan tabungan/giro/deposito. Sebanyak 14.9% melakukan transfer uang dan lainnya 14.9% melakukan pembukaan rekening, mengganti kartu ATM, keluhan ke *costomer service*, atau hanya sekedar konsultasi keuangan

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10.31916 + 0.346467 X_1 + 0.360484 X_2 + 0.227788 X_3$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel faktor lokasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah datang ke bank. Pada tabel 4.6 dilihat tingkat probabilitasnya sebesar 0.0689, nilainya di atas dari tingkat signifikansi 10%. Sedangkan nilai koefisien regresi lokasi dapat dilihat sebesar 0.346, yang artinya setiap penambahan satu satuan variabel lokasi maka besarnya variabel preferensi nasabah juga bertambah sebesar 0.346. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi nasabah untuk datang ke bank melihat dari lokasi bank apakah cukup strategis untuk dijangkau, dan dari hasil penelitian memang daerah Pondok Indah termasuk daerah yang strategis.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Corina Khoirunnisa (2012) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dan keputusan nasabah terhadap produk tabungan haji (studi pada Bank Syariah Mandiri), bahwa faktor lokasi juga berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel faktor nama baik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah datang ke bank. Dilihat di tabel 4.6 tingkat probabilitasnya sebesar 0.0569, yang artinya signifikan di atas 10%. Sedangkan nilai koefisien regresi (profesionalisme) dapat dilihat sebesar 0.360, yang artinya setiap penambahan satu satuan variabel profesionalisme maka besarnya variabel preferensi nasabah juga bertambah sebesar 0.360. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi nasabah untuk datang ke bank di akhir pekan berpengaruh karena nasabah sudah percaya dengan perusahaannya yaitu Bank Muamalat Indonesia dan bisa dikatakan sudah profesional dalam hal yang berhubungan dengan transaksi perbankan sehingga memiliki banyak nasabah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Corina Khoirunnisa (2012) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dan keputusan nasabah terhadap produk tabungan haji (studi pada Bank Syariah Mandiri), bahwa faktor kualitas manajemen perusahaan (profesionalisme) juga berpengaruh positif

terhadap preferensi nasabah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel faktor produk dan layanan (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah datang ke bank. Pada tabel 4.6 bisa dilihat nilai probabilitasnya yang lebih besar dari tingkat signifikansi 10% dengan nilai 0.4722. Sedangkan nilai koefisien regresi (produk dan layanan) dapat dilihat sebesar -0.227, yang artinya setiap penambahan satu satuan variabel produk dan layanan maka besarnya variabel preferensi nasabah berkurang -0.227. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi nasabah untuk datang ke bank bukan karena faktor produk dan layanan Bank Muamalat yang mempengaruhi. Hal ini dikarenakan karena produk dan layanan antara *weekday* dan *weekend* sama saja tidak ada yang berbeda, maka dari itu tidak berpengaruh signifikan.

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Corina Khoirunnisa (2012) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dan keputusan nasabah terhadap produk tabungan haji (studi pada Bank Syariah Mandiri), bahwa faktor produk juga berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah

Dari hasil model regresi dapat dilihat nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.313409. Ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel dependen (preferensi nasabah) terhadap variabel-variabel independen (faktor lokasi, nama baik perusahaan dan produk dan layanan) sebesar 31.34%. Semakin mendekati 100% model ini akan semakin baik. Dalam contoh ini, berarti masih ada banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi nasabah datang ke bank di akhir pekan (*weekend*) yang belum dimasukkan ke dalam model regresi, yaitu sebesar 68.66%.

Variabel yang digunakan adalah jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Cabang Fatmawati sebelum dan sesudah adanya cabang pembantu Pondok Indah Mall yang khusus dibuka untuk layanan *weekend banking*. Data selanjutnya diuji dengan alat analisis uji beda (*paired sample t-test*). Berdasarkan tabel *paired sample statistic* menunjukkan ringkasan perbandingan statistik pada setiap kelompok sampel. Tampak bahwa jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) tahun 2011 memiliki mean 343.857 dengan rata-rata standar deviasi 87.617404 dan rata-rata standar error 33.116266016. Sedangkan untuk jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) tahun 2012 memiliki mean 319.142 dengan rata-rata standar deviasi 35.992724132 dan rata-rata standar error 13.603971009. Hal ini berarti bahwa tidak ada tingkat kenaikan jumlah DPK di tahun 2011 dan tahun 2012, dan artinya adanya layanan *weekend banking* ini belum berdampak pada peningkatan jumlah DPK Cabang Fatmawati.

Selanjutnya berdasarkan tabel *paired samples correlations*, tampak bahwa hasil

korelasi antara jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) sebelum dan sesudah adanya layanan *weekend banking* sebesar -0.190 dengan tingkat signifikansi 0.684 yang artinya tingkat hubungannya sangat lemah dan jauh lebih besar dari taraf nyata = 5% (0.05). Hal ini berarti bahwa berdasarkan statistik perkembangan jumlah DPK sebelum dan sesudah adanya layanan *weekend banking* masih belum terlihat dikarenakan datanya masih sedikit dan memang target DPK Capem PIM selama satu tahun sebesar Rp. 200 miliar belum tercapai, baru terpenuhi 50% .

Berdasarkan hasil statistik memang dilihat dari efektivitas layanan *weekend banking* masih belum terlihat. Hal ini disebabkan karena layanan *weekend banking* baru satu tahun beroperasi sehingga tingkat efektivitas layanan ini belum terlihat secara signifikan. Tetapi dari data penelitian tiap bulannya terlihat menunjukkan perkembangan yang positif. Ini dapat dilihat dari data laporan perkembangan aset bank, dana pihak ketiga dan pembiayaan serta data nasabah yang datang ke Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Pondok Indah Mall. Mungkin seiring berjalannya waktu layanan ini akan menunjukkan perkembangan yang signifikan dan menambah aset Bank Muamalat Indonesia.

Uji parsial atau uji statistik-t memperlihatkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah memilih datang ke Bank Muamalat Pondok Indah Mall secara signifikan pada taraf nyata 10% yaitu dari faktor lokasi dan nama baik perusahaan (profesionalisme). Sedangkan faktor produk dan layanan tidak mempengaruhi preferensi nasabah datang ke bank karena hasil yang didapat tidak signifikan lebih besar dari taraf nyata sebesar 10%.

Analisis hasil estimasi persamaan regresi dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah datang ke Bank Muamalat di akhir pekan (*weekend*) dipengaruhi karena kebutuhan nasabah Bank Muamalat sehingga harus datang ke bank di hari libur Sabtu dan Minggu. Banyaknya nasabah yang datang ke bank tidak terlepas dari pengaruh bahwa Bank Muamalat sebagai lembaga terpercaya yang berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan dan menyalurkan dana nasabah yang memiliki kelebihan dan kekurangan dana. Ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat masih dipercaya oleh nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan yang berdasarkan prinsip syariah. Nasabah datang ke Bank Muamalat di hari Sabtu ataupun Minggu karena mayoritas berprofesi sebagai karyawan/karyawati swasta yang sibuk bekerja sehingga tidak memiliki banyak waktu di hari biasa (*weekdays*). Faktor lokasi juga merupakan salah satu dari ketiga faktor yang berpengaruh terhadap preferensi nasabah datang ke bank, ini menunjukkan Bank Muamalat cukup baik mencari tempat strategis dalam membuka cabang baru.

Efektivitas menurut teori memiliki arti kata efektif yang berarti tepat guna, berhasil guna usaha tindakannya atau tepat sasaran. Dalam arti yang lebih mudah

dipahami bahwa dikatakan efektif apabila suatu pekerjaan dapat dilaksanakan secara tepat, efektif, dan efisien tepat sesuai dengan yang telah direncanakan diawal. Pencapaian hasil akhir yang sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan dan ukuran maupun standar yang baik mencerminkan suatu perusahaan telah mencapai efektivitasnya. Tujuan Bank Muamalat membuka layanan *weekend banking* ini tidak hanya untuk menambah jaringan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang tidak memiliki waktu yang banyak di hari biasa (*weekdays*).

Seperti di bank konvensional yang sudah terlebih dulu menerapkan layanan *weekend banking*, bank syariah harus belajar dari bank konvensional bagaimana agar layanan ini berjalan sukses seperti menambah atau memberi variasi produk-produk yang dimiliki bank syariah khususnya disini Bank Muamalat agar nasabahnya semakin bertambah.

SIMPULAN

Dari hasil analisis pengujian variabel faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah datang ke Bank Muamalat di akhir pekan (*weekend*) yaitu faktor lokasi bank, nama baik perusahaan (profesionalisme) dan produk dan layanan bank yang paling mempengaruhi dari ketiga faktor ini adalah dari faktor lokasi bank dan nama baik perusahaan (profesionalisme). Ini dapat dilihat dari nilai χ^2_1 dan χ^2_2 yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.346 dan 0.360 dan nilai probabilitas sebesar 0.0689 dan 0.0569, yang artinya variabel berpengaruh positif dan signifikan dari taraf nyata (α) sebesar 10%. Nilai koefisien determinasi *Adjusted R-squared* sebesar 0.313409 yang artinya adalah bahwa hanya sebesar 31.34% pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependennya, sisanya lagi sebesar 68.66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada model regresi.

Berdasarkan hasil statistik uji beda (*paired sample t-test*) menunjukkan bahwa dari nilai korelasi sebesar -0.190 dengan tingkat signifikan sebesar 0.648 lebih besar dari taraf nyata $\alpha = 5\%$ yang berarti hubungannya masih sangat lemah. Hal ini berarti efektivitas layanan *weekend banking* dilihat dari jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) sebelum dan sesudah adanya layanan *weekend banking* untuk sementara masih belum efektif. Untuk DPK di kantor Pondok Indah Mall 1 ditargetkan memang selama satu tahun sebesar Rp. 200 miliar, namun sampai dengan saat ini baru terpenuhi 50%. Ini dikarenakan bahwa layanan ini baru berjalan selama satu tahun sehingga tingkat efektivitas layanan ini masih belum terlihat secara signifikan. Seiring berjalannya waktu layanan *weekend banking* akan berjalan efektif karena nasabah memberikan tanggapan yang positif atas keberadaan layanan ini.

Kelebihan layanan *weekend banking* dibandingkan dengan layanan-layanan lain yang sebelumnya sudah ada di Bank Muamalat adalah layanan ini melayani nasabahnya tidak hanya di hari biasa (*weekday*) tetapi juga di hari libur Sabtu dan Minggu (*weekend*). Di samping lokasi bank berada di tempat yang strategis nasabah yang datang ke bank juga bisa coffee break membuat teh atau kopi sendiri (*self service*) dan tersedia snack-snack kecil. Komputer juga disediakan untuk nasabah jika ingin mengakses internet dan *wifi*. Kekurangannya hanya baru ada satu tempat yang membuka layanan *weekend banking* di Jakarta, jadi nasabah tidak memiliki pilihan tempat lain, selain itu juga secara keseluruhan nasabah Bank Muamalat belum banyak yang tahu adanya layanan ini.

PUSTAKA ACUAN

- Al Arif, M. N. R. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Antonio, M.S. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin, Z. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabeta.
- Bungin, B. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- . 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Nachrowi, N.D & H. Usman. 2002. *Penggunaan Teknik Ekonometri*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Efendy, M. 1986. *Manajemen Suatu Pengantar Berdasarkan Ajaran Islam*. Jakarta: BhrataraKarya Aksara
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi Ketiga Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Gunara, T. & U.H. Sudibyo. 2007. *Marketing Muhammad*. Bandung: Madani A Prima.
- Hafidhuddin, D & H. Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Handoko, T.H. 1998. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Hermawan, A. 2003. *Pedoman Praktis Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: LPFE Trisakti.
- Supranto, J. 2005. *Ekonometrik Buku ke Satu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi 3. Jakarta: Erlangga.

- Nasarudin, Indoyama, dkk. 2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bank Muamalat Indonesia*. Jurnal Etikonomi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol.7, Desember 2008, 189-205.
- Nisfiannoor, M. 2009. *Pendekatan Statistik Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sekaran, U. 2007. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2007. *Buku Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Jakarta: CV Alfabeta
- Tjiptono, F. 1997. *Strategy Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Widarjono, A. 2009. *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya (dilengkapi dengan aplikasi EViews)*. Yogyakarta: Ekonisia
- Winarno, W.W. 2009. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews Edisi Kedua*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Managemen YKPN