



Keputusan Nasabah untuk Berinfaq saat Tarik Tunai di ATM (*Automatic Teller Machine*) Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi

Dini Nurisma Juliyanti^a, A.A Miftah^b, Ahmad Syukron Prasaja^c

^a Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah, dininurisma4@gmail.com, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

^b Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah, dininurisma4@gmail.com, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

^c Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah, dininurisma4@gmail.com, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

This study aims to determine the customer's decision to infaq when withdrawing cash at the Jambi Branch BSI ATM, to determine the factors that influence the customer's decision to infaq when withdrawing cash at the Jambi Branch BSI ATM, as well as to determine the response of the Jambi Branch BSI to the decision. Customers in infaq when withdrawing cash at ATM BSI Jambi Branch are different. This type of research is field research. While the nature of this research is descriptive qualitative. Data was collected using interview and documentation techniques. The data from the findings are described descriptively and analyzed using inductive thinking. The results of this study are in the form of factors that influence customer decisions to infaq when withdrawing cash at BSI ATM, namely the transparency factor, the trust factor, and the marketing factor. The transparency factor is that customers still do not know the management structure, how to manage, and distribution of infaq funds. And the marketing factor is that BSI should do more marketing that BSI ATM have infaq products.

Keywords: decision, Infaq, BSI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam berinfaq saat tarik tunai di ATM BSI Cabang Jambi, untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam berinfaq saat tarik tunai di ATM BSI Cabang Jambi berbeda-beda, serta untuk mengetahui respon dari pihak BSI Cabang Jambi terhadap keputusan nasabah dalam berinfaq saat tarik tunai di ATM BSI Cabang Jambi berbeda-beda. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif. Hasil penelitian ini adalah berupa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk berinfaq saat tarik tunai di ATM BSI adalah faktor transparansi, faktor kepercayaan, dan faktor pemasaran. Faktor transparansi adalah nasabah masih belum mengetahui struktur pengelolaan, cara pengelolaan, dan distribusi dana infaq. Serta faktor pemasaran adalah pihak BSI seharusnya lebih dilakukan pemasaran bahwa di ATM BSI ada produk infaq.

Kata Kunci: keputusan, Infaq, BSI

1. PENDAHULUAN

Pengolahan infaq saat ini di Indonesia cukup baik, dengan dilakukannya transparansi terhadap pengolahan maupun penyaluran infaq tersebut. Contohnya infaq pada para pengemis. Hal ini, mereka gunakan untuk makan sehari-hari mereka. Selain itu, contohnya memasukkan uang di kotak amal yang ada di masjid untuk dilakukan pembangunan dan renovasi masjid. Bank Syariah Indonesia memiliki ATM yang dapat

mempermudah nasabah dalam melakukan tarik tunai. Selain itu, nasabah juga bisa melakukan cek pada daftar mutasi untuk melihat data uang keluar maupun uang masuk. Nasabah pun bisa melakukan transfer baik sesama BSI atau bank-bank lain. Kata infaq menurut bahasa berasal dari kata *anfaqa* yang berarti menafkahkan, membelanjakan, memberikan atau mengeluarkan harta. Menurut istilah fiqh kata infaq mempunyai makna memberikan sebagian harta yang dimiliki kepada orang yang telah disyariatkan oleh agama untuk memberinya seperti orang-orang faqir, miskin, anak yatim, kerabat dan lain-lain. Istilah yang dipakai dalam al-Qur'an berkenaan dengan infaq meliputi kata: zakat, sadaqah, hadyu, jizyah, hibah dan wakaf. Jadi semua bentuk perbelanjaan atau pemberian harta kepada hal yang disyariatkan agama dapat dikatakan infaq¹.

Bank syariah akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepercayaan bagi nasabah. Terciptanya kepercayaan nasabah dapat memberikan manfaat, di antaranya memberikan kesan yang baik bagi nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah.

Sedekah menurut terminology syariat, pengertian sedekah sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Sedekah diartikan sebagai sebuah pemberian seseorang secara ikhlas kepada orang yang berhak menerima yang diiringi juga oleh pahala dari Allah². Singkatnya, infaq dan sedekah memiliki arti yang berbeda, menurut hukum Syariah, infaq tidak ada hubungannya dengan nisab atau jumlah harta. Dalam dunia yang terglobalisasi ini, banyak terjadi pergeseran makna yang menjadi kacau balau. Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kependudukan (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, Jumlah Penduduk Muslim pada Juni 2021 mencapai 236.530.000. Dari 272.230.000 penduduk, Ini berarti 86,88% Penduduk Indonesia menganut agama Islam. Dengan mayoritas penduduk muslim, Potensi penghimpunan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf di Indonesia sangatlah besar. Bahkan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memperkirakan bahwa potensi ziswaf di Indonesia bisa mencapai Rp. 500 Triliun. Meski dengan potensi yang begitu besar, Baznas mengungkapkan bahwa penghimpunan dana zizwaf masih memiliki banyak celah dengan potensi yang tersedia. Tidak dapat dipungkiri, peningkatan teknologi saat ini terus berkembang. Masyarakat saat ini selalu menggantungkan diri pada teknologi dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Hal ini dapat dipahami mengingat teknologi juga memberikan kontribusi yang sangat penting dalam memberikan pengetahuan, hiburan dan kenyamanan ke berbagai kawasan. Baik dalam skala terbatas seperti komunikasi antara orang-orang, pertukaran perdagangan, hingga ruang lingkup yang sangat besar di tingkat perusahaan dan modern³.

Melihat penjelasan diatas, penulis melakukan survey awal disejumlah ATM BSI Cabang Jambi kepada nasabah BSI cabang Jambi dengan pertanyaan 'seberapa sering anda berinfaq di ATM BSI cabang Jambi?'. Penulis melakukan survey awal di tiga tempat, yaitu ATM BSI Muhammadiyah, ATM BSI Mayang, dan ATM BSI Sipin. Berdasarkan jawaban para nasabah, penulis mendapatkan tiga kategori yaitu selalu, jarang-jarang dan tidak pernah.

Tabel Data Nasabah yang Berinfaq di ATM BSI Cabang Jambi

Lokasi	Selalu	Jarang-jarang	Tidak Pernah	Jumlah
ATM BSI Muhammadiyah	2 orang	9 orang	4 orang	15 orang
ATM BSI Mayang	0	5 orang	3 orang	8 orang
ATM BSI Sipin	1 orang	8 orang	5 orang	14 orang

Adapun faktor dugaan yang menyebabkan penghimpunan infaq melalui ATM BSI yaitu masyarakat masih terbiasa dengan penyaluran infaq melalui kiyai atau masjid nasabah belum mengenal adanya fitur berbagi infaq dalam ATM BSI. Adapun menurut Davis pada technology Accaptance Model (TAM) dua konstruk yang menjadi variabel dominan dalam keputusan menggunakan teknologi adalah manfaat dan kegunaan. Selain itu menurut Icek Ajzen salah satu yang mempengaruhi keputusan perilaku adalah kepercayaan perilaku. Dengan kata lain ketika nasabah menggunakan ATM BSI untuk membayar infaq masyarakat telah menghubungkan manfaat, kepercayaan, dan kemudahan sebelum memutuskan untuk mengambil tindakan.

Berdasarkan judul dan latar belakang diatas, ada beberapa penelitian terdahulu yang masih kontrak dengan penelitian ini. Pertama, Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf Melalui BSI Mobile. Judul ini terfokus pada pengaruh-pengaruh keputusan membayar ZAWAF melalui BSI mobile, dengan hasil penelitian berupa Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile sebesar 24,9%, variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile sebesar 14,5%, dan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile sebesar 29,1%. Sementara secara simultan atau bersama-sama variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile sebesar 47,1%.⁴ Melihat latar belakang dan penelitian terdahulu diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan hasil akhir berupa hasil survey, alasan-alasan nasabah, serta kritik dan saran yang baik untuk Bank Syariah Indonesia. Maka dari itu, peneliti tertarik dengan judul **Keputusan Nasabah untuk Berinfaq saat Tarik Tunai di ATM Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi.**

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepercayaan dalam Dunia Bisnis

- a. Pengertian kepercayaan
Kepercayaan ialah sifat dan sikap membenarkan sesuatu atau menganggap sesuatu sebagai kebenaran, yang diyakini, diaplikasi dalam bentuk kelakuan, pengalaman, yang memengaruhi sifat mental yang meyakinkannya.⁵
- b. Indikator kepercayaan nasabah
Terdapat empat indikator dalam variable kepercayaan yaitu :
 1. Keandalan; Keandalan adalah ukuran kemampuan suatu komponen atau peralatan untuk beroperasi terus menerus tanpa adanya gangguan atau kerusakan.
 2. Kejujuran; Kejujuran adalah sebuah sikap yang menunjukkan jati diri seseorang yang sebenarnya. Seseorang yang senantiasa bersikap jujur baik dalam ucapan maupun tindakan, meskipun pahit dan berisiko, bisa dipastikan dia memiliki integritas moral yang baik. dengan para Nabi, orang-orang yang mati syahid, dan orang-orang saleh.
 3. Kepedulian; Kepedulian merupakan salah satu bentuk tindakan nyata, yang dilakukan oleh masyarakat dalam merespon suatu permasalahan.
 4. Kredibilitas; Kredibilitas adalah suatu kapabilitas (kemampuan), kualitas atau kekuatan yang dapat menciptakan rasa kepercayaan. Suatu sikap kredibilitas yang perlu dimiliki setiap orang.

2.2. Infaq

a. Pengertian Infaq

Infaq artinya membelanjakan. Maksudnya membelanjakan sebagian dari harta yang ia miliki untuk kepentingan dijalan Allah. Menurut Al-Qur'an menginfakkan harta secara baik dan benar termasuk salah satu ukuran dan indikasi sifat ketakwaan manusia kepada Allah SWT. Infaq dan zakat itu berbeda, infaq tidak ada batas nisabnya atau besarnya jumlah harta yang akan diinfakkan tidak ditentukan secara hukum. Sedangkan zakat ditentukan dengan nisab (batasan harta selama satu tahun untuk wajib membayar zakat).

b. Perbedaan Infaq dan Sedekah

Tabel Perbedaan Infaq dan Sedekah

No	Perbedaan	Infaq	Sedekah
1.	Definisi	Mengeluarkan sebagian harta yang diperintahkan dalam islam.	Memberikan sesuatu semata-mata karena mengharap pahala baik berbentuk jasa atau barang atau harta pemberian
2.	Sifatnya	Wajib, Sunnah, Mubah, Haram	Wajib atau Sunnah
3.	Harta/objek	Materi	materi atau fisik serta yang bersifat nonfisik

4.	Waktu	Kapanpun	Kapanpun
5.	Subjek	Muslim	Siapapun

Sumber: <https://bdkpalembang.kemenag.go.id/upload/files/untuk%20Website%20%28Mukmin%29.pdf>.

c. **Macam-macam Infaq**

Berdasarkan hukumnya, terdapat empat jenis infaq, yaitu:

- a) Bersifat wajib, yaitu ketika kamu membelanjakan harta pribadi untuk keperluan agama yang sifatnya wajib, seperti mahar untuk istri, menafkahi istri, dan menafkahi istri yang ditalak dan dalam keadaan iddah.
 - b) Bersifat mubah, yaitu ketika kamu membelanjakan harta pribadi untuk hal bersifat mubah dalam agama Islam, seperti berdagang, ternak, atau bercocok tanam.
 - c) Bersifat haram, yaitu mengeluarkan harta dengan tujuan yang diharamkan oleh Allah
- d. **Dasar Hukum Infaq**
- e. Dasar hukum dan perintah infaq (mengeluarkan harta benda karena taat dan patuh kepada Allah). Apa saja yang kamu infaqkan pada jalan Allah, maka sesungguhnya Maha Mengetahui, dan sebagai imbalannya adalah Allah akan memberikan pahala yang sangat besar disisi-Nya. Serta, Allah memberikan gambaran terhadap orang-orang yang menafkahkan hartanya dengan tujuan mengharapkan keridhoan Allah, adalah seperti sebuah ladang atau kebun dengan mendapatkan hujan yang sangat cukup, lalu menghasilkan penghasilan dua kali lipat.

2.3. Latar Belakang Bank Syariah Indonesia

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1991. Sebelumnya, di Indonesia juga telah didirikan lembaga-perbankan nonbank yang dalam kegiatannya menerapkan sistem syariah. Pemerintah kemudian membuat peraturan untuk pelaksanaan bank syariah melalui UU No. 7 tahun 1992. Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (dual banking system), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dan lain-lain⁶.

3. METODOLOGI PENELITIAN

A. **Objek Penelitian**

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang menggunakan ATM BSI Cabang Jambi.

B. **Jenis Dan Sumber Data**

Untuk mendapatkan informasi tentang masalah yang diteliti, peneliti menggunakan jenis data berupa data kualitatif. Peneliti juga menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber data yang akan diteliti. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

C. **Teknik Pengumpulan Data**

1. **Wawancara**

Wawancara adalah bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif.

2. **Dokumentasi**

Metode dokumenter adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain yang dibuat oleh subjek.

D. **Metode Analisis Data**

Berikut adalah rangkaian tahapan analisis data yang tertata:

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

2. Penyajian Data

Miles dan Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Menarik Kesimpulan

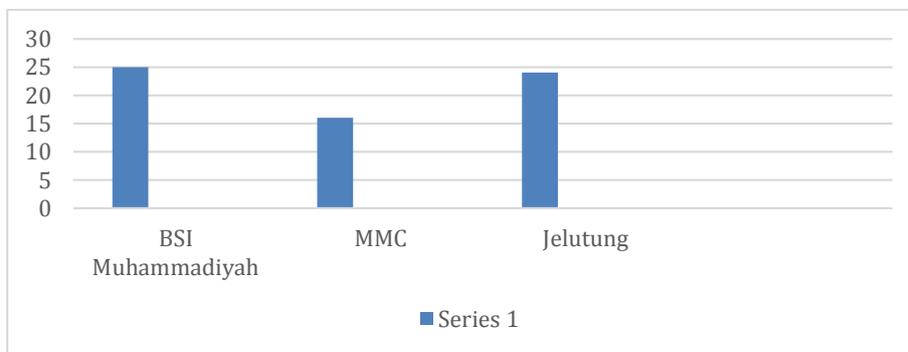
Langkah ketiga dalam analisis data yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan data-data yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mendapatkan total nasabah sebanyak 105 nasabah di berbagai ATM BSI di Jambi. Akumulasi data sebagai berikut:

Data Jumlah Nasabah yang Dapat Di Wawancara dan Mengisi Kuisisioner⁷



Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan 105 nasabah yang bersedia untuk diwawancara. Lalu, dengan spesifikasi yaitu pada ATM BSI Muhammadiyah didapatkan 25 nasabah yang bersedia diwawancara. Pada ATM BSI MMC didapatkan 16 nasabah yang bersedia untuk diwawancara. Sedangkan pada ATM BSI Jelutung didapatkan 24 nasabah yang bersedia untuk diwawancara.

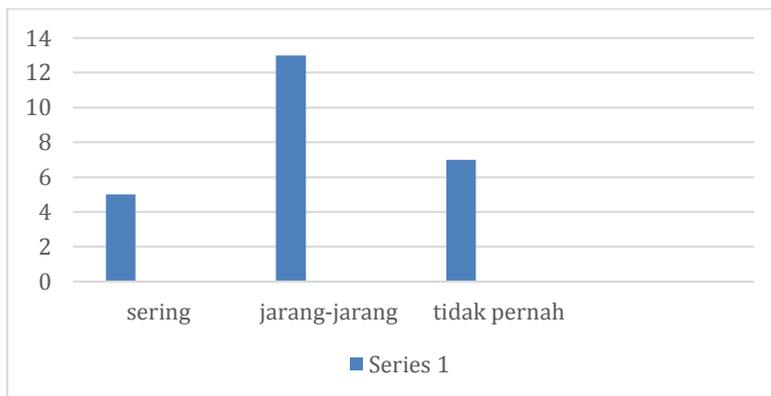
Analisis keputusan nasabah untuk berinqaf saat tarik tunai di ATM BSI Cabang Jambi

Berdasarkan hasil Penelitian yang didapatkan dengan menggunakan teknik wawancara yang dilakukan di beberapa Lokasi ATM BSI Cabang Jambi sebagai berikut:

1. Wawancara di ATM BSI Muhammadiyah

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dilakukan ke ATM BSI muhammadiyah dengan beberapa nasabah yang telah menggunakan jasa perbankan di bank tersebut didapatkan 25 nasabah. Maka, didapatkan akumulasi hasil jawaban nasabah sebagai berikut:

Seberapa sering anda berinqaf di ATM BSI?

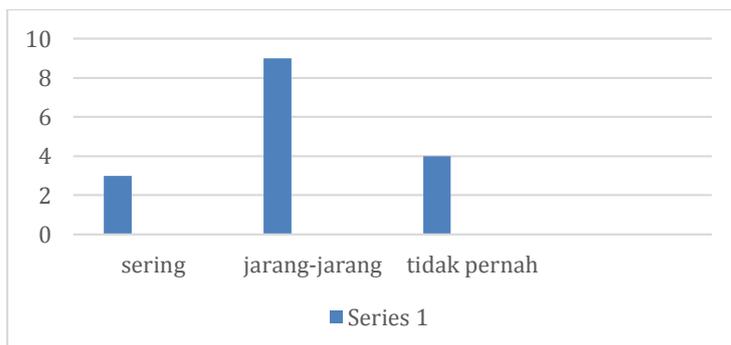


Berdasarkan tabel diatas, nasabah yang menjawab Sering 5 orang (20%). Sedangkan nasabah yang menjawab Jarang-jarang ada 13 orang (52%). Selain itu nasabah yang menjawab Tidak Pernah ada 7 orang (28%). Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah-nasabah yang ada menggunakan ATM BSI Muhammadiyah banyak yang menjawab Jarang-jarang setiap melakukan transaksi untuk berinfq di ATM BSI Muhammadiyah..

2. Wawancara di ATM BSI MMC

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dilakukan ke ATM BSI MMC dengan beberapa nasabah yang telah menggunakan jasa perbankan di bank tersebut didapatkan 16 nasabah. Maka, didapatkan akumulasi hasil jawaban nasabah sebagai berikut:

Seberapa sering anda berinfq di ATM BSI?'

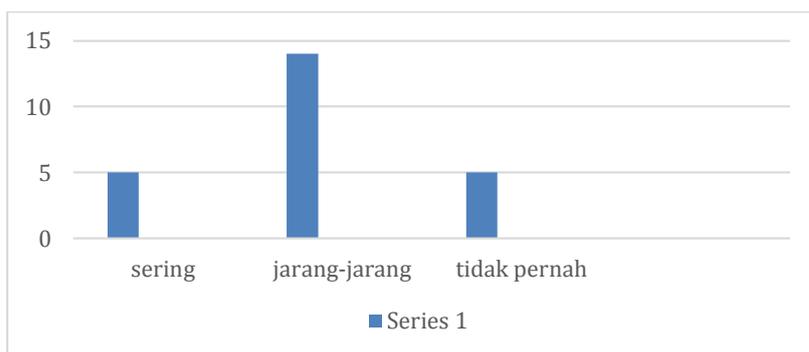


Berdasarkan tabel diatas, nasabah yang menjawab Sering ada 3 orang (18,8%). Sedangkan nasabah yang menjawab Jarang-jarang ada 9 orang (56,2%). Selain itu nasabah yang menjawab Tidak Pernah ada 4 orang (25%). Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah yang menggunakan ATM BSI MMC banyak yang menjawab Jarang-jarang setiap melakukan transaksi untuk berinfq di ATM BSI MMC.

3. Wawancara di ATM BSI Jelutung

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dilakukan ke ATM BSI Jelutung dengan beberapa nasabah yang telah menggunakan jasa perbankan di bank tersebut didapatkan 24 nasabah. Maka, didapatkan akumulasi hasil jawaban nasabah sebagai berikut:

Seberapa sering anda berinfq di ATM BSI?'



Berdasarkan tabel diatas, nasabah yang menjawab Sering 5 orang (20,8%). Sedangkan nasabah yang menjawab Jarang-jarang 14 orang (58,4%). Selain itu nasabah yang menjawab Tidak Pernah ada 5 orang (20,8%). Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah yang menggunakan ATM BSI Jelutung banyak yang menjawab Jarang-jarang setiap melakukan transaksi untuk berinfaq di ATM BSI Jelutung.

4.2. Pembahasan Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di 3 (tiga) lokasi ATM BSI Cabang Jambi yaitu BSI Muhammadiyah, BSI MMC, dan BSI Jelutung. Didapatkan hasil berupa 70% nasabah banyak memilih untuk berinfaq dimana saja baik di ATM BSI maupun di masjid-masjid hal ini dikarenakan nasabah yang percaya bahwa keduanya menggunakan syariat Islam. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak pula nasabah yang percaya dengan BSI untuk menyalurkan dana infaq yang mereka berikan. Namun, perlu pula diperhatikan bahwa ada beberapa nasabah yang masih belum percaya untuk berinfaq di ATM BSI dengan alasan pihak BSI belum melakukan secara transparan mulai dari pengumpulan dana sampai distribusi dana infaq. Hal ini bisa menjadi catatan untuk pihak BSI agar dapat merespon berupa tindakan. Contohnya pihak BSI bisa menggunakan sosial media yang dipunya untuk memberi tau total dana infaq yang dikumpulkan dalam satu bulan atau pihak BSI bisa memberi tau lokasi-lokasi distribusi dana infaq.

Berdasarkan beberapa teori didapatkan beberapa cara untuk mengukur kepercayaan nasabah yaitu : Pertama, sistem keluhan dan saran. Maksudnya seberapa banyak keluhan yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu, perlu adanya sistem keluhan dan usulan, dimana nasabah mengisi formulir keluhan dan memasukkan ke dalam kotak saran yang telah disediakan manajemen melalui karyawan atau pengawas dapat juga mencatat setiap keluhan yang dilontarkan oleh pelanggan dalam suatu periode tertentu.

Kedua, survey kepercayaan nasabah. Survey kepercayaan nasabah adalah sebuah kegiatan untuk mengetahui bagaimana keputusan nasabah dalam suatu periode. Dalam hal ini manajemen secara berkala perlu melakukan survey kepada nasabah, baik melalui wawancara maupun koesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan keputusan berinfaq dalam melakukan transaksi selama ini⁸.

Selain itu, ada pula nasabah yang belum mengetahui bahwa ada fitur infaq yang ada di dalam ATM BSI. Hal ini menjadi catatan kepada pihak BSI untuk lebih memasarkan dengan baik mengenai menu infaq yang ada di ATM BSI. Pemasaran yang baik bagi penulis yaitu menggunakan sosial media.

Sebagai situs jejaring, sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi. Karena komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Pada tingkat dasar, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan. Komunikasi dapat berusaha membujuk konsumen saat ini dan konsumen potensial agar berkeinginan masuk ke dalam hubungan pertukaran (exchange relationship)⁹.

1. Analisis faktor keputusan nasabah untuk berinfaq saat tarik tunai di ATM BSI cabang Jambi yang berbeda-beda
 - a. Faktor kepercayaan, maksudnya harapan positif nasabah terhadap infaq yang diberikan kepada pihak BSI namun masih ada nasabah yang ragu dengan pihak BSI dalam mengelola dana infaq. Berdasarkan teori ada 4 (empat) indikator kepercayaan yaitu:

- 1) Kehandalan, nasabah mengharapkan pihak BSI akan terus menerus melakukan transparansi terhadap dana infaq yang didapatkan.
 - 2) Kejujuran, nasabah mengharapkan kejujuran pihak BSI dengan memaparkan secara rinci perhitungan dana infaq.
 - 3) Kepedulian, nasabah mengharapkan pihak BSI memberikan tindakan nyata agar nasabah bisa lebih yakin dalam berinfaq melalui ATM BSI.
 - 4) Kredibilitas, nasabah mengharapkan pihak BSI mampu merespon kritik dan saran yang diberikan sehingga dapat membangun rasa kepercayaan nasabah.⁸
- b. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM) di ATM BSI masih kurang, maksudnya masih banyak nasabah yang belum mengetahui bahwa di ATM BSI bisa berinfaq, hal ini dikarenakan nasabah yang kurang teliti untuk membaca informasi-informasi yang diberikan pada mesin ATM.
 - c. Faktor niat, masih banyak nasabah yang belum memiliki niat untuk berinfaq di ATM BSI.
 - d. Faktor lokasi, maksudnya jumlah ATM BSI yang sedikit membuat beberapa nasabah yang memilih untuk menarik uang di ATM bank lain saja karena tidak sebanding jarak antara rumah dengan mesin ATM BSI.

5. Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang penulis lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan berupa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk berinfaq saat tarik tunai di ATM BSI adalah faktor transparansi, faktor kepercayaan, dan faktor pemasaran.

1. Faktor pertama yaitu faktor transparansi. Maksud dari faktor transparansi adalah nasabah masih belum mengetahui struktur pengelolaan, cara pengelolaan, dan distribusi dana infaq.
2. Faktor kedua yaitu faktor kepercayaan. Maksud faktor kepercayaan yaitu dengan pihak BSI tidak secara transparansi dari struktur pengelolaan sampai distribusi dana infaq membuat nasabah menjadi kurang percaya kepada pihak BSI untuk berinfaq di ATM BSI.
3. Faktor ketiga yaitu faktor pemasaran. Maksud dari faktor pemasaran adalah pihak BSI seharusnya lebih dilakukan pemasaran bahwa di ATM BSI ada produk infaq. Hal ini untuk memberikan informasi lebih luas kepada nasabah yang belum tau bahwa ada produk infaq di ATM BSI.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Nasabah
Saran penulis kepada nasabah adalah diharapkan bisa lebih memperhatikan lebih baik saat melaksanakan transaksi. Hal ini dapat membuat nasabah lebih bisa mengetahui macam-macam produk yang ditawarkan BSI baik di ATM mau pun di Mobile Banking bukan hanya produk infaq saja. Selain itu, diharapkan nasabah bisa dapat lebih mempercayai BSI untuk menyalurkan dana infaq. Hal ini dikarenakan dapat mempermudah nasabah untuk berinfaq. Jika nasabah tidak bisa ke ATM maka nasabah bisa berinfaq menggunakan Mobile Banking.
2. Pihak BSI
Saran yang dapat diberikan kepada pihak BSI adalah diharapkan pihak BSI bisa lebih transparansi terhadap pengelolaan dana infaq. Maksudnya pihak BSI bisa memberi tau melalui sosial media mengenai jumlah infaq yang didapatkan dalam satu bulan. Sehingga nasabah bisa lebih percaya untuk berinfaq di ATM BSI. Selain itu, diharapkan pihak BSI juga dapat memberikan informasi mengenai tempat-tempat penyaluran dana infaq yang sudah dikumpulkan. Hal ini dapat membuat daya tarik bagi masyarakat untuk membuka tabungan di BSI.

DAFTAR PUSTAKA

- (1) Uyun, Q. ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF SEBAGAI KONFIGURASI FILANTROPI ISLAM. *islamuna* **2015**, 2 (2), 218. <https://doi.org/10.19105/islamuna.v2i2.663>.
- (2) Wantoro, A. SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB UNTUK PENGELOLAAN PENERIMA DANA ZAKAT, INFAQ DAN SEDEKAH. *JTK* **2019**, 13 (2), 31. <https://doi.org/10.33365/jtk.v13i2.338>.

Keputusan Nasabah untuk Berinfaq saat Tarik Tunai di ATM (Automatic Teller Mechine) Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi (Dini Nurisma Juliyanti)

- (3) Rian Sukma Wahyudrajat, R. S. W.; Junaidi, J. Infaq Pembangunan Masjid Jami' Nurul Ikhlas. *ADIMAS* **2021**, 1 (1), 51–58. <https://doi.org/10.34306/adimas.v1i1.250>.
- (4) Kurniawan, M.; Sisdianto, E.; Ak, M. Pembimbing I Pembimbing II. 46.
- (5) Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- (6) Ulfa, A. Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *JIEI* **2021**, 7 (2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>.
- (7) wawancara 07-08 Juni 2022. Wawancara Dengan Nasabah Di Beberapa ATM BSI Cabang Jambi.
- (8) Hastuti, A. W. INFAQ TIDAK DAPAT DIKATEGORIKAN SEBAGAI PUNGUTAN LIAR. **2016**, 3 (1), 23.
- (9) Siswanto, T. Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *LQ* **2018**, 2 (1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>.