

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BANK JABAR BANTEN SYARIAH KCP BSD

Itsnaini Khairunnisa
Itsainikhairunnisa@gmail.com

Sylvia Rozza
sylvia_rozza@yahoo.com

Ach. Bakhrul Muchtasib
Elbayan1979@yahoo.com

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study aims to determine what factors affect the interest of non-Muslim customers in using Islamic bank savings products. And this research also aims to analyze the most dominant factors affecting the interest of non-Muslim customers in using Islamic bank savings products. The analytical method used is quantitative analysis. This analysis includes: validity and reliability testing, KMO test and Barlett Test and MSA (measures of sampling adequacy). The sample used in this study was 52 respondents. The result of the analysis shows that there are three variables formed from five variables, namely location, service quality, and religious stimuli, which influence the interest of non-Muslim customers in using islamic bank saving products. The result of this study is expected to be benefited for BSD Jabar Banten Sharia Bank in investigating factors that influence the customer intention to invest in islamic bank saving products.

Keywords: *Location Factor, Service Quality Factor, Religious Stimuli Factor, and Interest In Saving*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam menggunakan produk tabungan bank syariah. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan produk tabungan bank syariah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji KMO dan Barlett Test dan MSA (measures of sampling adequacy). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada tiga variabel yang terbentuk dari lima variabel yaitu, lokasi, kualitas pelayanan, dan religius stimuli. Yang mana mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam menggunakan produk tabungan bank syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi keuntungan untuk Bank Jabar Banten Syariah Kcp BSD dalam menyelidiki faktor-faktor yang bermaksud untuk mempengaruhi nasabah agar berinvestasi pada produk tabungan bank syariah.

Kata Kunci: *Faktor Lokasi, Faktor Kualitas Pelayanan, Faktor Religius Stimuli dan Minat Menabung*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia memiliki bank konvensional dan bank syariah. Walaupun mayoritas bangsa Indonesia adalah muslim tapi tidak menjamin bahwa seluruh warga muslim menggunakan jasa bank syariah yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Banyak warga muslim di Indonesia yang masih kurang

paham dengan apa itu bank syariah dan banyak dari mereka yang masih menggunakan jasa perbankan konvensional yang terdapat riba didalamnya. Kondisi ini sangat disayangkan dimana perbankan konvensional masih unggul di negara yang mayoritas muslim. Banyak dari warga muslim yang masih memakan riba yang sudah jelas haram hukumnya dalam surat al-baqarah pada ayat 275 yang berbunyi: "orang-

orang yang memakan riba tidak akan berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba."

Jumlah bank konvensional di Indonesia masih terlalu banyak bila dibandingkan dengan bank syariah. Meskipun begitu seiring waktu berjalan kemunculan bank syariah mulai dilirik oleh warga Indonesia. Perbankan syariah dianggap sebagai alternatif bagi orang yang mulai jenuh dengan keadaan perbankan konvensional yang mana sistem bank konvensional merupakan sistem kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang telah mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi yang berdampak pada tidak adanya pemerataan kekayaan dan menyebabkan kesengsaraan. Sampai saat ini masih banyak warga Indonesia yang bertanya apakah bank syariah hanya untuk masyarakat muslim. Apakah perbankan syariah merupakan pasar yang tertutup untuk orang non muslim, dikarenakan mayoritas warga Indonesia adalah Islam. Lambat laun kesadaran masyarakat bahwa bank konvensional bertentangan dengan agama karena adanya riba yang terdapat didalamnya. Larangan riba bukan hanya ada pada warga muslim tapi juga pada warga non muslim yang tertera pada al kitab surat yehezkiel:13 yang berbunyi: "memungut bunga uang dan mengambil riba, orang yang demikian tidak akan hidup. Segala kekejian ini dilakukannya, ia harus mati, darahnya tertimpa kepadanya sendiri.

Perkembangan bank syariah yang terus meningkat dari tahun ke tahun membuat bank syariah mengalami prospek yang pesat. Menurut data OJK, Bank syariah sendiri mulai dibentuk di Indonesia pada tanggal 1 November 1991 yaitu PT Bank Muamalat Indonesia. Sejak mula berkembangnya sistem perbankan syariah di Indonesia selama dua dekade, bank tersebut sudah banyak mengalami kemajuan baik dari aspek infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, maupun literasi masyarakat terhadap layanan

jasa keuangan syariah. Per juni 2015, industri perbankan syariah terdiri dari 12 bank umum syariah, 22 unit usaha syariah yang dimiliki oleh bank umum konvensional dan 162 BPRS dengan total aset sebesar Rp 273,494 triliun dengan pangsa pasar 4,61%. Khusus untuk wilayah Provinsi DKI Jakarta, total aset gross, pembiayaan, dan dana pihak ketiga (BUS dan UUS) masing-masing sebesar Rp. 201,397 Triliun, Rp. 85,410 Triliun dan Rp. 110,509 Triliun.

Keberhasilan perkembangan suatu bank bukan semata-mata hanya dari bantuan tangan pemerintah melainkan bank yang memberikan pelayanan prima terhadap nasabah itu sendiri. Bukan hal yang lumrah apabila nasabah menuntut pelayanan yang ramah, tepat pada sasaran, dan cepat dari suatu bank. Selain menuntut pelayanan prima dari pegawai bank, nasabah tentu ingin merasakan kenyamanan salah satunya tidak dipandang sebelah mata oleh para pegawai.

Ada hal yang perlu diperhatikan oleh jasa keuangan yang mana harus dilaksanakan demi eksistensinya sebuah bank terutama pada reputasi bank dan demi mendapatkan loyalitas dari nasabahnya. Yang pertama tidak membedakan nasabah dari segi sosial, selain itu juga para pegawai tidak membedakan dari segi agama, baik Islam maupun non muslim layanan yang diberikan juga harus sama dan tidak membandingkan satu sama lain. Kedua, tata krama yang sopan dan ramah akan membuat nasabah merasa nyaman terhadap bank syariah tersebut karena hal ini juga yang sedikit membedakan antara pelayanan bank syariah dengan bank konvensional. Ketiga, selalu memperbaiki kualitas SDM yang mana para karyawan harus lebih bisa menjelaskan sebuah produk dengan prinsip-prinsip syariah begitu juga dengan akad-akad yang tercantum pada produk, dengan harapan agar nasabah dapat mengerti dengan jelas produk yang ingin ia gunakan sehingga tidak akan ada kekecewaan yang menyebabkan ketidakpuasan nasabah terhadap bank syariah.

Walaupun di Indonesia warga muslim masih lebih banyak menguasai perbankan syariahnya bukan berarti tidak ada warga non muslim yang menjadi nasabah di dalam bank syariah tersebut. Contoh yang terjadi pada Bank BJB Syariah kcp BSD dimana nasabahnya tidak hanya muslim tapi juga ada nasabah non muslim yang membantu perkembangan perekonomian syariah di bank tersebut. Data jumlah nasabah yang diperoleh dari bank BJB Syariah kcp BSD dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Data Nasabah Muslim Tabungan Ib Masalah Bank BJBS

Nasabah	Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah		Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah	
	2016	2015	2016	2015
Muslim	1408	1550	1488	1648
Non Muslim	40	26	70	29
Total	1448	1576	1558	1677

Sumber: Data primer produk tabungan Bank BJB Syariah kcp BSD

Tabel 1.2 Data Nasabah Non Muslim Tabungan Ib Masalah

Periode	Jumlah nasabah tabungan Wadiah	Jumlah nasabah taungan mudharabah	Jumlah nasabah tabungan wadiah	Jumlah nasabah tabungan mudharabah
	2016	2016	2015	2015
Januari	2	3	1	2
Februari	2	3	2	2
Maret	2	4	2	2
April	3	4	2	2
Mei	3	4	2	2
Juni	3	4	2	2
Juli	3	6	2	2
Agustus	3	6	2	3
September	3	8	2	3
Oktober	5	9	3	3
November	5	9	3	3
Desember	6	9	3	3

Sumber: Data primer produk tabungan Bank BJB Syariah kcp BSD

Dari kedua data di atas, dapat disimpulkan bahwa ada penurunan jumlah nasabah pada tahun 2016. Tetapi pada tabel kedua sangat menarik untuk dibahas bahwa nasabah non muslim melonjak sangat pesat pada bank BJB Syariah ini di tahun 2016.

Menurut data OJK, bukan hanya di Indonesia hal itu terjadi. Di negara Singapura 60% dari nasabah yang ada di bank Islam Singapura adalah non muslim. Dari kondisi tersebut menarik untuk dikaitkan dengan minat nasabah non muslim yang memilih menggunakan jasa di bank Jabar Banten Syariah.

Permasalahan

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Faktor lokasi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk tabungan di Bank BJB Syariah KCP BSD?
2. Apakah Faktor kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk tabungan di Bank BJB Syariah KCP BSD?
3. Apakah Faktor religius stimuli memiliki pengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk tabungan di Bank BJB Syariah KCP BSD?
4. Apakah Faktor reputasi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk tabungan di Bank BJB Syariah KCP BSD?
5. Apakah Faktor promosi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk tabungan di Bank BJB Syariah KCP BSD?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor lokasi terhadap minat nasabah non muslim memilih produk

- tabungan pada bank BJB Syariah KCP BSD.
2. Untuk menganalisis faktor kualitas pelayanan terhadap minat nasabah non muslim memilih produk tabungan pada bank BJB Syariah KCP BSD.
 3. Untuk menganalisis faktor religius stimuli terhadap minat nasabah non muslim memilih produk tabungan pada bank BJB Syariah KCP BSD.
 4. Untuk menganalisis faktor reputasi terhadap minat nasabah non muslim memilih produk tabungan pada bank BJB Syariah KCP BSD.
 5. Untuk menganalisis faktor promosi terhadap minat nasabah non muslim memilih produk tabungan pada bank BJB Syariah KCP BSD.

TINJAUAN PUSTAKA

Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor lokasi yang baik adalah yang relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda, Swastha (2008).

Lokasi menurut Fajriyah dalam ifik *et al* (2016) adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi.

Kesimpulan yang diambil dari berbagai definisi diatas bahwa lokasi adalah salah satu faktor yang penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Letak suatu tempat bisnis yang strategis dapat memudahkan masyarakat dalam menemukan bangunan gedung yang dicarinya, dan juga dengan kendaraan transportasi yang mudah dijangkau.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Kotler dalam sumantri (2014) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Pengertian kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk, adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima, lupiyoadi (2006).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah kunci untuk tetap bertahannya suatu bank.

Religius Stimuli

Menurut Kadir dalam Andika (2015) religius stimuli merupakan faktor pengetahuan tentang keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi. Variabel ini memiliki dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama.

Larangan pemberlakuan bunga untuk umat Kristen secara umum dikeluarkan pada *Council of Vienne* menyatakan bahwa barang siapa menganggap bahwa bunga itu adalah sesuatu yang tidak berdosa, maka ia telah keluar dari agama kristen. Secara teologis cukup jelas bahwa, metode pengambilan bunga menafikan andil Tuhan dan meletakkan ekonomi semata-mata dalam kekuasaan manusia.

Berkaitan dengan pelarangan riba yang universal, persepsi bahwa jasa-jasa perbankan Islam erat kaitannya dengan ritual keagamaan dalam Islam adalah salah. Bank syariah boleh memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah non-muslim, dan sebaliknya nasabah non-muslim boleh menyimpan dananya di bank syariah. Bahkan menurut Sjahdeni dalam Andika (2015) di beberapa bank besar di Amerika dan Eropa telah memiliki *Islamic window*.

Reputasi

Menurut Mukherie dan Nath dalam Andika (2015) reputasi merupakan keseluruhan kualitas dan karakter yang dapat dilihat atau dinilai secara umum oleh masyarakat.

Reputasi perusahaan adalah suatu hal yang diakui sangat bernilai karena mempengaruhi

citra perusahaan di mata pihak lain, Winkleman (1999).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa reputasi merupakan nama baik suatu bank yang mana kualitas dan karakter suatu bank itu dapat dinilai langsung oleh masyarakat.

Promosi

Definisi promosi menurut Kasmir dalam Andika (2015) adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran membeli produk tersebut, Kotler (2008).

Upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Jadi, Promosi merupakan salah satu cara untuk memberitahukan produk kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-kuantitatif yang diawali dengan pengumpulan data lapangan (kuesioner) yang bersifat kuantitatif dan disusun secara sistematis, kemudian diolah dengan alat bantu program *Statistical Product and Service Solusion* (SPSS) 24.0 for windows. Setelah diketahui hasilnya kemudian diartikan dengan memberikan gambaran dan penjelasan mengenai analisis faktor-faktor lokasi, kualitas pelayanan, religius stimuli, reputasi, dan promosi terhadap minat Nasabah non muslim memilih produk tabungan Bank BJB Syariah KCP BSD.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. yang diambil dari hasil kuesioner ataupun angket dari nasabah non muslim yang menggunakan produk tabungan pada bank tersebut.

Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling* yaitu hanya terdiri dari nasabah non muslim yang menggunakan produk tabungan pada bank BJB Syariah KCP BSD.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji analisis faktor.

PEMBAHASAN

Hasil Uji analisis faktor terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan produk tabungan Bank BJB Syariah

Hasil menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang terbentuk dari 5 faktor yang telah diuji. Berikut adalah penjelasan dari tiga faktor yang terbentuk:

Faktor 1: terdiri dari place, accesibility, dan visibility. Faktor tersebut adalah faktor lokasi.

Faktor lokasi menjadi bagian penting dalam faktor minat non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Lokasi bank BJB Syariah kcp BSD sangat strategis karena letaknya yang berada di pinggir jalan, jangkauan yang mudah terlihat dan mudah dilalui angkutan umum. Maka hal ini menjadi minat nasabah non muslim untuk menabung di bank BJB Syariah kcp BSD.

Faktor 2: terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Faktor tersebut adalah faktor kualitas pelayanan.

Faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menabung di bank syariah, karena pelayanan dengan kualitas prima memberikan kenyamanan tersendiri bagi para nasabah non muslim di bank syariah.

Faktor 3: terdiri dari produk tabungan bebas riba dan ketaatan agama terhadap pelarangan riba. Faktor tersebut adalah faktor religius stimuli.

Faktor religius stimuli merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menabung di bank syariah. Adanya pelarangan riba dalam setiap agama menambah minat nasabah non muslim dalam menggunakan produk tabungan bank syariah. Perbedaan ini sangat mencolok dengan bank konvensional dimana penggunaan riba secara terang-terangan terhadap nasabah. Masih banyak warga non muslim yang masih menganggap bahwa riba itu benar-benar haram.

KESIMPULAN

1. Dari 5 faktor terdapat 15 item yang sudah diuji, yang lolos uji anti image matriks terdapat tiga faktor yang terbentuk yaitu faktor lokasi, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religius stimuli. Hal ini mengindikasikan bahwa minat non muslim menabung di bank syariah utamanya dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu faktor lokasi, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religius stimuli.
2. Dari tiga faktor yang terbentuk, faktor yang paling dominan mempengaruhi minat tersebut adalah faktor religius stimuli dengan component transformation matrix yang terbesar. Dengan kata lain warga non muslim masih berpegang teguh terhadap pelarangan agama untuk menjauhi riba.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii. (2001). *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*. Jakarta. Gema Insani
- Andika, Randy. (2015). *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing, (Bagi Hasil), Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Jakarta. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah
- Evelina, Handoyo, dan Listyorini. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi*. Jurnal Sosial dan Politik, Hal 1-11, 2012.

- Ghozali.(2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Adi, lupiyo.(2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Sejarah Perbankan Syariah*. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx>, diakses pada tanggal 19 Januari 2018 pukul 23.00 WIB.
- Cosynook. (2013). *Teori Minat*. <https://cosynook.wordpress.com/2013/02/14/teori-minat/> diakses pada tanggal 19 Januari 2018 pukul 23.00 WIB.
- Karya. (2011). *Pemilihan Lokasi Strategis*. <https://karya2011.wordpress.com/2011/01/21/pemilihan-lokasi-strategis/> diakses pada tanggal 22 Januari 2018 pukul 14.00 WIB.
- Jacobus, Rico. (2012). *Model Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) Parasuraman*. <http://setabasri01.blogspot.com/2011/04/service-quality-akronimnya-servqual.html> diakses pada tanggal 22 Januari 2018 pukul 14.00 WIB.
- Machmudah, Rifa'atul. (2009). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah*. Skripsi IAIN Semarang
- Mursito, Herdian (2014). *Keunggulan Sistem Perbankan Syariah*. <https://www.kompasiana.com/ianmursito/54f3cdd4745513902b6c7f39/keunggulan-sistem-perbankan-syariah-perbandingan-%20dengan-sistem-konvensional/> diakses pada tanggal 22 Januari 2018 pukul 14.00 WIB.
- Saidani dan Arifin.(2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset

- Manajemen Sains Indonesia, Vol.3 No.1, 2012.
- Sjahdeini, Sutan Remy. (1999). *Perbankan Syariah dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta. PT Pustaka Utama Grafiti.
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sumitro, Warkum. (2004). *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BAMUI, Takaful, dan Pasar Modal Syariah) di Indonesia*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty Yogyakarta