

*Nurhafid Ishari
Aditya Rizki*

ARGUMENTASI NASABAH NON-MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG LUMAJANG

Nurhafid Ishari
Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia
e-mail: hafid.ishari@gmail.com

Aditya Rizki
Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia
e-mail: aditya2017@gmail.com

Abstract:

The rapid development of sharia banking is not only supported by government regulation but also supported by the quality and service of sharia banking which is getting better. The service, quality, variety of products, minimization of risk that gives profit to customers and the professionalism of sharia banking managers that are increasingly improving now make sharia banking can slowly compete with conventional banking professionally. Sharia banking that proved to be more just and profitable is now growing and gain the trust of the wider community, in this case not only Muslim community but also non-Muslim community.

This research uses quantitative method, with field research approach and is descriptive. Technique of collecting data using questioner with sampling technique used is convenience sampling technique. The data analysis uses descriptive statistics, by determining the mean using the mode.

The result of this research is the argumentation of non-Muslim customers to customers in syariah banking especially in Bank Syariah Mandiri Lumajang Branch Office there are six factors that are cultural factor, social class factor, learning experience factor, personality factor, self concept factor, attitude and belief factor. The most prompting factor for non-Muslim customers to choose Bank Syariah Mandiri Lumajang Branch Office is a cultural factor in the sixth indicator of service related to Bank Syariah Mandiri.

Keywords: arguments of non-Muslim customers.

Pendahuluan

Perbankan Syariah secara global tumbuh dengan kecepatan antara 10 %-15% per-tahun, dan menunjukkan tanda-tanda pertumbuhan yang konsisten di masa depan. Perbankan Syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah secara formal mengesahkan dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan pada UU No.7 Tahun 1992 yang kemudian diubah dalam UU No.10 Tahun 1998 serta UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Undang-undang tersebut merupakan dasar hukum secara formal yang merupakan penegasan dari Bank Indonesia dalam menjamin kelegalan bank syariah. Melalui undang-undang tersebut selanjutnya bank syariah mempunyai keluasaan gerak yang dinaungi oleh undang-undang.¹

Perkembangan perbankan syariah yang pesat ini tidak semata-mata karena dukungan regulasi pemerintah saja akan tetapi didukung oleh kualitas serta pelayanan perbankan syariah yang semakin membaik. Pelayanan, kualitas, variasi produk, minimalisasi resiko yang memberikan keuntungan pada nasabah serta profesionalisme pengelola perbankan syariah yang semakin mengalami perbaikan kini membuat perbankan syariah perlahan bisa bersaing dengan perbankan konvensional secara profesional. Perbankan syariah terbukti lebih bisa memberi keuntungan kepada nasabah karena dalam operasionalnya lebih hati-hati tidak mengandalkan spekulasi yang justru bisa mendatangkan resiko fatal bagi nasabah. Prinsip syariah yang terbukti lebih menguntungkan tersebut diakui oleh seorang non-muslim.²

Perbankan Syariah hanya melakukan investasi yang halal menurut hukum islam, memakai prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa. Memakai

¹M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 5.

² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2011), 231.

orientasi keuntungan dan kebahagiaan dunia dan akhirat sesuai ajaran islam, membangun hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan, menghimpun dan menyalurkan dana sesuai fatwa Dewan Pengawas Syariah. Prinsip perbankan syariah bertujuan membawa kemaslahatan bagi nasabah karena menjanjikan keadilan yang sesuai dengan syariah dalam sistem ekonominya.³

Perbankan Syariah menawarkan berbagai produk dan jasa bank berdasarkan prinsip syariah islam. Namun demikian, nasabah bank syariah, tidak hanya kalangan muslim saja, akan tetapi datang dari berbagai agama atau kalangan non-muslim, oleh karena itu bank syariah terpacu untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar mampu bersaing dengan bank konvensional yang telah lebih dahulu menguasai pasar.⁴

Perbankan Syariah memberikan layanan bebas riba kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang, dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis, riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman sesuai dengan jangka waktu peminjaman dan jumlah pinjamannya.⁵

Perbankan Syariah sudah mengalami kemajuan dan memberikan keuntungan yang menjanjikan bagi para investor dan nasabah yang menginvestasikan dananya di bank syariah. Ini ditunjukkan dengan mulai banyak berdirinya perbankan syariah di Indonesia. Seperti BRI Syariah, BNI Syariah, BCA Syariah, CIMB Niaga Syariah, serta Bank Syariah Mandiri (BSM).

³Ibid., 05.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011),vi.

⁵ Dumairi Nor, *Ekonomi Syariah Versi Salaf*, (Sidogiri: Pustaka Sidogiri, 2007), 40.

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang memiliki Cabang dan Kantor yang terbesar diseluruh Indonesia. Bank Mandiri Syariah memiliki visi, misi dan budaya perusahaan. Visi Bank Syariah Mandiri adalah memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia. Artinya, menjadi pemimpin dalam mengembangkan ekonomi islam. Ekonomi yang berdasarkan al-Qur'an dan al-Hadis sebagai acuan bagi lembaga keuangan yang bebas bunga, serta menjadi pelopor bagi lembaga keuangan syariah tidak hanya di Indonesia tetapi di dunia.⁶

Bank Syariah Mandiri Cabang Lumajang merupakan perusahaan perseroan yang bergerak di bidang usaha perbankan syariah. Pada tanggal 1 Nopember 2010 merupakan awal operasionalisasi lembaga keuangan syariah ini dengan beralamat di jalan PB. Sudirman N0. 45 Lumajang. Bank Syariah Mandiri Cabang Lumajang hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani sebagai landasan kegiatan operasionalnya. Harmoni anatar idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri Cabang Lumajang hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang merupakan salah satu kantor cabang yang beroperasi kurang lebih 7 tahun. Meskipun Bank Syariah Mandiri Cabang Lumajang yang baru beroperasi pertumbuhannya cukup signifikan, jumlah nasabah yang menabung dan melakukan transaksi lainnya semakin meningkat dan berkembang pesat, baik dalam funding dan landing dana masyarakat. Lokasi kantor strategis

⁶Nur Aini, *Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Prestasi Kerja Karyawan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang* (Lumajang: IAI Syarifuddin, 2015), 04.

yang terletak dekat dengan jantung kota Lumajang yang menunjang pertumbuhan yang semakin hari semakin pesat.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang memiliki aktivitas umum operasional terbagi menjadi tiga produk, yakni produk menghimpun dana, produk jasa dan produk menyalurkan dana. Didalam produk menghimpun dana terdapat aktivitas operasional dana seperti giro, deposito dan tabungan. Didalam produk jasa terdapat jual beli valuta asing (*sharf*) dan titipan (*wadi'ah*), sedangkan produk penyaluran dana (*financing*) secara garis besar meliputi: Pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dan pembiayaan dengan akad pelengkap.

Pengelolaan perbankan syariah khususnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang yang berlandaskan prinsip syariah Islam terbukti bisa lebih adil dan memberikan keuntungan bagi nasabah. Hal ini karena Bank Syariah Mandiri dalam operasionalnya tidak menggunakan prinsip bunga tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Dengan prinsip bagi hasil maka perbankan syariah berpijak pada sektor riil dan hal ini mengakibatkan bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis. Ketika bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis maka dana *funding* dari nasabah akan tetap terjaga keamanannya.

Perbankan Syariah khususnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang yang terbukti lebih adil dan menguntungkan tersebut kini semakin berkembang serta memperoleh kepercayaan dari masyarakat luas, dalam hal ini tidak hanya masyarakat muslim saja tetapi juga masyarakat non-muslim. Oleh karena itu saat ini semakin bertambah banyak masyarakat non-muslim yang mempercayakan aktivitas perekonomian mereka kepada bank syariah. Padahal masyarakat non-muslim mempunyai prinsip ajaran sendiri dalam mengatur kehidupan antar sesama manusia.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang perlu untuk dikaji lebih lanjut adalah mengenai alasan nasabah non-muslim menjadi nasabah perbankan syariah, sehingga dipandang perlu untuk mengadakan sebuah penelitian yang berhubungan dengan argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang.

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena dalam penelitian ini ingin mengetahui tentang alasan atau argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah bank syariah yang dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, dan penafsiran data tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah riset lapangan (*field research*) dan bersifat deskriptif.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah non-muslim di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang. Pengambilan sampel yang tepat merupakan salah satu teknik dalam penelitian, dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*, metode ini memilih sampel dari elemen populasi (orang atau kejadian) yang datanya mudah diperoleh peneliti. Semisal dengan cara menunggu responden (nasabah non-muslim) yang bersedia mengisi kuesioner di tempat responden menjadi nasabah, tepatnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang.

Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data penelitian diperlukan alat yang disebut instrumen penelitian. Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa macam instrumen penelitian salah satunya adalah dengan cara kuesioner.

Kuesioner atau angket merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, seperti

preferensi, keyakinan, minat dan perilaku. Untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan angket ini, peneliti tidak harus bertemu langsung dengan subyek, tetapi cukup dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk mendapatkan respon.⁷

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Instrumen ini digunakan untuk mengetahui dan memahami tentang alasan atau argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang.⁸

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, dengan menentukan rata-rata menggunakan modus. Modus adalah nilai yang memiliki frekuensi terbanyak dalam seperangkat data, atau penjelasan tentang suatu kelompok data dengan menggunakan nilai yang sering muncul dalam kelompok data tersebut.⁹

Modus yang dipakai dalam penelitian ini adalah modus data tunggal, yaitu modus yang memiliki data tunggal yang mana rumusnya adalah dengan menggunakan nilai yang sering muncul dalam kelompok data tersebut, atau bisa dikatakan juga nilai yang populer dalam sekelompok data.¹⁰

Pembahasan

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang merupakan bank yang pengelolaannya menggunakan prinsip syariah islam. Meskipun dalam pengelolaannya menggunakan prinsip syariah, ternyata hal ini

⁷Tukiran Taniredja & Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 44.

⁸ Boedi Abdullah & Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamala*(Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 201.

⁹ Ibid., 96.

¹⁰ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 98.

tidak menjadi penghalang bagi nasabah non-muslim untuk berpartisipasi menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang merupakan salah satu kantor cabang yang beroperasi kurang lebih 7 tahun. Meskipun Bank Syariah Mandiri Cabang Lumajang yang baru beroperasi pertumbuhannya cukup signifikan, jumlah nasabah yang menabung dan melakukan transaksi lainnya semakin meningkat dan berkembang pesat, baik dalam funding dan landing dana masyarakat. Lokasi kantor strategis yang terletak dekat dengan jantung kota Lumajang yang menunjang pertumbuhan yang semakin hari semakin pesat.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang memiliki aktivitas umum operasional terbagi menjadi tiga produk, yakni produk menghimpun dana, produk jasa dan produk menyalurkan dana. Didalam produk menghimpun dana terdapat aktivitas operasional dana seperti giro, deposito dan tabungan. Didalam produk jasa terdapat jual beli valuta asing (*sharf*) dan titipan (*wadi'ah*), sedangkan produk penyaluran dana (*financing*) secara garis besar meliputi: Pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dan pembiayaan dengan akad pelengkap.

Pengelolaan perbankan syariah khususnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang yang berlandaskan prinsip syariah Islam terbukti bisa lebih adil dan memberikan keuntungan bagi nasabah. Hal ini karena Bank Syariah Mandiri dalam operasionalnya tidak menggunakan prinsip bunga tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Dengan prinsip bagi hasil maka perbankan syariah berpijak pada sektor riil dan hal ini mengakibatkan bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis. Ketika bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis maka dana *funding* dari nasabah akan tetap terjaga keamanannya.

Pengambilan sampel penelitian nasabah non-muslim diawali wawancara bersama *customer service* selaku pihak yang melakukan pendataan terhadap nasabah. Terkait jumlah nasabah non-muslim di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang *customer service* menjelaskan bahwa terdapat beberapa nasabah non-muslim di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang, berkenaan tentang jumlah yang pasti nasabah non-muslim *customer service* tidak memberikan data yang pasti karena antara data nasabah muslim dan nasabah non-muslim menjadi satu, akan mendapatkan data yang pasti dengan cara memilah data antara nasabah non-muslim dengan data nasabah muslim, dan itu akan membutuhkan waktu yang lumayan lama. Oleh karena itu data yang diberikan oleh *customer service* masih belum pasti, data nasabah non-muslim yang diberikan sebanyak 31 nasabah non-muslim yang menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang.

Dalam mendapatkan argumentasi nasabah non-muslim melalui kuesioner yang telah disebar, dapat diketahui alasan nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Lumajang. Didalam kuesioner terdapat 16 pertanyaan, yang mana pertanyaan-pertanyaan tersebut diambil dari 2 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor sosial budaya (faktor external) dan faktor psikologis (faktor internal). Dari dua faktor itulah terbentuk 8 variabel dan 16 indikator.

8 variabel dan 16 indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel budaya, dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Ilmu pengetahuan
 - b. Kepercayaan
 - c. Seni
 - d. Moral
 - e. Adat
 - f. Kebiasaan

- g. Norma yang berlaku
- 2. Variabel kelas sosial, indikatornya terkait promosi perbankan.
- 3. Variabel kelompok anutan, dengan indikator terkait fasilitas perbankan.
- 4. Variabel keluarga, indikatornya terkait fasilitas perbankan.
- 5. Variabel pengalaman belajar, indikator dari variabel ini terkait teknologi perbankan.
- 6. Variabel kepribadian, terdapat dua indikator yaitu:
 - a. Faktor internal
 - b. Faktor eksternal
- 7. Variabel sikap dan keyakinan, di dalam variabel ini di pilah menjadi dua indikator yakni:
 - a. Sikap
 - b. Keyakinan
- 8. Variabel konsep diri, dengan indikator terkait produk yang ditawarkan.

Di dalam kuesioner responden diberikan pertanyaan mengenai penilaian ataupun tanggapan mereka terhadap item-item pertanyaan. Jawaban responden terhadap item-item pertanyaan di dalam angket bersifat terbuka. Berbagai item pertanyaan angket diambil dari telaah berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah pada kajian teori dan penelitian terdahulu. Setelah itu melakukan reduksi data hasil penelitian terdahulu dengan mengelompokkan berbagai argumen atau faktor yang mempengaruhi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Hasil analisis data ditemukan argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah, dari 16 pertanyaan terhadap 31 responden terdapat berbagai macam jawaban. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan berkenaan tentang argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah, terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu sebagaimana berikut:

Faktor Budaya

Dalam faktor budaya ini merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Dalam ilmu pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan tentang bebasnya sistem riba yang berada di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 5 orang responden yang menyatakan pengetahuan tentang bebasnya sistem riba di perbankan syariah, sedangkan 26 orang responden menyatakan ketidaktahuan tentang hal itu. Hal ini dapat dinyatakan sistem bebas riba yang ada di perbankan syariah tidak mempengaruhi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Kepercayaan yang dimaksud disini adalah meyakini akan sistem keuangan bank yang sehat di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 24 orang responden menyatakan akan sistem keuangan bank yang sehat di perbankan syariah dan 7 orang responden menyatakan ketidak tahuan tentang hal tersebut. Hal ini menyatakan sistem keuangan bank yang sehat di perbankan syariah menjadi salah satu argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Faktor budaya yang selanjutnya tentang seni, yang dimaksud adalah keindahan dan kenyamanan ruangan di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 28 orang responden yang menyatakan keindahan dan kenyamanan berada di ruangan perbankan syariah, sedangkan 3 orang responden menyatakan hal yang sebaliknya. Dari hasil data tersebut dapat dinyatakan keindahan dan kenyamanan berada di ruangan perbankan syariah menjadi salah satu argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Moral menjadi salah satu dari faktor budaya yang diartikan budi pekerti dan keramahan *teller* dan *customer service* di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 29 orang responden menyatakan kenyamanan

atas pelayanan *teller* dan *customer service* di perbankan syariah sedangkan 2 orang responden menyatakan ketidakpuasan tentang layanan yang ada di perbankan syariah. Dari data analisis tersebut dapat dinyatakan faktor pelayanan *teller* dan *customer service* di perbankan syariah menjadi salah satu alasan nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Faktor budaya yang selanjutnya adalah adat, yang dimaksud disini adalah tentang transaksi yang dilakukan oleh perbankan syariah bersifat transaksi yang halal. Dari analisis data terdapat 9 orang responden menyatakan pengetahuan mereka tentang transaksi yang halal di perbankan syariah, sedangkan 22 orang responden menyatakan ketidaktahuan tentang hal itu. Hal ini menunjukkan tentang transaksi halal yang berada di perbankan syariah tidak ada kaitannya dengan alasan nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbanka syariah.

Kebiasaan yang dimaksud adalah layanan yang berada di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 20 orang responden menyatakan kepuasan atas layanan yang berada di perbankan syariah, 11 orang menyatakan ketidakpuasan tentang hal tersebut. Dari analisis ini dapat dinyatakan, nasabah non-muslim memilih perbankan syariah atas dasar pelayanan yang ada diperbankan syariah.

Faktor budaya yang terakhir terkait tentang norma yang berlaku di masyarakat, yang dimaksud disini adalah tentang adanya Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi berjalannya transaksi di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 25 orang responden menyatakan ketidaktahuan tentang Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi berjalannya transaksi di perbankan syariah, sedangkan 6 orang responden menyatakan pengetahuan tentang Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi berjalannya transaksi di perbankan syariah. Hal ini menunjukkan adanya Dewan Pengawas Syariah di perbankan syariah

tidak mempengaruhi argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial yang dimaksud disini adalah promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah sudah di infokan ke berbagai lapisan masyarakat baik kelas menengah keatas maupun kelas menengah kebawah. Dari analisis data terdapat 19 orang responden menyatakan promosi yang dilakukan perbankan syariah sudah menyebar ke berbagai kalangan di masyarakat, sedangkan 12 orang responden menyatakan belum menyebar luas. Dari analisa ini dapat dinyatakan bahwa nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah melalui promosi yang dilakukan perbankan syariah sampai terhadap non-muslim, sehingga non-muslim berminat menjadi nasabahnya.

Faktor Kelompok Anutan

Faktor kelompok anutan ini adalah fasilitas online yang berada di perbankan syariah yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dari analisis data terdapat 15 orang responden menyatakan fasilitas online yang berada di perbankan syariah sudah memuaskan nasabah akan tetapi 16 orang responden menyatakan nasabah belum merasa puas akan sistem online di perbankan syariah. Dari analisa tersebut dapat dinyatakan argumentasi nasabah non-muslim terkait menjadi nasabah di perbankan syariah bukan karena fasilitas online yang berada disana, akan tetapi dengan alasan atau faktor yang lainnya.

Faktor Keluarga

Faktor keluarga yang dimaksud disini adalah fasilitas ATM yang memudahkan keluarga dalam pengambilan uang di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 15 orang responden menyatakan fasilitas ATM yang berada di perbankan syariah sudah memuaskan nasabah akan tetapi 16 orang responden menyatakan nasabah belum merasa puas akan

fasilitas ATM di perbankan syariah. Dari analisa tersebut dapat dinyatakan argumentasi nasabah non-muslim terkait menjadi nasabah di perbankan syariah bukan karena fasilitas ATM yang berada di perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan lebih banyak nasabah non-muslim yang memilih tidak puas akan fasilitas ATM.

Faktor Pengalaman Belajar

Faktor ini yang dimaksud adalah pengetahuan tentang teknologi perbankan syariah yang canggih. Dari analisis data terdapat 19 orang responden yang menyatakan bahwa di perbankan syariah sistem teknologinya sudah canggih, sedangkan 12 orang responden menyatakan belum mengakui akan sistem teknologi perbankan syariah yang sudah canggih. Dari analisa tersebut dapat dinyatakan sistem teknologi perbankan syariah yang canggih menjadi salah satu pemicu nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian ini terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor external. Faktor internal yang dimaksud adalah tentang adanya peluang mendapatkan hadiah dari perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 13 orang responden menyatakan adanya peluang hadiah di perbankan syariah, akan tetapi 18 orang responden menyatakan hal yang sebaliknya. Hal ini dapat dinyatakan nasabah non-muslim minat terhadap perbankan syariah bukan karena peluang hadiah yang besar.

Faktor internal yang dimaksud adalah lokasi atau letak kantor perbankan syariah yang strategis. Dari analisis data terdapat 27 orang responden menyatakan letak kantor perbankan syariah khususnya Bank Syariah Mandiri sangat strategis dan mudah dijangkau, sedangkan 4 orang responden menyatakan hal yang sebaliknya. Dari analisa tersebut dapat dinyatakan nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan

syariah salah satunya disebabkan letak kantor yang strategis dan mudah dijangkau.

Faktor Sikap dan Keyakinan

Faktor sikap dan keyakinan ini dipilah menjadi dua yaitu faktor sikap dan faktor keyakinan. Faktor sikap yaitu layanan satpam yang berada di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 23 orang responden yang menyatakan bahwa satpam yang berada di perbankan syariah ramah, sopan dan sesungguhnya-sungguh dalam melayani nasabah, sedangkan 8 orang responden menyatakan hal yang sebaliknya. Dari analisa tersebut dapat dinyatakan layanan satpam yang berada di perbankan syariah menjadi salah satu alasan nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah.

Faktor keyakinan yang dimaksud disini adalah ringannya biaya administrasi yang berada di perbankan syariah. Dari analisis data terdapat 12 orang responden menyatakan biaya administrasi di perbankan syariah ringan, akan tetapi 19 orang responden menyatakan biaya administrasi di perbankan syariah tidak ringan. Dari analisa tersebut dapat dinyatakan bahwasannya biaya administrasi yang berada di perbankan syariah tidak menjadi alasan kenapa nasabah non-muslim memilih perbankan syariah dalam penyimpanan maupun penyaluran dananya. Hal ini dapat dibuktikan dari lebih banyaknya nasabah non-muslim memilih biaya administrasi yang berada di perbankan syariah tidak ringan.

Faktor Konsep Diri

Faktor konsep diri yang dimaksud disini adalah tentang produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah yang bervariasi. Dari analisis data terdapat 17 orang responden menyatakan produk di perbankan syariah bermacam-macam, sedangkan 14 orang responden menyatakan produk di perbankan syariah tidak bermacam-macam. Dari analisa

tersebut dapat dinyatakan bahwasannya salah satu argumentasi atau alasan nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah dikarenakan banyaknya produk di perbankan syariah. Seperti produk penyimpanan dana, penyaluran dana dan produk jasa.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri dengan 31 responden untuk memilih bertransaksi di perbankan syariah, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya argumentasi nasabah non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah khususnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang terdapat enam faktor, yaitu:

1. Faktor budaya
 - a. Faktor budaya pada indikator kedua yakni tentang keyakinan akan sistem keuangan bank yang sehat di Bank Syariah Mandiri.
 - b. Faktor budaya pada indikator keempat yakni terkait pelayanan teller dan customer service terhadap nasabah.
 - c. Faktor budaya pada indikator ketiga yakni terkait tentang ruangan di Bank Syariah Mandiri yang aman dan nyaman.
 - d. Faktor budaya pada indikator keenam yakni terkait layanan yang berada di Bank Syariah Mandiri.
2. Faktor kelas sosial yakni terkait info Bank Syariah Mandiri sudah diinfokan ke berbagai lapisan masyarakat baik kelas menengah keatas maupun kelas menengah kebawah.
3. Faktor pengalaman belajar yakni terkait kecanggihan teknologi yang digunakan di Bank Syariah Mandiri.
4. Faktor kepribadian pada indikator kedua yakni terkait lokasi Bank Syariah Mandiri yang strategis dan mudah dijangkau.

5. Faktor sikap dan keyakinan pada indikator pertama yakni terkait pelayanan satpam di Bank Syariah Mandiri.
6. Faktor konsep diri yakni terkait variasi produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Boedi & Beni Ahmad Saebani. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aini, Nur. 2015. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Prestasi Kerja Karyawan di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Lumajang*. Lumajang: IAI Syarifuddin.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad, 2011. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.
- Nor, Dumairi. 2007. *Ekonomi Syariah Versi Salaf*. Sidogiri: Pustaka Sidogiri.
- Sugiono, 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Taniredja, Tukiran & Hidayati Mustafidah. 2014. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.