

**PREFERENSI NASABAH NON-MUSLIM TERHADAP BANK SYARIAH: STUDI KUALITATIF**

## PREFERENCES OF NON-MUSLIM CUSTOMERS TO SHARIA BANKS: QUALITATIVE STUDIES

**<sup>1</sup>Aqdhiat Pradipta, <sup>2</sup>Sugeng Hariadi, <sup>3</sup>Mintarti Ariani**<sup>1,2,3</sup> *Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Surabaya, Jl. Raya Kalirungkut Surabaya 60293*email: <sup>1</sup>aqdhiatjoker@yahoo.com; <sup>2</sup>ssihar@gmail.com;<sup>3</sup>smintarti.ariani@staff.ubaya.ac.id;

**Abstract.** *This study aims to determine the development of non-Muslim customers in Syariah banking. To know this, conducted a study on the behavior of non-Muslim customers in sharia banking in choosing mudharabah savings products. This research uses qualitative approach and triangulation method to obtain primary data. Phenomenology method is done by direct in-depth interviews of non-Muslim customers related to deposits in Bank Syariah. Factors that influence the interest of non-Muslim customers are the mindset of the Islamic bank, the knowledge about the prohibition of usury and the profit earned if it becomes a customer of sharia bank. The result of analysis from 6 respondents shows that there is dominant influence from the behavior of non-Muslim customers in choosing mudharabah deposit products in sharia banking. This study was conducted to increase interest in sharia bank products. Thus, sharia banking products can compete with conventional banks.*

**Keywords:** *Non-Muslim Customer, Shariah Banking, Mudharabah*

**Abstrak.** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan nasabah non-muslim di perbankan Syariah. Untuk mengetahui hal tersebut, dilakukan penelitian terhadap perilaku nasabah non-muslim di perbankan syariah dalam memilih produk simpanan mudharabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode triangulasi untuk memperoleh data primer. Metode fenomenologi dilakukan dengan cara wawancara mendalam secara langsung nasabah non-muslim terkait simpanan di Bank Syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non-muslim adalah pola pikir terhadap bank Islam, pengetahuan tentang larangan riba dan keuntungan yang didapat jika menjadi nasabah bank syariah. Hasil analisis dari 6 responden menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang mendominasi dari perilaku nasabah non-muslim dalam memilih produk simpanan mudharabah di perbankan syariah. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan minat terhadap produk-produk bank syariah. Dengan demikian, produk-produk perbankan syariah bisa bersaing dengan bank konvensional. Kata Kunci: Model Endapan, Karakteristik Lokasi, Good Mining Practice*

**Kata Kunci:** *Nasabah Non-Muslim, Bank Syariah, Mudharabah*

## 1. Pendahuluan

Pada zaman yang semakin maju ini banyak sekali perkembangan terjadi begitu cepat meliputi kemajuan teknologi, gaya hidup, dunia usaha yang seakan tak akan pernah pupus. Begitu juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak kalah jauh berkembang dengan industri di sekitarnya. Perkembangan yang terjadi di industri perbankan dapat terjadi karena penyesuaian zaman serta adanya masukan dari masyarakat demi terpenuhi kebutuhan hidup.

Indonesia merupakan negara berketuhanan yang menjunjung tinggi kebebasan beragama. Ketentuan ini ditegaskan dalam Pancasila sila pertama, yaitu “Ketuhanan Yang Maha Esa” dan Undang-undang Dasar 1945 pasal 29 ayat (2), yaitu: “Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu”. Saat ini terdapat enam agama resmi (yang diakui secara hukum) di Indonesia, yaitu: Islam, Kristen Protestan, Kristen Katolik, Hindu, Buddha, dan Kong Hu Chu. Tidak dapat dipungkiri pola pikir fanatisme agama masih kental di masyarakat Indonesia. Sehingga persepsi perbankan syariah sendiri hanya dipahami oleh kaum muslim saja (Antonio, 2001). Meskipun dipahami oleh muslim, sistem perbankan syariah masih dianggap kurang menguntungkan dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional. Faktor lain yang mempengaruhi seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah bank adalah reputasi. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank akan dipandang dengan reputasi baik apabila bank itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baik dimata masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya pada 2000 membagi faktor yang mempengaruhi *Bank customer's decisions process* yaitu (1) *Marketing Stimuli (Product, Price, Promotion, place)*; (2) *Other Stimuli (Economy)*; dan (3) *Bank Customer's Characteristics (Cultural, Social, Personal, Psychological)*.

Responden yang sudah menjadi nasabah bank Syariah (www.wikipedia.org, 2016), sebagian besar sudah memahami bank syariah, baik secara penuh (58,3%) maupun secara sebagian (25%). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih bank syariah antara lain; (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam Menyimpan Kekayaan, (11) Perilaku pasca pembelian, (12) Promosi Langsung, dan (13) Agama (Sciffman, 2008).

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan putusan nasabah untuk menggunakan jasa bank Syariah (Al Arif, 2003; Wiroso, 2009). Untuk itu, sangat penting bagi setiap bank untuk memperhatikan hal tersebut demi kelangsungan lembaga tersebut (Kasmir, 2008). Diminati atau tidak suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap, dan selera (Huda, 2015). Dengan demikian, bukan hanya faktor psikologis saja, Masih ada faktor lain yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (Anwar, 2009).

Kondisi tersebut menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah non-muslim yang memilih menjadi nasabah di bank Syariah. Sebagaimana telah diketahui berdasarkan label yang ada yakni syariah (Al Azmi, 2015). Artinya, sistem yang dijalankan dan digunakan adalah sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena menginterpretasikan, menyoroti, dan menjelaskan suatu fenomena unik, diukur oleh penelitian dengan pendekatan kuantitatif, karena berkaitan dengan memahami pengalaman orang-orang terkait dengan fenomena yang terjadi (Moleong, 2007: 6). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah di perbankan syariah. Data atau informasi diperoleh dari internal maupun eksternal bank syariah. Perolehan data menggunakan penelitian lapangan (*field Research*) triangulasi (Nasir, 2003): observasi, wawancara, dan penelitian keperustakaan (*library research*).

Penilaian keabsahan penelitian kualitatif terjadi saat proses pengumpulan data. Untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yang didasarkan atas sejumlah kriteria. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. Oleh karena adanya keterbatasan waktu dan adanya peraturan yang membatasi informasi nasabah di bank syariah, maka penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yakni teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013).

## 3. Hasil dan Pembahasan

Jumlah informan dari hasil wawancara sebanyak sembilan informan, terdiri dari tiga pegawai bank syariah wilayah Surabaya, serta enam informan lainnya merupakan nasabah bank syariah non-muslim yang memilih produk *mudharabah* yang meliputi deposito dan tabungan (lihat Tabel 1 dan 2).

**Tabel 1**  
**Karakteristik Informan (Pegawai)**

No	nama	umur	Pegawai	Tanggal Wawancara
1	Feby Farouq	25 tahun	Bank Jatim Syariah	17 Oktober 2016
2	Tamalia yunia nurrahmah	23 tahun	Bank Jatim Syariah	17 Oktober 2016
3	Hanindya putri	25 tahun	Bank Jatim Syariah	17 Oktober 2016

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2016.

**Tabel 2**  
**Analisis Triangulasi**

No	Nama	Umur	Profesi	Jenis Produk <i>Mudharabah</i>	Tanggal Wawancara
1	Ivana Yan Putri	22 Tahun	Staf Perusahaan	Tabungan	15-Okt-16
2	Debby	22 Tahun	Mahasiswa	Tabungan	14-Okt-16
3	Niko Kurniawan	20 Tahun	Pelajar	Tabungan	16-Okt-16
4	Dionicia Chandrika Destiara	21 Tahun	Mahasiswa	Tabungan	18-Okt-16
5	Fenty	50 Tahun	Wiraswasta	Tabungan	24-Okt-16
6	Andrie	57 Tahun	Wiraswasta	Tabungan	23-Okt-16

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2016.

Tabel 3 menunjukkan hasil wawancara terhadap pegawai bank syariah tentang alasan non-muslim menjadi nasabah. Jawaban hampir sama kecuali informan nomor tiga.

**Tabel 3**  
**Alasan Nasabah Non-Muslim Memilih Produk Mudharabah menurut Pegawai Bank Syariah**

Informan	Alasan	Produk Mudharabah	Keterangan
1	Lebih barokah	Tabungan	Produk dikeluarkan bank syariah dijamin halal karena tidak ada riba
2	Karena sistem bagi hasil menerapkan prinsip syariah	Tabungan	Produk bagi hasil yang berdasarkan prinsip syariah sudah dijamin halal
3	Tidak ada pinalti deposito	Deposito	Jika terjadi penarikan secara mandadak dan tidak sesuai dengan jadwal yang disepakati bersama, nasabah tidak dikenakan pinalti deposito

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2016.

**Tabel 4**  
**Alasan Nasabah Non-Muslim Memilih Produk Mudharabah**

Informan	Alasan	Keterangan
1	Terdapat banyak promo	Setelah menjadi nasabah bank syariah informan mendapatkan banyak promo dalam bentuk diskon di berbagai restoran
2	Transparansi	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh kejelasan perputaran uang tabungan.
3	Bebas Biaya Administrasi	Pada saat menjadi nasabah bank syariah informan dibebaskan dari biaya administrasi
4	Tidak ada potongan tiap bulan	Pada saat menabung di bank syariah tidak ada pemotongan biaya tabungan setiap bulan
5	Bebas biaya administrasi bank	Pada saat menjadi nasabah bank syariah informan dibebaskan dari biaya administrasi
6	Tidak ada bunga dan bagi hasil	Keuntungan bagi hasil lebih menjanjikan bagi informan

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 4 menunjukkan bahwa alasan nasabah non-muslim memilih produk *mudharabah* didominasi oleh tidak ada biaya administrasi ketika membuka rekening tabungan di bank syariah tersebut.

**Tabel 5**  
**Alasan Nasabah Non-Muslim Memilih Produk Mudharabah Menurut Teori Keputusan Pembelian (Zeithaml dan Bitner, 2003)**

Informan	Teori Keputusan Pembelian	Keterangan
1	<i>Promotion</i>	Banyaknya promosi yang diberikan oleh bank syariah, dapat mengurangi pengeluaran dalam berbelanja.
2	<i>Process</i>	<i>Process</i> yang cepat dan jelas serta diberi penjelasan yang detail membuat nasabah merasa nyaman dan aman
3	<i>Product</i>	Produk yang ditawarkan sangat bagus dan menguntungkan bagi nasabah, serta jaminan halal yang diterima jelas karena non-riba
4	<i>Price</i>	Bebasnya biaya administrasi serta tidak ada potongan rekening tabungan setiap bulan.
5	<i>Promotion</i>	Banyaknya promosi yang diberikan oleh bank syariah, dapat mengurangi pengeluaran dalam berbelanja.
6	<i>Product</i>	Produk yang ditawarkan sangat bagus dan menguntungkan bagi nasabah, serta jaminan halal yang diterima jelas karena non-riba.

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 5 menjelaskan alasan nasabah non-muslim memilih produk *mudharabah* menurut teori Zeithaml dan Bitner (2003). Berdasarkan hasil wawancara, empat faktor paling berpengaruh adalah *product*, *promotion*, *process*, dan *price*.

**Tabel 6**  
**Alasan Nasabah Non-Muslim Memilih Produk Mudharabah Menurut Teori Perilaku Konsumen (Kotler dan Keller)**

Informan	Teori Perilaku Konsumen	Keterangan
Informan 1	Kelompok Acuan	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari teman
Informan 2	Keluarga	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah merupakan nasihat dari ayah informan
Informan 3	Kelompok Acuan	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari teman
Informan 4	Kelas Sosial	Status mahasiswa masih dipangang oleh informan 4 membuat informan memilih bank syariah sesuai dengan kebutuhan.
Informan 5	Kelompok Acuan	Pemilihan menjadi nasabah bank syariah didasari oleh saran dari teman
Informan 6	Kelas Sosial	Promosi dari bank konvensional yang membuat informan menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2016

Tabel 6 menjelaskan alasan nasabah non-muslim memilih produk *mudharabah* menurut teori perilaku konsumen Kotler dan Keller (2009). Hasil wawancara dari enam narasumber penelitian ini menghasilkan tiga faktor yang mendominasi yaitu kelompok acuan, kelas sosial, dan keluarga

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produk *mudharabah* yang paling banyak dipilih adalah tabungan, dibandingkan dengan deposito. Alasan paling mendominasi pemilihan produk

mudharabah bank syariah adalah bebasnya biaya administrasi. Selanjutnya adalah alasan adanya transparansi serta promosi yang diberikan saat menjadi nasabah bank Syariah. Alasan nasabah non-muslim memilih produk mudharabah yang dikaitkan dengan teori keputusan pembelian didominasi oleh faktor produk dan promotion. Alasan nasabah non-muslim memilih produk mudharabah berdasar teori konsumen menyimpulkan bahwa faktor yang sangat dominan adalah kelompok acuan.

### Daftar pustaka

- Anwar, Prabu Mangkunegara, 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika
- Al Arif, M.Nur Riyanto, 2003. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Surakarta: Pustaka Setia
- Al Azmi, Amaliah, 2015. "Alasan Nasabah Non-Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank syariah". *Jurnal Ekonomi Islam*. Surabaya
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insan
- Huda, Nuril, 2015. "Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro". *Jurnal Wawasan Manajemen vol 3*. Banjarmasin.
- Kasmir, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi revisi 2008. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip, Keller, K.L, 2009. *Manajemenn Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, edisi kedua belas. Jakarta: PT Indeks
- Moleong, Lexy J, 2007. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh, 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sciffman, Leon G, And Leslie Lazar Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen*, (7ed). Jakarta: PT Indeks
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wiroso, 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti
- Zeithaml, V.A, dan Bitner, M.J, 2003. *Services Marketing: Intergrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill
- Undang –Undang Perbankan no 10, Tahun 1998. *Tentang Perbankan syariah*
- Undang –Undang Perbankan no 21, Tahun 2008. *Tentang Perbankan syariah*
- www.wikipedia.org. "Jumlah penduduk yang memeluk agama Islam di indonesia". Diakses pada tanggal 17 September 2016 Pukul 19.00