

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, PRODUK DAN RELIGIUS
STIMULI TERHADAP MINAT NASABAH NON MUSLIM
MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KOTA
PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ALFI KAUKAB

14.16.15.0001

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, PRODUK DAN RELIGIUS
STIMULI TERHADAP MINAT NASABAH NON MUSLIM
MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KOTA
PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ALFI KAUKAB

14.16.15.0001

Pembimbing:

- 1. Zainuddin S, SE.,M.Ak**
- 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El.,MA**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALFI KAUKAB
NIM : 14.16.15 0001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan dan atau kesalahan yang terdapat di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya batal.

Palopo, 29 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

ALFI KAUKAB
NIM.14.16.15.0001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*” yang ditulis oleh Alfi Kaukab, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 14.16.15.0001 Mahasiswa Program Studi *Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 26 Oktober 2021 bertepatan dengan 19 Rabiul Awal 1443 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 25 Oktober 2021

TIM PENGUJI

- | | | | |
|---|-------------------|---|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (|) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El.,M.A. | Sekretaris Sidang | (|) |
| 3. Hendra Safri, S.E.,M.M. | Penguji I | (|) |
| 4. Abd. Kadir Arno, SE.Sy.,M.Si. | Penguji II | (|) |
| 5. Zainuddin S, SE.,M.Ak. | Pembimbing I | (|) |
| 6. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El.,M.A. | Pembimbing II | (|) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 19610208 199403 2 001

Hendra Safri, S.E.,M.M.
NIP 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”**.

Shalawat dan salam atas Nabiullah Muhammad SAW, beserta para sahabat, keluarga serta pengikutnya hingga akhir zaman. Yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah diatas puing-puing kejahiliyaan dan telah membebaskan umat dari segala kebodohan menuju kebaikan yang diridhai Allah SWT, demi mewujudkan *Rahmatan lil-alamin*.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Sembah sujud dan ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada yang teristimewa kedua orang tuaku tercinta yang telah berjasa dalam mengasuh dan mendidik serta menyayangi penulis sejak kecil dengan tulus dan ikhlas, jasa dan pengorbanan serta restu keduanya menjadi sumber kesuksesan penulis. Semoga Allah memberikan pahala yang berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada mereka. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.,Ag, Wakil Rektor I Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar S.E.,M.M

dan Wakil Rektor III Bapak Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi IAIN Palopo, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M., Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I.,M.A. Wakil dekan II, Tadjuddin, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. Wakil Dekan III, Dr. Takdir, S.H.,M.H dan Ketua program studi perbankan syariah Bapak Hendra Safri, S.E.,M.M., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Pembimbing I Bapak Zainuddin S, SE.,M.Ak dan pembimbing II Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I.,M.A. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Penguji I Bapak Hendra Safri, S.E.,M.M. dan Penguji II Bapak Abd. Kadir Arno, SE.Sy.,M.Si. yang telah banyak memberi arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Para Bapak/Ibu dosen dan staf FEBI Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam, terkhusus di program studi Perbankan Syariah.
6. Saudara dan saudariku tercinta Dafiq Kawakib, Salfiah Sakinah, Thoriq Ubadah Washatibi, dan Kukkah Qilabi yang telah memberikan doa dan dukungan, serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Made Amiruddin dan Ibunda Fatiamah, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Semoga Allah SWT. Mengumpulkan kita semua dalam Surga-Nya kelak.
8. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan dukungan dan kebersamaannya dalam penyelesaian skripsi ini, yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.
9. Teman-teman seperjuangan Anugrah Hadi, Habdi, Idayanti, Yusran Sadik, Zaenal Sultan, Rafsan Jani, Rian, Ricki Rahman, Wandu, dan Zulhan. Dan semua teman-teman pejuang SP angkatan tahun 2013/2014, teman-teman seangkatan (perbankan syariah 2014) terkhusus ketua tingkat Erwin Djafar S.E., yang telah banyak memberikan dorongan, bantuan moril demi kelancaran penyusunan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik, semoga kita sukses dalam mencapai semua cita-cita. Aamiin.

Semoga Allah SWT membalas segala jasa kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian studi dan skripsi penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang bersifat membangun masih dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan dan bernilai ibadah di sisi-Nya. Aamiin.

Palopo, 29 Juni 2021

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (bunyi)	Simbol	Nama (bunyi)
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es dengan titik di atas
ج	Ja	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es dengan titik di bawah
ض	Dad	Ḍ	de dengan titik di bawah

ط	Ta	Ṭ	te dengan titik di bawah
ظ	Za	ẓ	zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ham	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun, jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. *Vokal*

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (bunyi)	Simbol	Nama (bunyi)
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dhammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (bunyi)	Simbol	Nama (bunyi)
آي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
آو	<i>Kasrah dan waw</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa* BUKAN *kayfa*

هَوْلَ : *hauला* BUKAN *hawla*

3. Penulisan Alif Lam

Artikel atau kata sandang yang dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*) ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan: *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalalah* (bukan: *az-zalzalalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsalah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

4. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Aksara Arab		Aksara Latin	
Harakat huruf	Nama (bunyi)	Simbol	Nama (bunyi)
اَ وَا	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> , <i>fathah</i> dan <i>waw</i>	\bar{A}	a dan garis di atas
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	\bar{I}	i dan garis di atas
ؤِ	<i>Dhammah</i> dan <i>ya</i>	\bar{U}	u dan garis di atas

Garis datar di atas hurufa, *i*, *u* bisa juga diganti dengan garis lengkung seperti huruf *v* yang terbalik, sehingga menjadi \hat{a} , \hat{i} , \hat{u} . Model ini sudah dibakukan dalam font semua system operasi.

Contoh:

مَاتَ : *mâta*

رَمَى : *ramâ*

يَمُوتُ : *yamûtu*

5. *Ta marbûtah*

Transliterasi untuk *ta marbûtah* ada dua, yaitu: *ta marbûtah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dhammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbûtah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h). Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbûtah* diikuti oleh kata

yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbûtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfâl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madânah al-fâdilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

6. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanâ</i>
نَجِّنَا	: <i>najjaânâ</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نُعْمَ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (سيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (â).

Contoh:

عَلِيّ	: 'Ali (bukan 'aliyyatau 'Aly)
عَرَبِيّ	: 'Arabi (bukan 'arabiyyatau 'Araby)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

الْأَنْوَاءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Hadis*, *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Dikecualikan dari pembakuan kata dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kata al-Qur'an. Dalam KBBI, dipergunakan kata Alquran, namun dalam penulisan naskah ilmiah dipergunakan sesuai asal teks Arabnya yaitu al-Qur'an, dengan huruf a setelah apostrof tanpa tanda panjang, kecuali ia merupakan bagian dariteks Arab.

Contoh:

Fi al-Qur'an al-Karîm

Al-Sunnah qabl al-tadwîn

9. *Lafz al-jalâlah*(الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍâfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِالله *billâh* دِينُ اللهُ *dînullah*

Adapun *ta marbûtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalâlah*, ditransliterasi dengan huruf (t). Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum firahmatillâh*

10. *Huruf Kapital*

Walaupun dalam system alfabet Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut diberlakukan ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan. Huruf kapital, antara lain, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika Ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan.

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan di bawah ini:

swt.,	= <i>subhânahūwata 'âlâ</i>
saw.,	= <i>sallallâhu 'alaihiwasallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salâm</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup)
W	= Wafat tahun
Q.S	= Qur'an Surah
HR	= Hadits Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR AYAT.....	xvii
DAFTAR HADITS.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
B. Landasan Teori.....	11
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Defenisi Operasional Variabel	36
D. Populasi dan Sampel	38
E. Teknik Pengumpulan data.....	39
F. Instrumen Penelitian	40
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	41
H. Teknik Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	63
A. Simpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat 1 QS Al-Baqarah/2: 278-279	3
Kutipan ayat 2 QS Al-Maidah/5: 48	12
Kutipan ayat 3 Alkitab (Exodus) Keluaran 22:25.....	29

DAFTAR KUTIPAN HADITS

H.R Al-Hakim tentang Larangan Riba	30
--	----

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel 2.1 Uji Normalitas data.....	46
Daftar Tabel 2.2 Uji Lineritas	47
Daftar Tabel 2.3 Uji Multikolonoritas	47
Daftar Tabel 2.4 Analisis Linear berganda	48
Daftar Tabel 2.5 Uji Parsial	49
Daftar Tabel 2.6 Uji Simultan.....	50
Daftar Tabel 3.1 Koefesien Determinasi secara Parsial.....	51
Daftar Tabel 3.2 Koefesien Determinasi secara Simultan	52
Daftar Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	57
Daftar Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur	58
Daftar Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	58
Daftar Tabel 4.4 Karakteristik responden pendidikan terakhir.....	59
Daftar Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Agama dan Etnis	60
Daftar Tabel 5.1 Koefesien variabel paling berpengaruh	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi kerangka Pikir	33
Gambar 1.2 Struktur Organisasi BSM Kota Palopo	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 2 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 3 Kuesioner/Angket
- Lampiran 4 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 5 Halaman persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 6 Tim Verifikasi Naskah Skripsi
- Lampiran 7 Riwayat Hidup

ABSTRAK

Alfi Kaukab, 2021. “*Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Zainuddin S. dan Muh. Ruslan Abdullah.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel tersebut diatas terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Kota Palopo. Dewasa ini setiap nasabah tentu menjadikan Bank Konvensional yang bersistem kapitalis sebagai wahana investasi yang menjanjikan. Namun kenyataannya, sebagian besar nasabah non-Muslim juga tertarik untuk mendepositokan dananya di bank syari'ah. Hal tersebut diatas menjadi salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus pada konsumen non muslim. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana penelitian ini lebih berbasis pada olah data menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah 11 orang nasabah non muslim berdasarkan pada data yang didapatkan di lokasi penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi, Produk dan Religius baik secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah non muslim, yaitu diperoleh nilai $< 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi, promosi, produk dan religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil koefisien regresi *Beta* (B) menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh yang paling dominan dengan nilai *Beta* mendekati angka 1 yang artinya semakin erat hubungannya yaitu sebesar 0,315, variabel religius stimuli sebesar 0,284, Produk 0,271, dan variabel promosi paling rendah mendekati angka 0 dengan nilai 0,209. Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square), jika dilihat dari ringkasan output model *summary* bahwa *R Square* adalah 0,997 atau sama dengan 99,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi, produk, dan religius stimuli berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 99,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Kata Kunci : Pengaruh, Minat, Non Muslim, Bank Syariah Mandiri

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998 berdampak besar pada industri perbankan. Banyak bank konvensional yang dilikuidasi karena mengalami *negative spread* dimana pendapatan bunga yang diterima dari nasabah peminjam lebih rendah daripada biaya bunga yang dibayarkan bank kepada nasabah. Namun, hanya bank syariah (yang menggunakan sistem bagi hasil) yang dapat bertahan karena tidak dibebani kewajiban membayar bunga simpanan kepada nasabahnya, karena hanya membagi hasil sesuai margin keuntungan yang diterima bank. Bank syariah dapat menunjukkan kinerja yang relatif lebih baik dibandingkan lembaga perbankan konvensional.¹

Perbankan syariah berkembang pesat, terutama sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, yang kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Undang-undang ini merupakan bentuk penegasan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin legalitas bank. syariah, dan memberikan ruang yang lebih luas bagi bank syariah, karena di dalamnya dijelaskan bahwa di Indonesia dikenal sistem perbankan (*dual banking system*) yaitu sistem perbankan

¹Fenti Rismayanti, *Pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk.* (cabang Bandung, Universitas Padjajaran, 2005) , 1.

konvensional dan sistem perbankan syariah atau bahkan secara total mengubah dirinya menjadi bank syariah.²

Perkembangan ini diwujudkan dalam berbagai bentuk inovasi produk, prinsip, sistem operasional dan perubahan paradigma menuju konversi diri. Dari pergeseran dan perkembangan tersebut, belakangan ini terdapat lembaga keuangan berbasis syariah yang menjadi tonggak penting dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia yang perkembangannya cukup menggembirakan.

Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat sejak ditetapkannya landasan hukum operasional melalui UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, UU No. 23 Tahun 1999, UU No. 9 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan UU No. 21 tahun 2008 tentang bank syariah. Tentunya, dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank-bank dengan sistem syariah. Dalam kata pengantar buku "Jejak Ekonomi Syariah" oleh M. Luthfi Hamidi, Kepala Biro Perbankan Syariah Bank Indonesia, mengatakan: Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat akan keberadaan sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah mendapat respon positif dari pemerintah yang antara lain melalui keluarnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang mengatur bahwa perbankan di Indonesia menganut sistem perbankan ganda, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Bank syariah murni maupun unit

²Sutan Remy Sjahdaeni, *Perbankan Islam dan kedudukannya dalam tata hukum perbankan Indonesia*. (Jakarta:Pustaka utama Garafiti,1999), 28.

syari'ah dari bank konvensional maupun lembaga non bank dengan sistem syari'ah tetap masih didominasi oleh unit usaha syari'ah.³

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional diharapkan mampu menggerakkan sektor riil (ekonomi berbasis moneter), oleh karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan-aturan tersebut harus dapat mengakomodir berbagai kepentingan tidak hanya umat Islam, tetapi juga non-Muslim karena perbankan syariah bersifat universal. Ibarat sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh seluruh konsumen (baik muslim maupun non muslim) di Indonesia. Konsumen memiliki alasan atau faktor tertentu yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menentukan pilihan di bank syariah.⁴

Melihat fenomena tersebut, masyarakat mulai menyadari bahwa bank konvensional yang ada saat ini belum bisa menjadi solusi terbaik atas permasalahan yang dihadapi masyarakat, sehingga masyarakat kembali memandang ajaran Islam yang bebas riba. Perbankan syari'ah merupakan badan usaha yang fungsinya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanismenya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁵

³M. Luthfi Hamidi, *jejak jejak ekonomi syariah*, (Jakarta, Senayan abadi publishing, 2003) 1.

⁴Evi Yupiter dan Raina Linda Sari “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan*”

⁵Rachmadi Usman, *Aspek aspek hukum perbankan Islam di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra aditya bakti, 2002) 93.

Masyarakat muslim yang menggunakan layanan perbankan syariah menganggap bunga sebagai riba. Hal tersebut secara tegas tertuang dalam Alquran yaitu dalam surat Al-Baqarah ayat 278-279 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (278)
فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (279)

Terjemahnya :

"Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah Swt dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika tidak melakukannya (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah Swt dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula di aniaya".⁶

Larangan riba tidak hanya ditemukan dalam Islam, tetapi jauh sebelum Islam ada. Di India kuno, dalam hukum Weda (kitab suci tertua Hinduisme) mengutuk riba sebagai dosa besar dan melarang pengoperasian bunga. Dalam agama Kristen, larangan ketat atau pembatasan riba telah berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan kepentingan apa pun mengenai bunga dilarang.⁷

Mengutip dari bukunya M. Syafi'i Antonio yang berjudul "Bank syariah dari teori ke praktek" menyatakan bahwa, orang orang Yahudi dilarang melakukan

⁶Kementrian Agama RI, *Mushaf Alquran dan terjemahan*, (Bandung: Nur publishing, 2007), 77.

⁷Latifa M. Alguad marvyn K. Lewis, *Perbankan Syariah prinsip praktek prospek*. (Jakarta: PT. Serambi ilmu Semesta, 2003), 264.

amalan mengambil bunga. Larangan ini banyak ditemukan dalam kitab-kitab suci mereka, baik di Perjanjian Lama (*Old testament*) maupun di Hukum Talmud.⁸

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah. Ciri budaya Non Muslim yang mampu bekerjasama, dan semangat kapitalisme yang biasa melekat pada Non Muslim dalam berinvestasi, tentu menjadikan Bank Konvensional yang bersistem kapitalis sebagai wahana investasi yang menjanjikan. Namun kenyataannya, sebagian besar nasabah non-Muslim juga tertarik untuk mendepositokan dananya di bank syari'ah.

Hal tersebut diatas menjadi salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus pada konsumen non muslim, dimana penelitian sebelumnya hanya difokuskan pada nasabah yang mayoritas muslim. Beberapa indikator yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah terbagi dalam beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut :

a) Faktor Lokasi

- 1) Lokasi Bank Syariah yang strategis dan berada di daerah yang aman
- 2) Fasilitas seperti ATM dan Cabang Bank Syariah di berbagai daerah

b) Faktor Promosi

⁸M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek* (Jakarta: Gema insani Pers, 2001) 43.

- 1) Agar keberadaan Bank Syariah dan kegiatannya dapat diketahui masyarakat luas maka perlu beriklan di media massa (TV dan surat kabar)
- 2) Sosialisasi mengenai promosi dengan menonjolkan keunggulan produk bank syariah, melalui bahasa komunikasi yang dapat dipahami konsumen

c) Faktor Produk

- 1) Produk Bank syariah yang beragam, menarik, dan inovatif
- 2) Manfaat dan keuntungan yang terdapat dalam produk Bank Syariah.

d) Faktor Religius Stimuli

Yaitu faktor pengetahuan dan pengalaman keragaman yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan ekonomi. Variabel ini memiliki dua dimensi yaitu :

- a. dimensi pemahaman produk
- b. ketaatan terhadap agama

Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syari'ah sangat penting diperhatikan oleh manajemen perbankan demi kelangsungan dan eksistensi lembaga. Minat atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis yang melibatkan aspek perilaku, sikap dan selera. Dan tidak hanya faktor psikologis saja, banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi

minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis simpanan, lokasi, pelayanan, promosi dan kesadaran masyarakat.⁹

Kondisi di atas menarik bila dikaitkan dengan minat nasabah non muslim yang memilih menjadi nasabah di bank syariah. Seperti yang kita lihat dari label yang ada yaitu syariah artinya sistem yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Perbankan syariah tidak hanya menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia tetapi juga telah menjadi trend di dunia internasional, termasuk negara yang mayoritas non muslim, seperti Inggris, China, India, dan Singapura.¹⁰

Maka apa yang dikemukakan di atas menjadi hal yang menarik bagi penulis untuk mengkaji dan melakukan penelitian lebih lanjut, dengan mengangkat judul *“Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok masalah di atas, maka penulis menjabarkannya dalam sub rumusan masalah, diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?
2. Apakah variabel Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?

⁹Moch. Darsyah Sinungan, *Manajemen dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990) 88.

¹⁰Bank Indonesia, *Kebijakan Pengembangan dan Operasional Perbankan Syariah*, Oleh Slamet dalam Rangka KKL Fakultas Syariah IAIN Walisongo, 02 Juni 2009.

3. Apakah variabel Produk berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?
4. Apakah variabel Religius Stimuli berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?
5. Apakah variabel lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli secara Simultan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Variabel lokasi terhadap Minat nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Variabel Promosi terhadap Minat nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Variabel Produk terhadap Minat nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Variabel Religius Stimuli terhadap Minat nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

5. Untuk mengetahui pengaruh secara Simultan Variabel Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti lain diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Pihak Perbankan, dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen bank, khususnya dalam menjaring nasabah.
3. Mengembangkan ilmu dalam hal ekonomi yaitu teori lokasi, promosi, produk, dan religious stimuli untuk kepentingan nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syari'ah.
4. Berkontribusi kepada praktisi perbankan, khususnya yang terkait dengan manajemen pemasaran.
5. Memberikan masukan kepada Bank dalam upaya meningkatkan kinerja operasional dan pelayanan yang lebih baik serta mendorong pengelolaan bank syariah agar dapat lebih kompetitif dengan bank konvensional.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Dinda Sulistia Sari Sainong dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Produk dan Layanan Terhadap Nasabah Non Muslim Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*" Disimpulkan bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap Tabungan Nasabah Non Muslim di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, pada uji F dihitung bahwa produk dan jasa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap simpanan nasabah non muslim di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, diilustrasikan pada hasil uji regresi linier berganda $Y = -1,279 + 0,771X_1 + -0,099X_2$ dan koefisien determinasi (R²) menunjukkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,704, artinya semua variabel bebas yaitu produk dan jasa, memiliki kontribusi bersama sebesar 0,704 atau 70,4% dan sisanya sebesar 0,296 atau 29,6% dipengaruhi oleh faktor lain.¹¹
2. Rifa'tul Machmudah dalam penelitiannya yang berjudul "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*". Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel independen yang berbeda. Hal ini terlihat dari besarnya koefisien regresi diurutkan dari yang

¹¹Dinda Sulistia Sari Sainong "*Pengaruh produk dan pelayanan terhadap nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota palopo*" IAIN Palopo (2017).

terbesar sampai yang terkecil adalah bagi hasil (23,7), layanan (22,2), promosi (18,5), lokasi (12,7), reputasi (12,2), dan Religius stimuli (7,9). Seluruh variabel independen (secara parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah pada bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang) dengan dilakukan uji secara parsial.¹²

Dari penelitian di atas terlihat bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki kajian yang berbeda walaupun ada beberapa penelitian yang memiliki tema yang sama. Namun yang penulis teliti memiliki kesamaan yaitu nasabah non muslim yang menabung di bank syariah namun memiliki perbedaan pada tempat dan waktu penelitian. Penelitian yang penulis ulas adalah bagaimana pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius stimuli pada Nasabah Non Muslim yang Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Syari'ah

Dalam bahasa sehari-hari, kata "syariah" sering diartikan sebagai suatu kaidah dimana pelafalannya sering kali dipertukarkan dengan kata "din", karena makna kedua kata tersebut memang saling berkaitan, sehingga subjeknya adalah manusiawi.¹³

¹² Rifa'atul Machmudah, "*faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah(studi pada Bank CIMB Niaga Syariah)*" IAIN Walisongo, Semarang (2009) 114-115.

¹³Veithzal Rivai, "*Bank and Financial Institution Management Conventional & Sharia System*" (Ed. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007) 758.

Dalam Alquran surat Al-Maidah (5) : 48.

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ ۖ
فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ ۗ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ ۚ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ
شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ۚ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۗ
فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ۗ

Terjemahnya:

*"Dan kami Telah turunkan kepadamu Al Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang Telah datang kepadamu. untuk tiap-tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang. sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, Maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang Telah kamu perselisihkan itu,"*¹⁴

Lebih lanjut, istilah syari'ah dan minhaj lebih terbatas dari pada istilah din, yang tidak hanya terdiri dari hukum agama tetapi juga kebenaran spiritual yang fundamental dan tidak berubah, yang menurut Alquran telah disampaikan oleh setiap Rasul, sedangkan bagian utama dari hukum (syariah) yang diajarkan oleh Rasul dan cara hidup (minhaj) yang mereka rekomendasikan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan (tuntutan) zaman dan perkembangan masing-masing manusia.¹⁵

2. Pengertian Bank Syariah

Istilah bank berasal dari bahasa Italia "*banco*" yang berarti "sepotong papan tempat buku", semacam meja. Belakangan ini penggunaannya diperluas

¹⁴ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahnya, (Bandung: PT CORDOBA INTERNATIONAL INDONESIA) 116

¹⁵Veithzal Rivai, *Bank and Financial Institution Management Conventional & Sharia System*, 758.

lagi menunjukkan kata "Meja" atau tempat penukaran uang, yang digunakan oleh pemberi pinjaman dan pedagang mata uang di Eropa abad pertengahan untuk memamerkan uang mereka, dari sinilah awal mula kata bank berasal.¹⁶

Dalam bukunya Muhammad Muslehuddin menyatakan bahwa, Bank syariah adalah bank yang kegiatannya meninggalkan sistem riba. Bank syariah ialah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah atau biasa disebut bank bebas bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang kegiatan usahanya memberikan kredit dan jasa dalam pembayaran dan peredaran uang yang operasinya sesuai dengan prinsip syari'at Islam.

Berdasarkan definisi tersebut, bank syariah berarti bank yang memiliki cara berzikir dalam Islam yang mengacu pada ketentuan Alquran dan Hadist. Atau dengan kata lain Bank Islam adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang kegiatan usahanya sesuai dengan kaidah hukum Islam.¹⁷

3. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah yang tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) adalah sebagai berikut: ¹⁸

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola dana investasi nasabah

¹⁶ Muhammad Muslehuddin, "*Sistem Perbankan Dalam Islam*" (Cet. II; Jakarta: PT Rineka Cipta, 1994) 1.

¹⁷Rifa'atul Machmudah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah* (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang), skripsi (Semarang, IAIN Walisongo, 2009) 17.

¹⁸Ahmad Solihin, "*Fungsi, Peran, Tujuan, Prinsip dan Ciri-ciri Bank Syariah*", (27 September 2015) 28

- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang mereka miliki dan dana nasabah dipercayakan kepada mereka.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat menjalankan aktivitas layanan perbankan seperti biasa.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai karakteristik yang melekat pada identitas keuangan syariah, bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola zakat dan dana sosial lainnya.

Operasional perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 dengan berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. (PT. BMI) atau 4 tahun setelah deregulasi Pakto 88. Perkembangan perbankan syariah lebih lambat dibandingkan bank konvensional. Hingga saat ini, terdapat 10 Bank Umum Syari'ah dan 80 BPRS. Penyelenggaraan perbankan syariah berpedoman pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang kemudian diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1998.¹⁹

Peran perbankan syariah dalam perekonomian masih relatif kecil dengan pelaku tunggal. Beberapa kendala dalam mengembangkan perbankan syari'ah selama ini adalah:

- 1) Ketentuan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodir operasional bank syari'ah
- 2) Belum adanya pemahaman masyarakat yang benar tentang kegiatan operasional bank syari'ah. Hal ini dikarenakan belum jelasnya minat para ulama, dan kurangnya perhatian ulama terhadap kegiatan ekonomi.

¹⁹Muhamad. "*Bank Syari'ah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*" (Cet. 3, Yogyakarta: Ekonisa 2004) 72.

- 3) Jaringan kantor bank syari'ah masih terbatas
- 4) Sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang bank syari'ah masih terbatas.
- 5) Persaingan yang ketat dan jor-joran dari produk perbankan konvensional menyulitkan bank syari'ah di segmen pasar.

4. Perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syari'ah

Perbedaan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah tidak hanya sebatas pada unsur bunga. Jika dilihat atau dianalisis secara komprehensif, terdapat banyak perbedaan utama antara kedua sistem perbankan tersebut yang secara simultan merepresentasikan kelebihan dan kekurangan masing-masing sistem. Berikut ini perbedaan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah:

- a. Bank konvensional
 - 1) Berorientasi pada kepentingan pribadi
 - 2) Uang dianggap sebagai barang komoditi
 - 3) Hubungan dengan nasabah berupa hubungan kreditur-debitur
 - 4) Dalam pengoperasiannya menggunakan perangkat sistem bunga
 - 5) Tidak memiliki dewan pengawas syariah, sehingga penghimpunan dana dan penyaluran dana tidak berdasarkan fatwa.
- b. Bank Syariah
 - 1) Berorientasi pada kepentingan umum
 - 2) Uang hanya dianggap sebagai alat tukar, dan tidak menganggapnya sebagai komoditas

- 3) Hubungan dengan pelanggan berbentuk kemitraan
- 4) Dalam pengoperasiannya menggunakan sistem bagi hasil, jual beli, dan sewa
- 5) Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa badan pengawas syariah

5. Keunggulan dan Kelemahan Bank Konvensional & Bank Syariah

Bank konvensional memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan diantaranya sebagai berikut²⁰

a. Keunggulan bank konvensional:

- 1) Metode bunga sudah lama dikenal oleh masyarakat, bank konvensional lebih mudah menarik nasabah sehingga lebih mudah mendapatkan modal.
- 2) Bank konvensional lebih kreatif dalam menciptakan produk dengan metode yang sudah terbukti dan berpengalaman, bank konvensional lebih sigap terhadap permainan pasar perbankan dan mencari celah baru dalam mengejar ekspansinya.
- 3) Dukungan peraturan perundang-undangan dan kebijakan pemerintah yang lebih mapan sehingga bank dapat bergerak lebih percaya diri.

b. Kelemahan bank konvensional:

²⁰Edy Wibowo dan Untung Hendi Widodo, “*Mengapa Memilih Bank Syariah*” (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005) 47-45.

- 1) Faktor manajemen, yang ditandai dengan inkonsistensi dalam pemberian pinjaman, campur tangan pemilik yang berlebihan, dan manajer yang tidak profesional.
- 2) Kredit macet, karena tata cara pemberian kredit tidak diikuti dan penumpukan penyaluran kredit kepada kelompok dan kalangan tertentu.
- 3) Praktek penipuan, seperti transaksi bank dalam bank dan transaksi fiktif.

Bank syariah memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan, diantaranya sebagai berikut:

a. Kelebihan Bank Syariah diantaranya adalah:

- 1) Mekanisme perbankan syariah didasarkan pada prinsip efisiensi, keadilan dan kebersamaan.
- 2) Tidak mudah terpengaruh oleh fluktuasi moneter. Penetapan harga bank bagi hasil didasarkan pada kesepakatan antara bank dan nasabah penyimpan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktu yang akan menentukan besarnya porsi bagi hasil yang akan diterima penyimpan.
- 3) Bank syariah lebih mandiri dalam menentukan kebijakan bagi hasil.
- 4) Bank syariah relatif lebih mudah merespon dan menindak lanjuti kebijakan pemerintah.
- 5) Terhindar dari praktek pencucian uang

b. Kelemahan Bank Syariah adalah:

- 1) Terlalu berprasangka baik kepada semua nasabah dan menganggap bahwa setiap orang terlihat jujur dan dapat dipercaya, sehingga rawan terhadap i'tikad baik.
- 2) Metode bagi hasil membutuhkan perhitungan yang rumit, sehingga risiko salah hitung lebih besar dibandingkan bank konvensional.
- 3) Kekeliruan penilaian proyek memiliki konsekuensi yang lebih besar dibandingkan bank konvensional.
- 4) Produk bank syariah belum dimanfaatkan untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan kurang kompetitif, karena manajemen bank syariah cenderung mengadopsi produk perbankan konvensional yang di syariahkan dengan variasi produk yang terbatas.
- 5) Pemahaman masyarakat yang kurang tepat terhadap kegiatan operasional Bank Syariah.

6. Teori Minat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia Minat memiliki arti kesukaan, keinginan ataupun kecenderungan hati kepada sesuatu.²¹ Secara definisi, minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memperhatikan orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek minat tersebut disertai dengan perasaan senang.²²

²¹ KBBI, Edisi V, dipublikasikan 28 okt 2016.

²² Ahmad Susanto, *teori belajar dan pembelajaran di sekolah dasar* (Jakarta, Kencana 2013) 58.

Sedangkan menurut Andi Mappiare, pengertian minat merupakan perangkat mental yang terdiri dari suatu perasaan, harapan, keyakinan, prasangka, ketakutan atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu.²³

Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya minat secara garis besar dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

- a. dari dalam diri individu yang bersangkutan, misalnya berat badan, usia, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian
- b. berasal dari luar termasuk lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

Minat dalam pandangan Islam, Al-Qur'an menerangkan tentang minat yang tertuang dalam surah pertama turun. Di ayat pertama dari huruf pertama perintahnya adalah untuk kita baca. Membaca tidak hanya berarti membaca buku atau tekstual, tetapi juga semua aspek. Apakah itu syarat membaca ufuk alam semesta yang merupakan tanda kebesaran-Nya, sekaligus membaca potensi diri, sehingga bersama-Nya kita bisa memahami apa yang sebenarnya menarik bagi kita dalam hidup ini. Jadi, apapun bakat dan minat kita, itu adalah anugerah terbesar yang dianugerahkan oleh Allah SWT, untuk kita. Namun, bukan berarti kita hanya duduk diam sehingga minat dan bakat itu berkembang dengan sendirinya.²⁴

²³ Andi Mappiare, *Psikologi orang dewasa bagi penyesuaian dan pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 1994) 62.

²⁴ *Ibid*, 273

7. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah

Menurut Zulpahmi dalam jurnal Evi Yupiter dan Raina Linda Sari, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa Bank Syariah adalah sebagai berikut: Tidak ada bunga (riba), Semua produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil dan meyakinkan, Berinvestasi dalam pekerjaan yang halal dan berkah, diinvestasikan dalam meningkatkan ekonomi miskin (lemah), pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku pegawai yang ramah dan santun, jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam, menarik dan inovatif, Lokasi mudah dijangkau dan strategis, proses bagi hasil saling menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, pelayanan mudah dan lugas, gedung dan kamar bank bersih dan nyaman, promosi dari bank, penyemangat dari pihak lain, Sosialisasi Melalui tokoh masyarakat dan ulama, Adanya konsep yang saling menguntungkan. Suku bunga di bank konvensional tidak tetap.²⁵

a. Lokasi

Menurut Kasmir, lokasi bank merupakan tempat penjualan produk perbankan dan pusat kendali perbankan.²⁶ Menentukan lokasi cabang bank merupakan kebijakan yang sangat penting. Bank yang berada di lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam bertransaksi dengan bank.

Kasmir mengatakan secara umum pertimbangan dalam menentukan suatu lokasi adalah sebagai berikut:

²⁵ Evi Yupiter dan Raina Linda Sari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi non muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan,” (Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. 1. Nomor I, 2012) 47-50.

²⁶ Kasmir “Pemasaran Bank” (Jakarta: Kencana 2005) 163.

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Dekat dengan pasar / konsumen
- 3) Apakah ada tenaga kerja yang tersedia
- 4) Tersedia sarana dan prasarana
- 5) Dekat dengan pusat pemerintahan
- 6) Terletak di kawasan industri
- 7) Kemudahan ekspansi
- 8) Kondisi adat istiadat, budaya atau masyarakat setempat
- 9) Hukum yang berlaku di daerah setempat
- 10) Ketersediaan sumber daya lain

b. Promosi

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat produk apa saja yang saat ini sedang direncanakan untuk dikenalkan atau dipromosikan kepada konsumen atau masyarakat luas. Menurut definisi, promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang dan membeli produk tersebut²⁷. Promosi adalah cara paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan pelanggan²⁸.

Seorang *Marketer* atau bagian pemasaran harus pandai berpromosi dalam menjalankan tugas terkait dengan promosi itu sendiri, para marketer muslim harus memiliki jiwa *Syari'ah Marketer*. Dalam Islam terdapat empat ciri pemasaran

²⁷Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFY,1997) 237.

²⁸Kasmir, (Jakarta : Kencana, 2005) 175.

syari'ah (*Syari'ah Marketing*) yang dapat dijadikan pedoman bagi para pemasar, diantaranya sebagai berikut:

1) *Teitis (Rabbaniyah)*

Jiwa seorang *syari'ah marketer* percaya bahwa hukum teitis atau syariah ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling sejalan dengan semua bentuk kebaikan. Seorang *Marketer syari'ah* akan segera menaati hukum syari'at dalam segala aktivitasnya maupun bauran pemasarannya, dalam mendesain produk, menetapkan harga, dalam melakukan promosi, senantiasa dijiwai dengan nilai-nilai agama²⁹.

2) *Etis (Akhlaqiyyah)*

Sifat Etis sebenarnya merupakan turunan dari sifat *teitis Rabbaniyah*, yang latar belakangnya harus mengedepankan akhlak, etika dan moral dalam segala aspek aktivitasnya.

3) *Realistis (al-waqi'iyah)*

Syari'ah Marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatik, anti modernitas, dan kaku. Konsep realistis yang dimaksud disini adalah konsep pemasaran yang adaptif dan fleksibel dalam menjalankan dan menerapkan system *Syari'ah Islamiyah*.

4) *Humanistis (insaniyyah)*

²⁹Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula “*Syariah Marketing*” (2006).

Syari'at itu diciptakan untuk sesama manusia agar derajatnya terangkat, kodrat manusianya terpelihara dan terjaga, dan sifat-sifat buruk mereka dapat dikendalikan dengan tuntunan syari'at.³⁰

Dalam promosi hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*), hal ini terdiri dari:

- a) Periklanan (*Advertising*)
- b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
- c) Humas (*Public Relations*)
- d) Info dari mulut ke mulut (*Information by word of mouth*)
- e) Surat pemberitahuan Langsung (*Direct Mail*)

Seorang pemasaran dapat memilih cara yang menurutnya cocok untuk mempromosikan layanan mereka. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam melakukan promosi yaitu identifikasi khalayak sasaran, Menentukan tujuan promosi, Menyusun pesan yang disampaikan, Memilih bauran promosi (baik personal maupun non personal).³¹

c. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan³².

Diantara keluhan terhadap perbankan syariah adalah kurangnya produk yang dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat, berbeda dengan perbankan

³⁰*Ibid*, 27.

³¹Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani (2008)

³²Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'ah di Semarang*, (Palembang, 2008) 159.

konvensional yang terkesan giat merekayasa produknya. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, seperti masalah regulasi, perilaku yang cenderung menyamakan semua bank, sumber daya, dan lain sebagainya. Padahal, jika perbankan syariah bebas mengembangkan produknya sendiri menurut teori perbankan syariah, maka produk yang dihasilkan akan sangat bervariasi mengikuti produk syariah.

Selain itu, sifat produk perbankan syariah yang tidak mengambil ukuran bunga, berdampak pada kestabilan nilai mata uang, karena perbankan syariah tidak lepas dari transaksi riil. dengan demikian, produk perbankan syariah tidak mengarah pada *Bubble Economics*³³.

Bank syariah menawarkan pelanggan berbagai produk perbankan. Produk yang ditawarkan tentunya sangat Islami termasuk dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Secara garis besar, produk perbankan syariah dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu, Produk Penghimpun Dana, Produk Penyaluran Dana dan Produk jasa terkait layanan yang diberikan bank kepada nasabahnya.³⁴

1) Produk penghimpun dana (*funding*)

a) Tabungan

Tabungan adalah salah satu bentuk simpanan nasabah yang berbentuk likuid, artinya produk ini dapat diambil kapan saja jika nasabah membutuhkannya, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah adalah simpanan kecil. Namun jenis penghimpunan dana tabungan ini merupakan produk akumulasi yang memiliki biaya lebih rendah bagi bank karena bagi hasil yang ditawarkannya

³³ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*, (Cet. II; Jakarta: AlfaBet, 2000), 198.

³⁴ Rosda, *Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Di Kota Palopo*, skripsi (Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2013), 14.

kecil, namun biasanya jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak dibandingkan dengan produk penagihan lainnya.

b) Deposito

Deposito adalah salah satu bentuk simpanan nasabah yang memiliki jumlah minimum tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasil lebih tinggi daripada tabungan. Nasabah yang membuka simpanan dengan jumlah minimum tertentu untuk jangka waktu yang disepakati, sehingga nasabah tidak dapat menarik dananya sebelum tanggal jatuh tempo yang disepakati, namun bagi hasil yang ditawarkan jauh lebih tinggi daripada simpanan biasa dan simpanan terencana. Produk penggalangan dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang memiliki dana berlebih sehingga selain untuk menyimpan dananya juga diperuntukkan sebagai sarana berinvestasi.

c) Giro

Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan penarikan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangannya. Pada giro, walaupun bank tidak memberikan bagi hasil, bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang jumlahnya tidak ditentukan terlebih dahulu tergantung dari kebaikan bank tersebut.³⁵

2) Produk penyaluran dana (*financing*)

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang disediakan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan, baik yang

³⁵M. Nur Rianto Al Arif “*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*” (Cet.1, Bandung: Alfabeta, 2010), 34-59.

dilakukan sendiri maupun oleh suatu lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang direncanakan.

Salah satu fungsi utama perbankan adalah menyalurkan dana yang telah terkumpul kepada masyarakat melalui pembiayaan kepada nasabah. Secara garis besar produk pembiayaan kepada nasabah yaitu:

a) Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditunjukkan dengan memiliki barang, dimana keuntungan bank sudah ditentukan terlebih dahulu dan merupakan bagian dari harga barang atau jasa yang dijual. Barang yang diperdagangkan bisa berupa barang konsumsi atau barang produktif. Kontrak yang digunakan dalam jual beli produk ini adalah Mudharabah, Salam dan Isthisna.

b) Pembiayaan berdasarkan Prinsip Sewa

Pembiayaan dengan prinsip sewa terbukti memperoleh jasa, dimana keuntungan bank ditentukan sebelumnya dan merupakan bagian dari harga barang atau jasa yang disewakan. Namun, dalam beberapa sewa prinsip juga dapat disertai dengan opsi kepemilikan. Yang termasuk dalam kategori ini adalah ijarah dan ijarahmunjukia beet tamlik.

c) Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha patungan yang bertujuan untuk memperoleh barang dan jasa sekaligus, dimana tingkat keuntungan bank ditentukan oleh besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Produk bagi hasil ditentukan terlebih dahulu dengan nisbah

bagi hasil yang telah disepakati. Produk perbankan yang termasuk dalam kelompok ini dan sering digunakan oleh perbankan syariah adalah musyarakah dan mudharabah.

d) Pembiayaan dengan Perjanjian Pelengkap

Sedangkan pembiayaan kontrak pelengkap dimaksudkan untuk memfasilitasi pembiayaan dengan menggunakan tiga prinsip di atas. Berikut kontrak pelengkap, yaitu: hawalah (hutang lebih), rahn (gadai), wakalah (perwakilan), kafalah (jaminan bank).

3) Produk Jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai perantara atau penghubung antara pihak-pihak yang kelebihan dana (*surplus of fund*) dan kekurangan dana (*deficit of fund*), bank syariah juga dapat melakukan berbagai layanan perbankan kepada nasabah dengan imbalan sewa jasa atau keuntungan. Layanan jasa perbankan ini meliputi:

1. *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang bukan jenis ini, harus dikirim pada waktu yang sama. Bank memanfaatkan dan mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini. Prinsip tersebut dipraktikkan di bank syariah devisa yang memiliki izin jual beli valuta asing.

2. *Wadi'ah* (titipan)

Jenis produk jasa tambahan yang dapat diterapkan adalah *wadi'ah*, sedangkan *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ahyad al-amanah*. Aplikasi

perbankan *wadi'ahyad al-amanah* merupakan persewaan dalam istilah kotak simpanan yang berfungsi sebagai sarana penyimpanan barang dengan harga pelanggan. Bank mendapatkan biaya sewa dari layanan tersebut.

d. Religius Stimuli

Religius stimuli merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman ataupun keyakinan (keberagamaan) yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan ekonomi. Variabel ini terbagi dari dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan beragama.

- a. Pengertian produk yang dimaksud di sini adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk pembelian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk jasa bank memiliki ciri khas masing-masing. Oleh karena itu, penentuan produk bank harus dikelola dengan baik agar masyarakat benar-benar memahami produk yang ditawarkan oleh bank syari'ah. Karena produk dan layanan bank konvensional sangat berbeda dengan bank syari'ah.³⁶
- b. Ketaatan beragama merupakan tingkat kesadaran dan ketaatan seseorang untuk melakukan apa yang diyakini dalam menjalankan apa yang diajarkan dalam agama yang dianutnya. Karena kesadaran ini merupakan

³⁶ Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'h di Semarang*, Kumpulan Makalah ACIS "Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa"(Palembang, 2008) 159.

awal mula ekspresi konten dalam kehidupan praktis sebagai dasar proses perilaku ekonomi keagamaan.³⁷

Larangan penerapan metode riba tidak hanya dalam Islam, tetapi juga dalam kitab suci agama lain. Mengutip dari buku "*Mengapa Memilih Bank Syariah?*" St John Chrysostom berpendapat bahwa larangan Perjanjian Lama bagi orang Yahudi juga berlaku untuk pengikut Perjanjian Baru, yang ditemukan dalam "*Old testament*"

- Exodus, Chapter 22 Verse 25:

"Jika Engkau meminjamkan uang kepada salah satu ummatku, orang miskin di antara kamu, janganlah bertindak sebagai penagih utang terhadapnya, janganlah membebani (memungut) bunga uang padanya".³⁸

Larangan umum bunga bagi orang Kristen yang dikeluarkan oleh Dewan Vienne (*Council Of Vienne*) menyatakan bahwa siapa pun yang menganggap bunga adalah sesuatu yang tidak bersalah, maka dia telah meninggalkan agama Kristen. Secara teologis cukup jelas bahwa metode mengambil bunga menyangkal dari ketetapan Tuhan dan menempatkan ekonomi semata-mata pada kekuatan manusia.

Berkaitan dengan larangan universal riba ini, maka persepsi bahwa layanan perbankan syariah sangat erat kaitannya dengan ritual keagamaan dalam Islam adalah salah. Bank syariah dapat memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah non muslim, dan nasabah non muslim diperbolehkan menyimpan

³⁷ Muslim A. Kadir, *Ilmu Islam Terapan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003) 55.

³⁸ Alkitab, (Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia, 1985) 4. Dikutip dari Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo "*Mengapa Memilih Bank Syariah*" (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2005) 62.

dananya di bank syariah, bahkan beberapa bank besar di Amerika dan Eropa sudah memiliki *Islamic Window*.³⁹

Adapun syarah hadits yang melarang riba yaitu:

إِذَا ظَهَرَ الزُّنَا وَالرِّبَا فِي قَرْيَةٍ فَقَدْ أَحَلُّوا بِأَنْفُسِهِمْ عَذَابَ اللَّهِ

Terjemahnya:

“Apabila telah marak perzinaan dan praktek ribawi di suatu negeri, maka sungguh penduduk negeri tersebut telah menghalalkan diri mereka untuk diadzab oleh Allah.” (HR. Al Hakim)

Dalam perbankan syari'ah islam juga melayani nasabah yang bukan muslim. Ajaran Islam mengatakan bahwa turunnya Islam adalah menjadi berkah bagi seluruh alam. Oleh karena itu tidak ada halangan untuk itu melayani nasabah non muslim selama tidak merugikan kedua belah pihak.⁴⁰

Sikap melayani merupakan sikap utama seorang marketing. Sikap melayani yang baik dan sesuai dengan etika Islam adalah dengan sopan, santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk menjadi murah hati, sopan dan ramah saat berhubungan dengan mitra bisnis mereka. Sikap untuk melayani juga merupakan salah satu ajaran yang cukup mewarnai pola kerja umat Kristiani.⁴¹

8. Nasabah Non Muslim

Nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari suatu perusahaan perbankan,

³⁹Sjahdeni, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999) 3.

⁴⁰Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992) 51.

⁴¹Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006) 75.

termasuk kegiatan pembelian, persewaan dan jasa.⁴² Sedangkan pengertian nasabah menurut KBBI adalah orang yang biasanya berhubungan dengan atau menjadi konsumen suatu Bank (dalam istilah keuangan).⁴³

Sedangkan non muslim ialah orang atau kelompok yang tidak menganut agama islam yang mencakup sejumlah agama dengan segala bentuk kepercayaan masing masing.

Jadi, nasabah non muslim dapat disimpulkan sebagai konsumen atau pelanggan yang bukan dari kalangan islam (penganut agama selain islam) yang memanfaatkan produk dan jasa perbankan syariah itu sendiri.

C. Kerangka Pikir

Pesatnya perkembangan perbankan syariah tidak semata-mata karena dukungan regulasi pemerintah tetapi juga didukung oleh kualitas dan layanan perbankan syariah yang semakin baik. Layanan, kualitas, variasi produk, meminimalisasi risiko yang memberikan manfaat bagi nasabah serta profesionalisme pengelola perbankan syariah yang semakin meningkat kini membuat perbankan syariah perlahan mampu bersaing dengan perbankan konvensional secara profesional. Perbankan syariah terbukti lebih menguntungkan bagi nasabah karena dalam operasionalnya lebih berhati-hati untuk tidak mengandalkan spekulasi yang justru dapat membawa risiko fatal bagi nasabah.

Perbankan syariah yang terbukti lebih adil dan menguntungkan kini semakin berkembang dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas, dalam hal ini

⁴² Mislah Hayati Nasution, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*, (Jurnal Nisbah 2015 Vol. 1 No. 1) 65.

⁴³ KBBI, 2016. *Badan pengembangan dan pembinaan bahasa*, kementerian pendidikan dan kebudayaan RI.

tidak hanya masyarakat muslim tetapi juga masyarakat non muslim. Padahal komunitas non muslim memiliki prinsip ajaran tersendiri dalam mengatur kehidupan antar sesama manusia. Hal ini dikarenakan selain berpegang teguh pada prinsip kebersamaan yaitu untung dibagi rata, resiko juga ditanggung bersama, sistem perbankan syariah juga lebih bersih, karena semua transaksi harus sesuai dengan ajaran syariah Islam.

Hal tersebut diatas menjadi salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus pada konsumen non muslim, dimana penelitian sebelumnya hanya difokuskan pada nasabah yang mayoritas muslim. Adapun faktor-faktor yang telah terbentuk diantaranya adalah:

1. Faktor Lokasi

- a. Lokasi Bank Syariah yang strategis dan berada di daerah yang aman
- b. Fasilitas seperti ATM dan Cabang Bank Syariah di berbagai daerah

2. Faktor Promosi

- a. Agar keberadaan Bank Syariah dan kegiatannya dapat diketahui masyarakat luas maka perlu beriklan di media massa (TV dan surat kabar)
- b. Sosialisasi mengenai promosi dengan menonjolkan keunggulan produk bank syariah, melalui bahasa komunikasi yang dapat dipahami konsumen

3. Faktor Produk

- a. Produk Bank syariah yang beragam, menarik, dan inovatif
- b. Manfaat dan keuntungan yang terdapat dalam produk Bank Syariah.

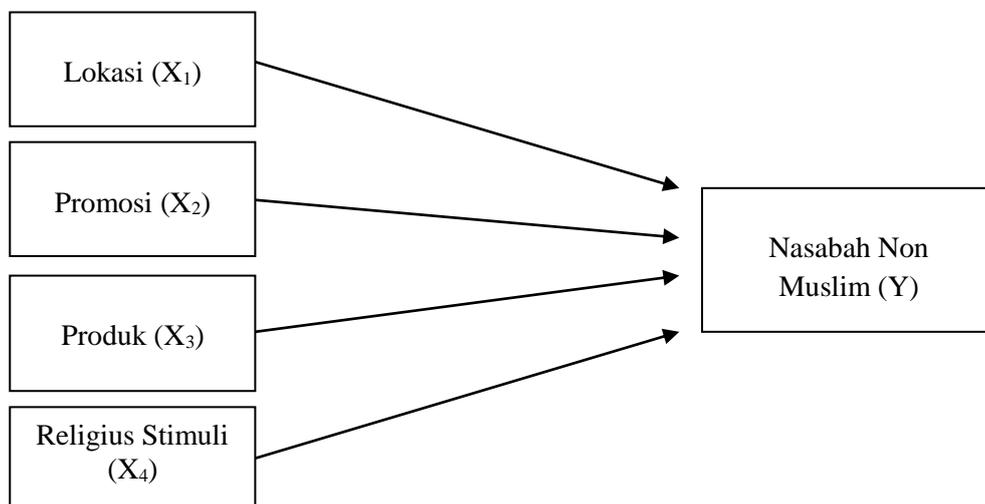
4. Faktor Religius Stimuli

Yaitu faktor pengetahuan dan pengalaman keragaman yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan ekonomi. Variabel ini memiliki dua dimensi yaitu :

- a. dimensi pemahaman produk
- b. ketaatan terhadap agama

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka pikir penelitian ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 1.1



Dimana Y merupakan variable Dependen, dan X₁, X₂, X₃, dan X₄ merupakan variable Independen.

Dalam konteks penelitian ini, aspek yang diukur dari minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri kota Palopo meliputi: Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban sementara atas rumusan masalah pada penelitian, oleh sebab itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. walaupun jawaban yang diberikan masih sementara untuk teori yang relevan, namun belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, sehingga hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis untuk rumusan masalah penelitian, bukan jawaban empiris, kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan sebagai berikut:

H₀1: Tidak Terdapat pengaruh lokasi terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H_i1: Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H₀2: Tidak Terdapat pengaruh promosi terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H_i2: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H₀3: Tidak Terdapat pengaruh Produk terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H_i3: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H₀4: Tidak Terdapat pengaruh religious stimuli terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H₁4: Terdapat pengaruh yang signifikan religious stimuli terhadap nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H₀5: Tidak Terdapat pengaruh terhadap lokasi, promosi, produk dan religious stimuli terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

H₁5: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap lokasi, promosi, produk, dan religious stimuli terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berbasis pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penilaian. Isi dari rencana analisis data selalu berpedoman pada rencana penelitian yang dirumuskan dan data yang siap diolah.⁴⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian tersebut dilakukan Kantor Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yang beralamat di Jl. Ratulangi No.62, Kota Palopo pada tanggal 07 September 2020.

C. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan memberi makna atau menetapkan kegiatan, atau memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.⁴⁵

1. Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel bebas dalam penelitian ini ialah pengaruh non muslim menjadi nasabah di Bank Mandiri Syariah, diantaranya:

a. Lokasi

⁴⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, (Cet. 1, Jakarta: Kencana, Ed. 1, 2003), 28.

⁴⁵ Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983) 152.

Lokasi yang dimaksud disini adalah tempat untuk mengoperasikan produk perbankan serta mengatur dan mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip hukum Islam.

Dalam bisnis jasa perbankan, penentuan lokasi bank merupakan faktor penting. Dalam persaingan yang ketat, penentuan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam kegiatan pengumpulan dana dari masyarakat dan penyaluran refinancing kepada masyarakat. Karena dengan penentuan lokasi yang tepat maka pencapaian target bank akan tercapai.⁴⁶

Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus dilakukan dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun di tempat yang strategis, dekat dengan nasabah, mudah dijangkau, dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan BI. Menentukan lokasi pada hakikatnya adalah mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah pembiayaan.⁴⁷

b. Promosi

Merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang paling sering diidentikkan dengan kegiatan pemasaran dalam arti sempit. Dalam dunia perbankan syariah, promosi merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan perbankan syariah. Promosi adalah cara paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan semua jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi untuk

⁴⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010) 131.

⁴⁷Sentot Imam Wahjono, *Pengantar Manajemen* (Depok, PT. Raja grafindo persada, 2019) 126-127.

mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga mempengaruhi nasabah untuk membeli dan pada akhirnya promosi tersebut juga akan meningkatkan citra bank di mata nasabahnya.⁴⁸

c. Produk

Yang dimaksud dengan produk penyaluran dana terdiri atas: jual beli, prinsip sewa, dan prinsip bagi hasil. Sedangkan produk penggalangan dana terdiri atas prinsip wadiah dan prinsip mudharabah. dan produk jasa perbankan terdiri dari, *sharf* (jual beli valas), dan *ijarah* (sistem sewa).

d. Religius Stimuli

Religius Stimuli yaitu dorongan agama yang mempengaruhi minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank syaria'ah termasuk pemahaman produk dan ketaatan pada agama.

2. Variable terikat (dependent variable)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk tabungan atau sebagai peminjam di bank syariah.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah 13 nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Penentuan jenis populasi ini didasarkan pada data yang didapatkan di lokasi penelitian dalam hal ini adalah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

⁴⁸M.Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010) 170.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi tersebut⁴⁹. Dalam penelitian ini jumlah anggota populasi terlalu minim, sehingga penulis menjadikan seluruh populasi sebagai sampel. Jadi dalam penelitian ini besar sampelnya adalah 13 nasabah non muslim, namun terdapat 2 nasabah yang enggan memberikan tanggapan dan pendapatnya dipublikasikan mengenai minat menabung pada bank syariah mandiri di kota palopo, sehingga penulis mengambil sampel penelitian hanya 11 orang nasabah non muslim.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari jurnal atau data lain yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi, yaitu cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pengawasan secara langsung terhadap objek yang hendak diteliti.
- b. Interview (wawancara) yaitu teknik pengumpulan data dimana penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan beberapa bagian terkait untuk mendapatkan data yang relevan dengan penelitian ini.

⁴⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Cet. 23, Bandung : Alfabeta, 2013), 62

- c. Library Research (Studi kepustakaan) dilakukan dengan membaca buku dan majalah yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, skripsi, skripsi dan skripsi sebagai acuan penelitian sebelumnya dengan cara browsing di internet untuk mencari artikel dan jurnal atau data yang dapat membantu hasil penelitian.
- d. Metode Angket (Kuesioner) yaitu dilakukan dengan menyebarkan angket berupa daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam kuisisioner ini, peneliti membagi empat jenis tabel pernyataan dengan beberapa variabel diantaranya yaitu Variabel lokasi, produk, promosi, dan religious stimuli terhadap minat nasabah non muslim menabung di bank syariah mandiri kota palopo.

F. Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, dengan menggunakan metode skala likert (*Likert's Summated Ratings*). Menurut Sugiyono, Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.⁵⁰ Pengukuran indikator ini menggunakan asumsi skala likert 5,4,3,2,1.

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel apa yang akan diukur dan

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 132.

apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner yang digunakan disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu skala yang memuat lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut.:⁵¹

- a. SS : Sangat setuju nilainya 5
- b. S : Setuju dengan nilai 4
- c. N : Nilai netral adalah 3
- d. TS : Tidak setuju, nilainya 2
- e. STS : Sangat Tidak Setuju dengan Nilai 1

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan⁵².

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dicoba dengan menyamakan nilai *Rhitung* (buat tiap butir bias dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*).

⁵¹Sukron, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank BNI Syariah Cabang Semarang*, skripsi (Semarang: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2012), 27.

⁵²Ridwan Sunarto, “*Penghantar Statistika*” (Bandung: Alfabeta, 2013), 348.

Standar validitas yang digunakan yaitu $> 0,396$ sehingga jika pernyataan memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Uji validitas berlaku hanya 25 responden. Adapun hasil uji validitas kuesioner penelitian sebagai berikut :

2. Uji reliabilitas

Uji ini adalah instrument yang akan menilai suatu kuesioner, indicator variabel atau komposisi, jika tanggapan seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner tersebut dapat diandalkan, untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan uji statistic cronbach *Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan $\alpha > 0,6$.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan atau yang digeneralisasikan. Analisis ini juga berfungsi untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk informasi ringkas yang mudah dipahami.⁵³

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat dikatakan sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian diasumsikan dengan asumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam model analisis regresi linier yaitu diantaranya :

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 206.

- a. Uji normalitas data, digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi tersebut berdistribusi normal atau tidak.
- b. Uji Linieritas, yaitu salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan untuk mengetahui adakah sifat linear antara variabel X dan Y, mempengaruhi tingkat valid atau tidaknya model regresi yang dihasilkan.
- c. Uji multikolinearitas, yaitu kondisi dimana model regresi menemukan adanya korelasi yang sempurna antar variabel independen. Dalam model regresi yang baik tidak boleh ada korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi simpanan nasabah pada bank syariah dan nasabah non muslim digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hubungan suatu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas disebut analisis Regresi Linier Berganda.⁵⁴

Regresi linier berganda merupakan perluasan dari teknik regresi jika terdapat lebih dari satu variabel independen untuk melakukan prediksi terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk

⁵⁴Wsih Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2004), 79.

mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat atau dependen.⁵⁵

b. Uji – f (simultan)

Priyatno menyatakan uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi $<0,05$ maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima. Dalam hal ini peneliti akan menguji secara simultan Variabel Lokasi (X1), Promosi (X2), Produk (X3) dan Religius stimuli (X4) baik secara parsial maupun simultan pada nasabah non muslim (Y).

c. Uji – t (parsial)

Priyatno menyatakan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial terhadap variabel terikat (dependen) berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi $<0,05$ maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima.⁵⁶

d. Korelasi Berganda (R)

Korelasi berganda (R) adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel X dan variabel Y, nilai R berkisar dari 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah.

e. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

⁵⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 295.

⁵⁶*Ibid.*. 93.

Dalam model regresi linier berganda ini, kita akan melihat besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat koefisien total determinasi (R^2) R Square atau kuadrat R yang menunjukkan nilai koefisien determinasi. . Angka tersebut diubah menjadi persen yang artinya persentase kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bagian ini, hasil penelitian yang diperoleh dari kuisisioner akan diuraikan dalam bentuk jawaban nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri Kota Palopo terhadap variabel Lokasi (X1), Promosi (X2), Produk (X3) Religius Stimuli (X4) dan Nasabah Non-Muslim (Y).

Dalam kuesioner, responden ditanyai tentang sikap mereka terhadap item pertanyaan yang jawaban alternatifnya diberikan dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Item dan butir pertanyaan ini merupakan tanggapan / sikap responden terhadap hal-hal yang ada pada pertanyaan berdasarkan apa yang mereka alami atau rasakan dan yang dapat mendorong mereka untuk bergabung menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Dalam penelitian ini penulis memaparkan hasil angket atau kuesioner yang disebar kepada 11 nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Tabel 2.1.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000

	Std. Deviation	,16241630
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,124
	Negative	-,102
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil tampilan tersebut diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikan tersebut $> 0,05$ atau $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Table 2.2.
Uji Linearitas

			Mean Square	F	Sig.
MINAT * PROMOSI	Between Groups	(Combined)	9,710	38,841	,025
		Linearity	48,902	195,607	,005
		Deviation from Linearity	4,111	16,446	,059
	Within Groups		,250		
Total					

Berdasarkan tampilan output tersebut diketahui nilai signifikan *Deviation From Linearity* sebesar $0,059 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel X dan Y .

c. Uji Multikolonieritas

Table 2.3.
Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF

1	(Constant)	-2,716	,994	-2,732	,034		
	LOKASI	,315	,045	6,971	,000	,28	3,567
	PROMOSI	,209	,035	6,041	,001	,32	3,102
	PRODUK	,271	,048	5,627	,001	,16	5,950
	RELIGIUS	,284	,058	4,899	,003	,15	6,657

Dari hasil uji multikolonieritas tersebut jika menggunakan besaran *tolerance* (α) dan *variance inflation factor* (VIF), dimana $\alpha/\text{tolerance} = 10\%$ atau 0,10 maka $VIF = 10$. Maka dari output hasil uji multikolonieritas tersebut, semua *tolerance* variabel bebas yaitu $0,280 = 28\%$ diatas 10% dan nilai VIF hitung dari variabel bebas yaitu < 10 . Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini antara variabel bebas tidak terjadi multikolonieritas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Table 2.4.
Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients			Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,716	,994	-2,732	,034		
	LOKASI	,315	,045	6,971	,000	,280	3,567
	PROMOSI	,209	,035	6,041	,001	,322	3,102
	PRODUK	,271	,048	5,627	,001	,168	5,950
	RELIGIUS	,284	,058	4,899	,003	,150	6,657

Persamaan Regresi Linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,716 + 0,315x_1 + 0,209x_2 + 0,271x_3 + 0,284x_4$$

Angka-angka tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -2,716, artinya jika nilai lokasi, produk, promosi dan religious stimuli nilainya 0, maka minat menabung (Y) nilainya negatif yaitu -2,716.

- b. Koefisien regresi variabel lokasi (X1) bertanda positif 0,315; Jika lokasi mengalami kenaikan nilai 1, maka minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,315. Koefisiennya bertanda positif artinya ada hubungan positif antara lokasi dengan minat menabung.
- c. Koefisien regresi variabel promosi (X2) bertanda positif 0,209; Jika promosi mengalami kenaikan nilai 1, maka minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,209. Koefisien bertanda positif artinya terdapat hubungan positif antara promosi dan minat menabung.
- d. Koefisien regresi variabel produk (X3) bertanda positif 0,271; Jika produk mengalami kenaikan nilai 1, maka minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,271. Koefisiennya bertanda positif, artinya ada hubungan positif antara produk dengan minat menabung.
- e. Koefisien regresi untuk variabel agama (X4) bertanda positif 0,284; Jika agama mengalami kenaikan nilai 1, maka minat menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,284 Koefisien bertanda positif artinya terdapat hubungan positif antara agama dengan minat menabung.

3. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 2.5
Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-2,716	,994		-2,732	,034
	LOKASI	,315	,045	,312	6,971	,000
	PROMOSI	,209	,035	,252	6,041	,001

PRODUK	,271	,048	,325	5,627	,001
RELIGIUS	,284	,058	,300	4,899	,003

a. Dependent Variable: Nasabah Non Muslim

Jika dilihat pada table 4.4 Nilai Sig. pada semua variabel indeviden diatas $< 0,05$, Maka Semua Variabel diatas berpengaruh Secara Parsial atau sendiri sendiri terhadap Y atau Minat menabung Nasabah Non Muslim di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Atau dengan cara Menentukan Nilai T tabel, dimana Rumus T tabel sebagai berikut, $DF = n - k = 11 - 5 = 6$. (2,446)

- 1) $6,971 > 2,446$ (X1 berpengaruh secara parsial terhadap Y)
- 2) $6,041 > 2,446$ (X2 berpengaruh secara parsial terhadap Y)
- 3) $5,627 > 2,446$ (X3 berpengaruh secara parsial terhadap Y)
- 4) $4,899 > 2,446$ (X4 berpengaruh secara parsial terhadap Y)

b. Uji Simultan (Uji F)

Table 2.6

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77,918	4	19,480	443,068	,000 ^b
	Residual	,264	6	,044		
	Total	78,182	10			

a. Dependent Variable: Nasabah Non Muslim

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, produ, Religius Stimuli

Dari hasil uji simultan (Uji-F) pada tabel 4.5 jika dilihat dari nilai signifikannya dimana jika nilainya Sig. $< 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil output “*Coefficients*” adalah nilai Sig. $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi, promosi, produk dan religious

stimuli secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat (Y).

4. Koefisien Determinasi

Tabel 3.1
Koefisien determinasi secara parsial
Variabel Lokasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,822 ^a	,675	,639	1,680

a. Predictors: (Constant), LOKASI

b. Dependent Variable: MINAT

Variabel Promosi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,791 ^a	,625	,584	1,804

a. Predictors: (Constant), PROMOSI

b. Dependent Variable: MINAT

Variabel Produk
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,720	,688	1,561

a. Predictors: (Constant), PRODUK

b. Dependent Variable: MINAT

Variabel Religius
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,778	,754	1,387

a. Predictors: (Constant), RELIGIUS

b. Dependent Variable: MINAT

Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square), jika dilihat dari rangkuman output model *summary* bahwa koefisien determinasi (R Square) untuk variabel

lokasi adalah 0,675 atau 67,5%, variabel promosi 0,62 atau 62,5%, variabel produk adalah 0,720 atau 72,0%, dan variabel religius 0,778 atau 77,8%.

Tabel 3.2
Koefisien Determinasi Secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,998 ^a	,997	,994	,210

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PROMOSI, PRODUK, RELIGIUS STIMULI

b. Dependent Variable: NASABAH NON MUSLIM

Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square), jika dilihat dari ringkasan output model *summary* bahwa koefisien determinasi (R Square) adalah 0,997 (nilai 0,997 merupakan kuadrat dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0.998 \times 0.998 = 0.997$). Besarnya koefisien determinasi (R Square) adalah 0,997 atau sama dengan 99,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi, produk, dan religious stimuli berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 99,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain sering disebut error (e).

B. Pembahasan

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri (BSM)

Bank Syariah Mandiri (BSM) dimulai pada tahun 1999. Kita ketahui bersama bahwa kurang lebih 2 tahun sebelum keberadaan bank ini, Indonesia mengalami krisis ekonomi & moneter yang parah sejak Juli 1997 yang berlanjut dengan dampak krisis di seluruh aspek kehidupan bangsa. , terutama yang terjadi di dunia bisnis. Dampaknya terhadap bank konvensional saat itu mengharuskan

pemerintah mengambil kebijakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sejumlah bank di Indonesia.

Bank syariah Indonesia secara konsisten menunjukkan perkembangannya dari masa ke masa. Meskipun belum mencapai 5% seperti yang direncanakan dalam Cetak Biru Perbankan Syariah 2002 yang akan dicapai pada tahun 2011, aset bank syariah terhadap total bank adalah 4,81% pada September 2013. Nilai ini lebih dari dua kali lipat pangsa pasar di awal tahun 2009.⁵⁷

Bank Syariah Mandiri Kota Palopo pertama kali beroperasi pada tanggal 27 Desember 2009 yang didirikan di Kota Palopo karena merupakan salah satu kawasan di Sulawesi Selatan yang memiliki potensi besar bagi Bank Syariah yang perekonomiannya sangat baik dan jumlah penduduk yang banyak. Selain itu, kedatangan Bank Syariah Mandiri pun disambut baik oleh masyarakat Kota Palopo. Dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat bahwa Bank Syariah Mandiri tidak kalah dengan bank konvensional. Karena dalam pemahaman masyarakat mereka hanya mengetahui kegiatan di dalam bank konvensional itu sendiri. Fungsi bank syariah sendiri adalah membantu masyarakat dalam pembiayaan usaha kecil dan menampung dana masyarakat yang prinsipnya sesuai dengan syariat syariat dalam agama Islam.

⁵⁷ Rizal Yaya, Akuntansi Perbankan Syariah: *Teori dan Praktik Kontemporer*, 23.

2. Visi dan Misi

Dalam setiap perusahaan atau organisasi pasti ada visi dan misi yang ingin di implementasikan dan diterapkan, termasuk perusahaan Bank Syariah Mandiri sebagai anak bank dari Bank Induk yaitu Bank Mandiri.

Visi Bank Syariah Mandiri :

" Memimpin peradaban ekonomi yang mulia ".

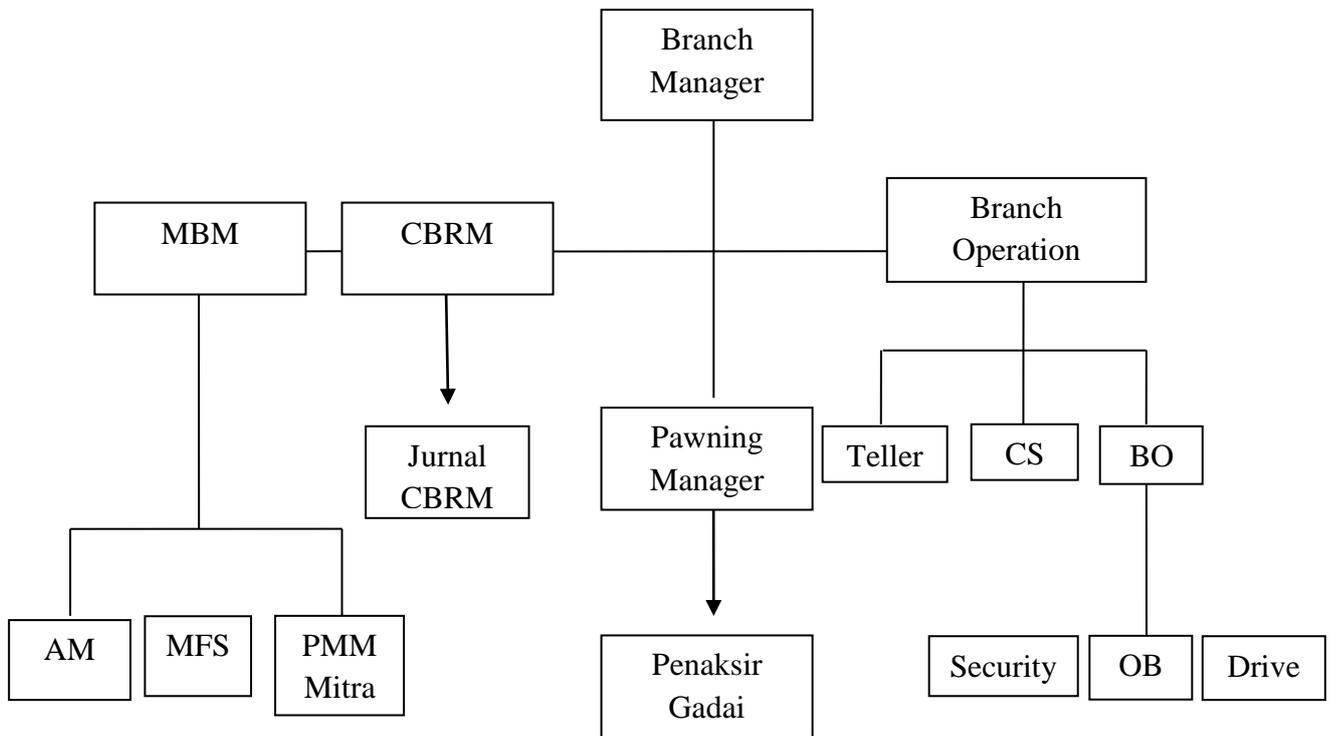
Misi Bank Syariah Mandiri :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkelanjutan di atas rata-rata industri.
- b. Mengutamakan penggalangan dana murah dan menyalurkan pembiayaan ke segmen UMKM.
- c. Mengembangkan manajemen bakat dan lingkungan kerja yang sehat.
- d. Meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- e. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo

Bank Syariah Mandiri (BSM) Kota Palopo, yang beralamat di jalan Ratulangi No. 62 A-B, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Struktur Organisasi Kantor Cabang Syariah adalah:

Gambar 1.2
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo



Keterangan:

MBM : Mikro Banking Manager

CBRM : Costumer Banking Relationship Manager

AM : Admin Mikro

MFS : Mikro Financing Staf

ASM (*Area Sales Manager*), bertugas memonitoring segala kegiatan yang berhubungan dengan gadai serta melaksanakan dan mengelolah prinsip prinsip yang telah ditetapkan oleh manajemen.

Kepala Unit (*Pawning Officer*), yang berperan sebagai kepala gadai bertugas untuk mengawasi dan mengontrol kegiatan usaha gadai.

Pelaksana Penaksir yaitu, bertugas mengestimasi atau menaksir agunan (barang jaminan) untuk menentukan kualitas dan mutu barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna menetapkan estimasi yang wajar dalam meminjamkan uang serta menjaga nama baik dan citra perusahaan.

4. Produk Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri memiliki produk dan layanan yang relatif lengkap untuk memenuhi kebutuhan individu :

- a. Tabungan
 - 1) BSM
 - 2) Simpatik
 - 3) Haji
 - 4) Umroh
 - 5) Qurban
 - 6) Dollar
- b. Pembiayaan
 - 1) Gadai : cicil dan emas
 - 2) Konsumer : pembiayaan pegawai, pembiayaan kepemilikan rumah, pembiayaan small.
- c. Mikro
 - 1) Pembiayaan usaha mikro : investasi dan modal usaha
 - 2) Pembiayaan serbaguna mikro : multi guna dan multi jasa.

5. Analisis Deskriptif

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri Kota Palopo sebanyak 11 orang yang ditemui penulis pada saat penelitian berlangsung. Terdapat beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin (*gender*) merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian ini, karena jenis kelamin seseorang akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	6	54,5
Laki-Laki	5	45,5
Total	11	100

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin pada table 2.1 di atas, maka jumlah responden terbesar adalah berjenis kelamin perempuan yakni 6 orang responden atau sebesar 54,5% dan responden berjenis kelamin laki laki yakni 5 orang atau sebesar 45,5%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun Karakteristik responden berdasarkan Umur dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Usia	Tanggapan Responden	
	Orang	Persentase (%)
30-45 tahun	4	36,4
45-65 tahun	7	63,6
Diatas 65 Tahun	-	-
Jumlah	11	100%

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan umur, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang berumur antara 45-65 tahun yakni sebanyak 7 orang atau sebesar 63,6%. Sedangkan Responden yang berumur antara 30-45 tahun yakni sebanyak 4 orang atau sebesar 36,4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri Kota Palopo didominasi oleh Pensiunan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden menurut pekerjaan dapat disajikan melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.3

Pekerjaan	Tanggapan Responden	
	Orang	Persentase (%)
IRT	2	15,1
Wiraswasta	3	30,4
Pensiunan	6	54,5
Jumlah	11	100

Pada Tabel 2.3 dapat dilihat Responden yang berprofesi sebagai IRT 2 responden atau sebesar 15,1 %, berprofesi sebagai Wiraswasta 3 orang atau sebesar 30,4% dan 6 responden atau sekitar 54,5% sebagai Pensiunan.

d. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4

Jenis Pendidikan	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
SD	-	-
SMP	-	-
SMA	3	27,3
Sarjana	8	72,7
Total	11	100

Berdasarkan tabel 2.4 menunjukkan bahwa dari 11 responden yang diteliti, tidak terdapat responden berpendidikan SD dan SMP, Sementara responden yang berpendidikan terakhir SMA sebanyak 3 orang atau sebesar 27,3%, dan selebihnya 8 orang atau sebesar 72,7% telah mendapatkan gelar Sarjana.

e. Karakteristik responden berdasarkan agama dan etnis

Agama adalah system yang mengatur kepercayaan dan peribadatan kepada tuhan yang maha kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan budaya, dan pandangan dunia yang menghubungkan manusia dengan tatanan kehidupan. Sedangkan Etnis atau suku bangsa ialah suatu golongan manusia yang

anggota-anggotanya mengidentifikasi dirinya dengan sesamanya, biasanya berdasarkan garis keturunan yang dianggap sama.

Karakteristik responden berdasarkan agama dan etnis dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.5

Agama	Responden	
	Etnis	Jumlah
Kristen	Toraja	9
Konghucu	Tionghoa	2
Total	-	11

Pada Tabel 2.5 dapat dilihat Responden yang beragama Kristen (Toraja) Sebanyak 9 orang, Sedangkan responden yang beragama konghucu (Tionghoa) sebanyak 2 Orang, dan dapat disimpulkan bahwa reponden yang paling banyak atau mendominasi pada penelitian tersebut ialah responden yang beragama Kristen (Toraja) Sebanyak 9 orang.

6. Pembahasan Hasil Analisis Data

a. Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk Dan Religius Stimuli Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa variabel lokasi, promosi, Produk dan Religius baik secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat menabung yaitu diperoleh nilai $< 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi, promosi, produk dan religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi, produk, promosi dan agama berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Kota Palopo. Variabel tersebut tentunya menjadi pertimbangan nasabah untuk menabung di bank syariah. Adanya variabel tersebut dapat membantu nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Misalnya, lokasi yang bisa dijangkau bisa menarik minat nasabah untuk menabung. Variabel promosi menarik minat dan keinginan nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Variabel produk sangat menentukan minat pelanggan. Karena semakin inovatif produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

b. Variabel yang Paling Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi (B) yang paling besar. Untuk menentukan koefisien regresi masing-masing variabel independen, ditampilkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 5.1
Koefisien variabel paling berpengaruh
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,716	,994		-2,732	,034
	Lokasi	,315	,045	,312	6,971	,000

Promosi	,209	,035	,252	6,041	,001
Produk	,271	,048	,325	5,627	,001
Religius	,284	,058	,300	4,899	,003

a. Dependent Variable: Minant Non Muslim

Dimana dasar pengambilan keputusannya adalah melihat dari angka pada nilai B (*beta*) jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah yaitu variabel Lokasi dengan nilai *Beta* mendekati angka 1 yang artinya hubungan semakin erat sebesar 0,315. Selanjutnya pengaruh Variabel Religius sebesar 0,284, pengaruh Produk sebesar 0,271, dan variabel promosi yang lebih mendekati angka 0 dengan nilai sebesar 0,209.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan SPSS, penulis menarik kesimpulan bahwa dari hasil uji koefisien determinasi (R Square), jika dilihat dari ringkasan model keluarannya terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,997 (nilai 0,997 merupakan kuadrat dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0,998 \times 0,998 = 0,997$). Besarnya koefisien determinasi (R Square) adalah 0,997 atau sama dengan 99,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel agama, promosi, lokasi dan produk berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 99,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain sering disebut error (e).
2. Dari hasil tersebut diketahui bahwa variabel lokasi, produk, promosi dan religious stimuli berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Kota Palopo. Variabel tersebut tentunya menjadi pertimbangan nasabah untuk menabung di bank syariah, semakin inovatif produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah.
3. Hasil koefisien regresi *Beta* (B) menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh yang paling dominan dengan nilai *Beta* mendekati angka 1 yang artinya semakin erat hubungannya yaitu sebesar 0,315.

Selanjutnya pengaruh Variabel religius stimuli sebesar 0,284, pengaruh Produk 0,271, dan variabel promosi paling rendah mendekati angka 0 dengan nilai 0,209, variabel promosi memiliki pengaruh paling kecil terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Hal tersebut diatas menandakan bahwa sebagian besar nasabah non muslim memilih menabung di Bank Syariah Mandiri (BSM) kota Palopo, dipengaruhi faktor Lokasi. Artinya semakin strategis lokasi maka semakin tinggi pula minat menabung di bank syariah khususnya bank syariah mandiri.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan saran yang kemungkinan besar dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan perlu dijaga oleh Bank Syariah Mandiri agar nasabah tetap berkomitmen menjadi nasabah setia dan tidak berpindah ke bank lain.
2. Hal yang tidak boleh dilupakan dalam dunia perbankan syariah adalah idealisme produk atau kinerja berdasarkan syariat Islam yang harus dijaga. Karena inilah ciri khas bank syariah yang bebas dari riba.
3. Bank syariah perlu mengembangkan fasilitas pelayanan, baik dari segi fisik maupun pelayanan kepada karyawannya. Dari segi fisik,

seperti: bertambahnya jumlah mesin ATM yang masih terbatas, serta pemenuhan teknologi modern (mesin setor tunai).

4. Bank syariah perlu melakukan promosi baik melalui media elektronik, media cetak, pendekatan langsung kepada masyarakat, bahkan dengan memberikan bonus kepada nasabah bank syariah yang nantinya akan berdampak pada masyarakat umum dalam hal ini non muslim. Selain itu dengan promosi yang baik maka akan menambah pengetahuan masyarakat tentang bank syariah.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau sumber referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang perbankan syariah khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkitab, (Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia, 1985) 4. Dikutip dari Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo “*Mengapa Memilih Bank Syariah*” (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2005)
- Arifin, Zainul. *Memahami Bank Syariah*, (Cet. II; Jakarta: AlfaBet, 2000)
- Darsyah, Moch. Sinungan, *Manajemen dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990)
- Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan terjemahnya, (Bandung: PT CORDOBA INTERNATIONAL INDONESIA)
- Gitosudarmo, Indriyo *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFYEY,1997)
- Hayati, Mislah Nasution, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*,(Jurnal Nisbah 2015 Vol. 1 No. 1)
- Karnaen, Perwataatmadja dan M. Syafi’i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992)
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula, *Syari’ah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006)
- Kasmir “*Pemasaran Bank*” (Jakarta: Kencana 2005)
- KBBI, Edisi V, (*Badan pengembangan dan pembinaan bahasa*) kementerian pendidikan dan kebudayaan RI, 2016
- Kementrian Agama RI, *Mushaf Alquran dan terjemahan*, (Bandung: Nur publishing,2007)
- Latifa, M. Alguad marvyn K. Lewis, *Perbankan Syariah prinsip praktek prospek*. (Jakarta: PT. Serambi ilmu Semesta, 2003), 264.
- Luthfi, M. Hamidi, *jejak jejak ekonomi syariah*, (Jakarta, Senayan abadi publishing, 2003)
- Machmudah, Rifa’atul “*faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah(studi pada Bank CIMB Niaga Syariah)*” IAIN Walisongo, Semarang (2009)
- Mappiare, Andi *Psikologi orang dewasa bagi penyesuaian dan pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing,1994)
- Muhammad. “*Bank Syari’ah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*” (Cet. 3, Yogyakarta: Ekonisa 2004)

Muslehuddin, Muhammad “*Sistem Perbankan Dalam Islam*” (Cet. II; Jakarta: PT Rineka Cipta, 1994)

Muslim, A. Kadir, *Ilmu Islam Terapan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003)

Nazir, Muhammad *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983)

Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, (Cet. 1, Jakarta: Kencana, Ed. 1, 2003)

Nur, M. Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Sentot Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010)

Rahmawaty, Anita *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'ah di Semarang*, (Palembang, 2008)

Rismayanti, Fenti *Pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk.* (cabang Bandung, Universitas Padjajaran, 2005)

Rosda, *Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Di Kota Palopo*, skripsi (Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2013)

Sjahdeni, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999)

Slamet, *Kebijakan Pengembangan dan Operasional Perbankan Syariah*, (KKL Fakultas Syariah IAIN Walisongo) 02 Juni 2009.

Solihin, Ahmad “*Fungsi, Peran, Tujuan, Prinsip dan Ciri-ciri Bank Syariah*”, (27 September 2015)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

Sukron, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank BNI Syariah Cabang Semarang*, skripsi (Semarang: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2012)

Sulaiman, Wsih. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2004)

Sulistia Sari Sainong, Dinda “*Pengaruh produk dan pelayanan terhadap nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah Mandiri Kota palopo*” IAIN Palopo (2017).

Susanto, Ahmad *teori belajar dan pembelajaran di sekolah dasar* (Jakarta, Kencana 2013)

Syafi'I, M. Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek* (Jakarta: Gema insani Pers, 2001)

Usman, Rachmadi, *Aspek aspek hukum perbankan Islam di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra aditya bakti, 2002)

Veithzal, Rivai "*Bank and Financial Institution Management Conventional & Shariah System*" (Ed. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007)

Wahjono, Imam *Pengantar Manajemen* (Depok, PT. Raja grafindo persada, 2019)

Wibowo, Edy dan Untung Hendi Widodo, "*Mengapa Memilih Bank Syariah*" (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005)

Yupitri, Evi & Raina Linda Sari, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi non muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan,*" (Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. 1. Nomor I, 2012)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 06 Mei 2021

Lamp : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Alfi Kaukab

NIM : 14.16.15.0001

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diseminarkan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

**ZAINUDDIN S, SE.,M.AK**
NIP. 19771018 200604 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 06 Mei 2021

Lamp : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Alfi Kaukab

NIM : 14.16.15.0001

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk seminarkan.
Demikian untuk diproses selanjutnya.*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing II

**Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA**
NIP. 19801004 200901 1 007

PERSETUJUAN PEMBIMBING

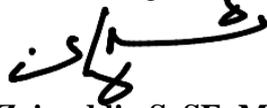
Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”** yang ditulis oleh:

Nama	: Alfi Kaukab
NIM	: 14.16.15.0001
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Disetujui untuk diujikan pada ujian seminar hasil. Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 06 Mei 2021

Pembimbing I



Zainuddin S. SE., M. AK
NIP. 19771018 200604 1 001

Pembimbing II



Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA
NIP.19801004 200901 1 007

KUESIONER/ANGKET

1. Variabel Lokasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Letak Bank Syariah di kota Palopo Sangat Strategis					
2	Bank Syariah di kota Palopo mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum					
3	Banyak akses jalan menuju ATM atau kantor Bank Syariah di kota Palopo					
4	Bank Syariah dekat dengan lingkungan masyarakat					
5	Bank Syariah mudah ditemukan ditempat umum					
6	Lokasi Bank Syariah yang strategis karna dekat dengan pusat kota dan pusat perbelanjaan					
7	Saya tertarik dengan Bank Syariah karna letak dan lokasi yang menarik					
8	Lokasi Bank Syariah tidak terlihat jelas dari tepi jalan					
9	Bank Syariah di Kota Palopo Masih minim atau kurang					
10	Sulit menemukan ikon atau galeri Bank Syariah ditempat keramaian					

2. Variabel Promosi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank Syariah di Kota Palopo melakukan promosi dengan terjun langsung ke calon nasabah					
2	Banyaknya keunggulan yang ditawarkan dari pihak Bank Syariah di Kota Palopo					
3	Promosi Bank Syariah di Kota Palopo selalu update melalui media cetak/elektronik					
4	Marketing melakukan promosi dengan sopan dan ramah					
5	Pihak Bank Syariah melakukan promosi dengan bahasa yang mudah dimengerti					
6	Saya mengetahui keunggulan dari Bank Syariah melalui brosur dan spanduk					
7	Promosi tentang Bank Syariah memberikan kesan dan pesan yang baik					
8	Karyawan Bank Syariah memberikan promosi dan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah					
9	Informasi mengenai keuntungan menabung di Bank Syariah jarang saya temukan					
10	Minimnya media yang memberikan informasi tentang Bank Syariah di Kota Palopo					

3. Variabel Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang ditawarkan Bank Syariah ke nasabah menarik					
2	Sistem bagi hasil yang diberikan oleh nasabah menguntungkan					
3	Biaya administrasi oleh Bank Syariah terjangkau dan murah					
4	Resiko dari Bank Syariah yang mungkin terjadi ditanggung bersama					
5	Investasi dari Bank Syariah yang ditawarkan baik dan halal					
6	Banyaknya fasilitas jaringan ATM dari Bank Syariah di Kota Palopo					
7	Produk dari Bank Syariah sesuai dengan manfaat dan kebutuhan Masyarakat / Nasabah					
8	Kinerja dan prinsip dari Bank Syariah tidak mengandung Riba atau Bunga					
9	Menurut saya, produk yang ditawarkan Bank Syariah lebih unggul dari Bank Konvensional					
10	Saya menabung di Bank Syariah karna produk dan fasilitas yang memadai					

4. Variabel Religius Stimuli

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saudara menggunakan jasa Perbankan Syariah sesuai dengan ajaran Agama anda					
2	Dalam Agama anda, sistem bunga Bank dilarang karna merugikan nasabah atau peminjam					
3	Sistem bunga Bank bertentangan dengan ajaran Agama anda					
4	Sistem bagi hasil sesuai dengan ajaran Agama anda					
5	Agama saudara menganjurkan untuk menjauhi bunga Bank					
6	Menurut anda dalam sistem Perbankan, keuntungan termasuk bunga Bank					
7	Diskusi tentang Bank Syariah menambah pemahaman saya tentang perbedaan sistem bunga dan bagi hasil					
8	Produk dan jasa yang ada pada Bank Syariah sudah sesuai dengan keinginan anda					
9	Perbankan Syariah bersifat tolong menolong dan bebas dari bunga Bank					
10	Menurut anda, keuntungan yang didapat dari Bank Syariah berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil					

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Palopo, 25 Mei 2021

Lamp : -
Hal : Skripsi an. Alfi Kaukab

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Di-
Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama	: Alfi Kaukab
NIM	: 14.16.15.0001
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
Judul	: Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*. Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

- | | |
|---|---|
| 1. Hendra Safri, S.E.,M.M.
Penguji I | () |
| 2. Abd. Kadir Arno, SE.Sy.,M.Si.
Penguji II | () |
| 3. Zainuddin S, SE.,M.Ak.
Pembimbing I | () |
| 4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A
Pembimbing II | () |

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*” yang ditulis oleh Alfi Kaukab, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 14.16.15.0001 Mahasiswa Program Studi *Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari *Jum’at, tanggal 21 Mei 2021* bertepatan dengan *9 Syawal 1442 H.* telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *Munaqasyah*.

TIM PENGUJI

- | | |
|---|---|
| <p>1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M
Ketua Sidang/Penguji</p> | <p>()
tanggal : 30 juli 2021</p> |
| <p>2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A
Sekretaris Sidang/Penguji</p> | <p>()
tanggal : 07 juli 2021</p> |
| <p>3. Hendra Safri, S.E.,M.M.
Penguji I</p> | <p>()
tanggal 25 mei 2021</p> |
| <p>4. Abd. Kadir Arno, SE.Sy.,M.Si.
Penguji II</p> | <p>()
tanggal : 07 juli 2021</p> |
| <p>5. Zainuddin S, SE.,M.Ak.
Pembimbing I</p> | <p>()
tanggal : 14 juli 2021</p> |
| <p>6. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A
Pembimbing II</p> | <p>()
tanggal : 07 juli 2021</p> |

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp :
Hal : Skripsi a.n. Alfi Kaukab

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di
Palopo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Alfi Kaukab
NIM : 14.16.15.0001
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut:

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Tim Verifikasi

1. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.
Tanggal: 07 Mei 2021

()

2. Megasari, S.Pd.,M.Sc
Tanggal : 18 Agustus 2021

()

RIWAYAT HIDUP

Alfi Kaukab, Lahir di Lamunre pada tanggal 08 November 1996. Penulis merupakan anak pertama dari lima bersaudara dari pasangan seorang ayah yang bernama Made Amiruddin dan Ibu Fatiamah. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Andi Kambo No. 79 Kec. Wara Timur Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2008 di SDN 34 Paconne. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di MTs.N 1 Belopa hingga tahun 2011. Pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan di SMK.N 2 Belopa dan mengambil jurusan Teknik Gambar Bangunan, dan aktif sebagai pengurus OSIS. Setelah lulus di SMK.N 2 Belopa di tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Negeri Kota palopo, dibidang yang ditekuni yaitu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo.