

DETERMINASI FAKTOR PEMAHAMAN TERHADAP MOTIVASI MASYARAKAT NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Ramlah Makkulasse

hjramlah@iainpalopo.ac.id

Institut Agama Islam Negeri Palopo

Jumarni

jumarni@iainpalopo.ac.id

Institut Agama Islam Negeri Palopo

Irwati Baslan

irwatibaslan27@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri Palopo

Abstract:

Pada era modern ini, kata Bank Syariah bukan lagi hal yang baru bagi masyarakat, khususnya di kalangan masyarakat non-muslim. Ketertarikan menjadi nasabah Bank Syariah tentu saja berkaitan dengan faktor pemahaman yang akan mempengaruhi keputusan dalam pemilihan Bank. Pokok permasalahan dalam penelitian ini yakni alasan utama masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank syariah. Permasalahan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah mengenai pemahaman masyarakat non-muslim, dimana suatu kaum atau kelompok yang dinilai jauh dari kata paham mengenai prinsip Islam yang terkandung di dalam sistem lembaga keuangan syariah, diantaranya adalah Bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor pemahaman mampu memotivasi masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode sampling Insidental dan kaidah Roscoe. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis ini menggunakan variabel bebas yaitu pemahaman sedangkan untuk variabel terikat menggunakan motivasi. Selanjutnya subjek penelitian ini merupakan masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS Versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor pemahaman diperoleh nilai Thitung sebesar 3,178 dan Ttabel sebesar 2,034 atau $3,178 > 2,034$ dan nilai signifikansi yang diperoleh oleh variabel pemahaman sebesar $0,003 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Artinya faktor pemahaman memiliki pengaruh positif signifikan terhadap motivasi masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,234 atau sama dengan 23,4%.

Kata Kunci : Nasabah Non Muslim. Keputusan Pembelian, Perbankan Syariah

1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif. Selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Juga merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin. Peluang tersebut tidak hanya disarankan oleh umat Islam saja, tetapi juga oleh umat non muslim, karena bank Islam/ bank syariah dinilai terbukti mampu menjadi sarana penunjang pembangunan ekonomi yang handal dan dapat beroperasi secara sehat, karena di dalam operasionalnya terkandung misi kebersamaan antara nasabah dengan bank. Selain itu, bank syariah dinilai mampu hidup berdampingan secara serasi dan kompetisi secara sehat serta wajar dengan bank-bank konvensional yang telah ada, karena bank syariah tidak bersifat eksklusif untuk umat Islam saja, tidak ada larangan bagi umat non muslim untuk melakukan hubungan dengan bank syariah.¹

Namun sehubungan dengan hal ini, permasalahan yang perlu dikaji bersama adalah alasan utama masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah apakah bukan sekedar alasan keagamaan semata ataukah prinsip yang dianut di dalam bank tersebut sehingga masyarakat memanfaatkan produk dan jasa perbankan syariah. Adalah keliru apabila ada yang memiliki persepsi bahwa jasa-jasa perbankan syariah berkaitan dengan ritual keagamaan atau kepribadatan dari agama Islam. Jasa-jasa perbankan syariah sama sekali tidak ada kaitannya dengan ritual keagamaan atau pibadatan. Oleh karena itu bank syariah boleh memberikan fasilitas pembiayaan dan jasa-jasa perbankan syariah yang lain bukan saja pada mereka yang beragama Islam (Muslim), tetapi juga kepada mereka yang tidak beragama Islam (non-Muslim).²

Di sisi lain, tidak hanya masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat, sehingga persepsi pasar syariah sendiri hanya di pahami sebagai pasar untuk kaum Muslim saja dan pasar yang "Tertutup" untuk kalangan non Muslim. Padahal, sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syariah sudah sejak lama diterapkan negara-negara Eropa, terutama Inggris. Jadi, persepsi bahwa pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syariah adalah "pasarnya" kaum muslim tidak tepat kemudian bagaimana dengan citra "Islam" dan permasalahan yang lain adalah, bahwa tidak semua orang yang menabung di bank itu karena motivasi keuntungan semata. Bisa jadi sekedar menyimpan uangnya untuk berjaga-jaga (precautionai motive).

Oleh karena itu faktor pemahaman dalam meningkatkan minat nasabah menjadi nasabah Bank Syariah sangatlah diperlukan. Hal ini jelas perlu di perhatikan. Bukan hanya pada nasabah muslim saja, tetapi juga pada nasabah non muslim itu sendiri. Khususnya pada kota palopo yang memiliki jumlah penduduk yang terbilang cukup banyak. Sekitar 172.916 orang³.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis mengemukakan hasil penelitian sebelumnya dengan masalah yang diangkat, di mana penulis belum menemukan hal yang serupa dengan

¹Muh Risky Adi Hirmawan, *FaktorFaktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah*, (Skripsi; Surakarta: Universitas Muhammadiyah, 2015) h.2

²Sjahdeini Sutan Remy, *Perbankan Syariah produk-produk dan Aspek hukum lainnya* (Jakarta: Prenadamedia group, 2014. Cet ke-1), h. 38.

³ Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Palopo tahun 2016

* Data sensus terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) kota Palopo tahun 2010.

penelitian ini, tapi penulis menemukan beberapa skripsi dan jurnal yang terkait dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu :

Rifa'atul Machmudah "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang)",¹ pada penelitian ini menggunakan metode penelitian Regresi Linear Berganda. Hasil penelitiannya mengenai pengaruh faktor-faktor lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah baik secara parsial maupun simultan, dan untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah diantara ke enam faktor diatas. Uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan signifikan. Dari uji F sebesar 10.2034 yang mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi terhadap minat nasabah non-muslim menjadi nasabah bank syari'ah. Dari koefisien determinasi diketahui bahwa 95.4% variasi minat nasabah non-muslim menjadi nasabah bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang) dapat di jelaskan oleh faktor lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi sedangkan sisanya sebesar 4.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis. Dan dari model regresi tersebut dapat diketahui bahwa profit sharing (X5) merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang.⁴

Evi Yupiter dan Raina Linda Sari "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan".⁵ Penelitian ini menggunakan metode penelitian Regresi Linear Berganda. Hasil penelitiannya tentang pengaruh fasilitas, promosi dan produk Bank syariah Mandiri terhadap pemilihan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0,469 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Sedangkan variabel promosi (X2) memiliki pengaruh yang kuat yaitu 0,730 begitu pula variabel produk (X3) memiliki pengaruh yang kuat terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri

Yunus Mustaqim "Motivasi Nasabah Non-Muslim Berafiliasi di Lembaga Keuangan Syari'ah (Studi Kasus di BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem)". Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rate of Return, Atribut keislaman, Tokoh agama (Religius) dan Warrients. Dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif, dimana alat uji yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji normalitas data, uji penyimpangan asumsi klasik, uji koefisien determinan, uji hipotesis dan uji f (Simultan) serta uji statistik. Dari hasil penelitian menunjukkan profit sharing berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah berafiliasi. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan data dari profit sharing sebesar 47,27% responden setuju atas bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah.⁶

⁴ Rifa'atul Machmudah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Musli Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)", (Skripsi; Semarang : IAIN, 2009)

⁵ 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, No. 1, Desember 2012

⁶ Yunus Mustaqim, "Motivasi Nasabah Non-Muslim Berafiliasi di Lembaga Keuangan Syari'ah (Studi Kasus di BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem)", (Skripsi: STAIN KUDUS Ekonomi Islam, 2008)

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Asosiatif (hubungan). Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu dengan menggunakan teknik Sampling Insidental. Yaitu teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, maksudnya siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample. Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok ebagai sumber data.⁵ Dikarenakan keterbatasan waktu, tempat serta biaya yang tidak memungkinkan bagi peneliti, serta keterbatasan informasi yang diberikan oleh pihak bank (selaku tempat/lokasi penelitian) dikarenakan adanya aturan pada instansi tersebut yang biasa disebut dengan ‘Rahasia Bank’ yang tidak memungkinkan bagi pihak tersebut memberikan informasi secara mendetail kepada peneliti.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, atau dari lokasi penelitian secara langsung.⁷ Data primer pada penelitian ini didapat dengan memberikan angket pada nasabah non muslim yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Palopo.

Penyelesaian penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Adapun analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Sederhana. Dimana teknik ini adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel dependen menerangkan variabel independennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linear, dimana perubahan pada variabel X akan di ikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non linear, perubahan variabel X tidak diikuti dengan perubahan variabel Y secara proporsional. Seperti pada model kuadrat. Perubahan X di ikuti oleh kuadrat dari variabel X. Hubungan demikian tidak bersifat linier

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

**‘Tabel 1
oefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,545	5,249		4,105	,000
Pemahaman	,534	,168	,484	3,178	,003

a. Dependent Variable: Motivasi

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka hasil yang dikembangkan dalam sebuah model persamaan regresi:

$$\begin{aligned} \text{Diminta: } y &= a + bx + e \\ y &= 21,545 + 0,534 + 0,168 \end{aligned}$$

Adapun hasil dari pengujian regresi sederhana, maka hasil yang dikembangkan dalam sebuah model persamaan regresi: $y = a + bx + e$ yaitu $y = 21,545 + 0,534 + 0,168$. Maka dari persamaan diatas dapat diinterpretasikan nilai konstanta (a) sebesar 21,545 artinya nilai motivasi dipengaruhi oleh variabel pemahaman bernilai positif. Dan bx artinya apabila tanggapan responden positif maka variabel pemahaman mengalami

peningkatan sebesar 0,534. Sedang nilai standar eror (e) dari variabel pemahaman sebesar 0,168.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen pemahaman berpengaruh pada variabel dependen motivasi. Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- Jika sig <0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika sig >0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji Parsial t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,545	5,249		4,105	,000
	Pemahaman	,534	,168	,484	3,178	,003

a. Dependent Variable: Motivasi

Berdasarkan hasil uji statistik diatas dapat diketahui besarnya nilai t_{hitung} pada variabel independen yaitu Pemahaman (X) nilai t_{hitung} (3,178) > t_{tabel} (2,034) yang berarti bahwa variabel Pemahaman (X) berpengaruh terhadap variabel Motivasi (Y) dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$. Dengan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel Pemahaman (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo.

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,234	,211	3,62228

a. Predictors: (Constant), Pemahaman

b. Dependent Variable: Motivasi

Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square) dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,234. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0.234 atau sama dengan 23,4%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel pemahaman berpengaruh terhadap motivasi masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo sebesar 23,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 23,4\% =$

76,6%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut standar error (e).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, serta hasil analisis data yang dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam uji parsial (Uji-t) diperoleh nilai pada variabel faktor pemahaman (X) thitung sebesar 3,178 dan ttabel sebesar 2,034 ($3,178 > 2,034$) yang berarti terdapat pengaruh variabel faktor pemahaman (X) terhadap variabel Motivasi (Y). Dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima), artinya variabel Faktor Pemahaman (X) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Motivasi masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,234 atau sama dengan 23,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 23,4\% = 76,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain ini biasa disebut dengan standar error (e). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel empathy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan bukti pengujian yaitu dengan membandingkan besarnya nilai T hitung dan T tabel, memberikan hasil bahwa nilai T hitung lebih besar dari T tabel atau $3,476 > 1,660$ dan nilai P value $< 0,05$ ($0,04 < 0,05$) hasil ini memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sari Laut Selera Kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzan Noor Bakri, *Spiritual Marketing*, (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2016)
- Cecep Maskanul Hakim, *Belajar Mudah Ekonomi Islam*, (Cet.1, Tangerang selatan Banten: Shuhuf Media Insani, 2011)
- Hasibuan Malayu S.P, *Organisasi & Motivasi 'Dasar Peningkatan Produktivitas'*, (Jakarta: Sinar Frafika Offset, 2001).
- Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah 'Analisis Fiqih & Keuangan*, (Cet. 2, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016)
- M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori dan Praktek*, (Cet. I, Jakarta: Gema Insani Pres, 2001)
- Sjahdeini Sutan Remy, *Perbankan Syariah produk-produk dan Aspek hukum lainnya* (Jkarta: Prenadamedia group, 2014. Cet ke-1)
- Sugiyono, *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Tarmizi Erwandi, *harta haram muamalat kontemporer*, (Cet. 16, Bogor: P.T. Berkat Mulia Insani, 2017)
- Thoha Mifta, *Perilaku Organisasi 'Konsep Dasar Dan Aplikasinya'*(Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Wahjono Sentot Imam, *Perilaku Organisasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)

Evi Yupitri dan Raina Linda Sari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1, Desember 2012

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etnis China-Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syari Dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran (Ke-05) Skripsi Makalah Artikel Jurnal.Html. diakses (08 Juli 2017)

Fithri Tyas Hapsari dan Irfan Syauqi Beik, *Analisis Faktor Yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta*". *Jurnal Al-Muzara'ah*, Vol. 2, No. 1. (ISSN p: 2337-6333; e: 2355-4363). h. 70-71

Zulkifli Matondang, "Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian", *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED* Vol. 6 No. 1, juni 2009

<https://www.e-jurnal.com/2014/03/pengertian-motivasi-kerja.html> (diakses pada Jumat 25 Januari 2019)