

# **SKRIPSI**

## **FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri)**

Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh :

**Titin Herawati**

**217120133**

**KONSENTRASI PERBANKAN  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM**  
**MENJADI NASABAH BANK SYARIAH**  
**(Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri)**

Telah memenuhi syarat dan disetujui

Mataram, Juli 2021

**Menyetujui:**

**Pembimbing I**



**Drs. Amil, M.M.**

**NIDN: 0831126204**

**Pembimbing II**



**Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M**

**NIDN: 0828108404**

**Mengetahui :**

**Program Studi Administrasi Bisnis**  
**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**  
**Universitas Muhammadiyah Mataram**

**Ketua Program Studi**



**Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M.**

**NIDN.0828108404**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM**  
**MENJADI NASABAH BANK SYARIAH**  
**(Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri)**

Oleh :

Titin Herawati  
217120133

Telah dipertahankan didepan penguji  
Pada Tanggal 7 Juli 2021  
Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Tim Penguji

Drs. Amil, M.M.  
NIDN.0831126204

Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M.  
NIDN.0828108404

Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.  
NIDN.0831128310

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M.  
NIDN.0828108404

Mengetahui

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram  
Dekan

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.  
NIDN.0806066801

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

1. Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
3. Apabila ternyata dalam Naskah Skripsi ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat  
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [upt.perpusummat@gmail.com](mailto:upt.perpusummat@gmail.com)

**SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : TIFIN HERAWATI  
NIM : 217120133  
Tempat/Tgl Lahir : SUMBAWA / 20 MARET 1999  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Fkipol  
No. Hp/Email : 085969501631 / tfinherawati419@gmail.com  
Judul Penelitian : -

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM  
MENJADI NAKABAH DI BANK SYARIAH (studi kasus Bank  
Dinar BPR Dinar Ashri )

*Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain.* 50%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya *bersedia menerima sanksi* sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 26 Juli 2021

Penulis



Titin Herawati  
NIM. 217120133

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904



## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

### UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat  
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [upt.perpusummat@gmail.com](mailto:upt.perpusummat@gmail.com)

#### SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : TITIM HERAWATI  
NIM : 217120133  
Tempat/Tgl Lahir : Sumbawa / 20 Maret 1999  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : PISIPOL  
No. Hp/Email : 085964321631 / titiherawati1998@gmail.com  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPERUBAHNI NON MUSLIM  
MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Bank  
Dinar BPRS Dinar Atri)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 26 Juli 2021

Penulis



Titim Herawati  
NIM. 217120133

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

## RIWAYAT HIDUP



Titin Herawati, Lahir di Sumbawa pada tanggal 20 Maret 1999, Anak dari pasangan Bapak Hertim dan Ibu Erdawati. Saya merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

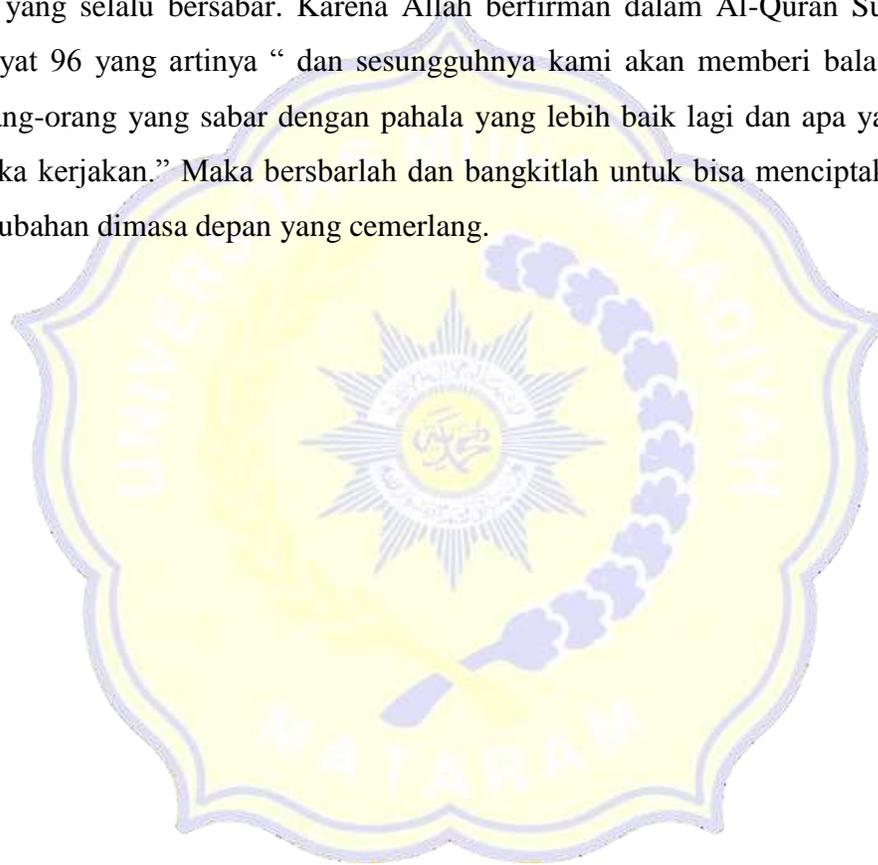
Tahun 2005 masuk ke Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Mapin Rea dan lulus pada tahun 2011. Pada tahun yang sama melanjutkan sekolah ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Alas Barat dan lulus pada tahun 2014. Di tahun yang sama melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Alas Barat dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun yang sama melanjutkan ke perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Mataram, di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Konsentrasi Perbankan memulai jalur mandiri tertulis.



## MOTTO

Hidup adalah sebuah perjuangan!!!

Perjuangan untuk menggapai sebuah impian dimasa yang akan datang. Jangan mudah berputus asa ketika kita terjatuh. Bangkitlah dengan semangat yang tiada henti. Ketika kita gagal, maka bangkitlah dari kegagalan tersebut dan yakinlah bahwa kegagalan adalah awal dari sebuah kesuksesan dan Allah selalu bersama hambanya yang selalu bersabar. Karena Allah berfirman dalam Al-Quran Surat An-Nahl ayat 96 yang artinya “ dan sesungguhnya kami akan memberi balasan kepada orang-orang yang sabar dengan pahala yang lebih baik lagi dan apa yang telah mereka kerjakan.” Maka bersabarlah dan bangkitlah untuk bisa menciptakan sebuah perubahan dimasa depan yang cemerlang.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri)”**.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kami dari jalan yang gelap gulita menuju jalan yang terang benderang.

Penulis membuat penelitian skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB.). Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan serta sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Gani, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus dosen pembimbing II.
4. Ibu Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak. selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram Bapak
5. Drs. Amil, M.M. selaku dosen pembimbing I

6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala ilmu dan pengarahan yang telah diberikan kepadakami.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Hertim dan Ibu Erdawati yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan yang tiada henti.
8. Teman-teman kelas D dan kelas Perbankan Administrasi Bisnis angkatan 2017 yang senantiasa memberikan dukungan dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin.

Mataram, 1 Agustus 2021

**Penulis**

## ABSTRAK

**Titin Herawati. 217120133. Skripsi Tahun 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri). Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram. Dosen Pembimbing I: Drs. Amil, M.M Dosen Pembimbing II: Bapak Lalu Hendra Maniza, S.sos, M.M**

Dengan menyesuaikan zaman dan adanya kebutuhan serta masukan dari masyarakat luas, perbankan yang ada saat ini banyak mengalami perkembangan. Perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip, sistem operasionalnya serta pergeseran paradigma sampai pada pengembangan diri. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram. Beberapa faktor tersebut terdiri dari, pekerjaan, gaya hidup, tingkat sosial, pelayanan, promosi, *fee* dan lokasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini mengambil tempat di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram dengan subyek penelitian, adalah 7 Nasabah non-Muslim, Kepala Cabang, Manager Personalia, *Account Officer* dan *Funding Officer*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi untuk teknik analisis data adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan metode berfikir deduktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pekerjaan, gaya hidup, tingkat sosial, pelayanan, promosi, *fee* dan lokasi mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram. Diantara kedelapan faktor tersebut faktor promosi, gaya hidup dan tingkat sosial menjadi alasan dominan non muslim bersedia nasabah di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram terutama nasabah pembiayaan.

**Kata kunci: Non-Muslim, nasabah, Bank Syari'ah**

## ABSTRACT

**Titin Herawati. 217120133. The thesis 2021. Factors Influencing Non-Muslims Becoming Customers in Islamic Banks (Case Study at Dinar BPRS Dinar Ashri Bank). Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Mataram. Consultant I: Drs. Amil, M.M Consultant II: Mr. Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M**

The existing banking system has seen many developments as it has adapted to the times and the needs and inputs of the broader community. This evolution manifests itself in various ways, including product innovation, principles, operational systems, and paradigm shifts toward self-development. This study aimed to discover what factors influence non-Muslims to become Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram customers. Job, lifestyle, social level, services, promotions, fees, and location are some of these factors. The qualitative descriptive method was used in this study. This study was conducted at Dinar Bank BPRS Dinar Ashri KC Mataram. The subjects included seven non-Muslim customers and the Branch Manager, Personnel Manager, Account Officer, and Funding Officer. Interviews and documentation were used to collect data. The data analysis methods used were qualitative analysis and deductive thinking methods. The study found that non-Muslims were influenced to become customers at Dinar Bank BPRS Dinar Ashri KC Mataram by factors such as work, lifestyle, social level, service, promotion, fee, and location. Among the eight factors, promotion, lifestyle, and social level are the most important reasons for non-Muslims to become Dinar Bank BPRS Dinar Ashri KC Mataram customers, particularly financing customers.

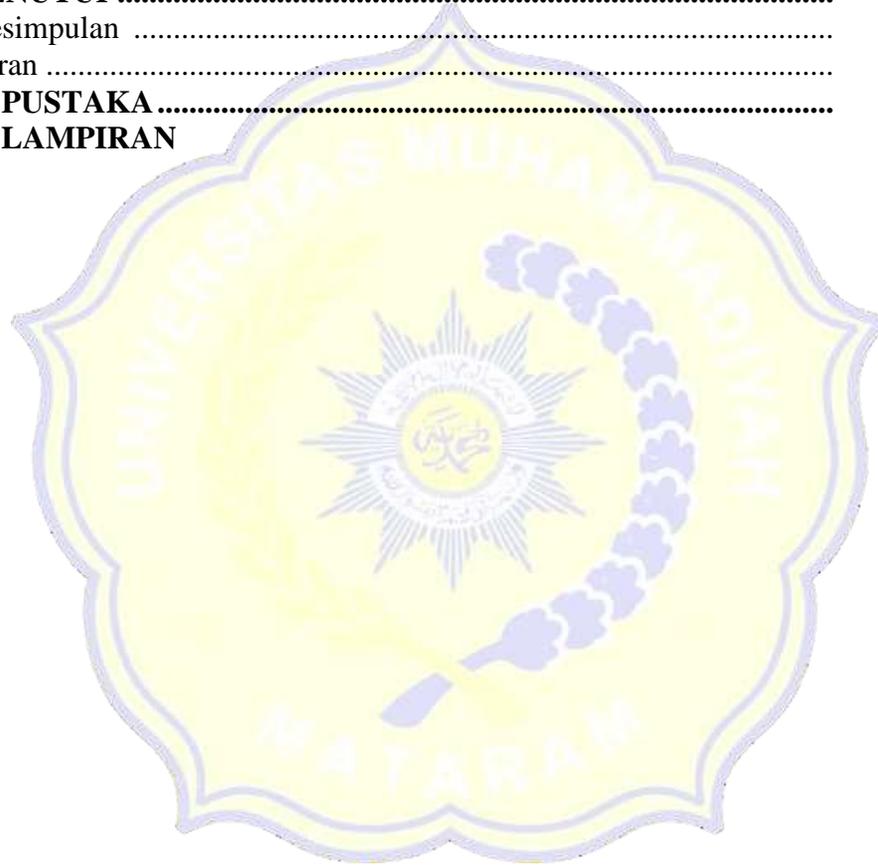
**Keywords:** Non-Muslim, customer, Sharia Bank



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PLAGIARISME .....</b>	<b>v</b>
<b>PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Pengertian Nasabah Non-Muslim .....	11
2.2.1 Nasabah.....	11
2.2.2 Non-Muslim.....	12
2.3 Minat nasabah.....	12
2.3.1 Pengertian Minat Nasabah .....	12
2.3.2 Macam-macam Minat Nasabah .....	13
2.3.3 Tahapan-tahapan Minat .....	15
2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim.....	16
2.4.1 Faktor Internal.....	17
2.4.2 Faktor Eksternal.....	19
2.5 Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.3 Sumber Data .....	23
3.3.1 Sumber Data Primer.....	23
3.3.2 Sumber Data Sekunder .....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.4.1 Observasi .....	25
3.4.2 Wawancara.....	25
3.4.3 Dokumentasi .....	25
3.5 Teknik Analisis Data .....	26

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1.1 Profil Perusahaan Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram	29
4.1.2 Visi dan Misi Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram....	30
4.1.3 Struktur Organisasi Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram	31
4.1.4 Produk-produk pada Bank BPRS Dinar Ashri KC Mataram...	33
4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram .....	39
4.3 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram.....	49
4.3.1 Faktor Internal .....	49
4.3.2 Faktor Eksternal .....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



**DAFTAR GAMBAR**

I.1 Perkembangan Jumlah Bank Syariah.....	2
1.2 Perkembangan Nasabah Non Muslim di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri Cabang Mataram Tahun 2016-2019.....	5
4.1 Struktur Organisasi Bank Dinar BPRS Dinar Ashri KC Mataram.....	30
4.2 Perkembangan Nasabah Non Muslim di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri Cabang Mataram Tahun 2016-2020.....	38



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan segala lapisan masyarakat dalam dunia bisnis seakan tidak pernah hilang karena perubahan zaman. Demikian pula perkembangan industri perbankan tidak jauh berbeda dengan industri lainnya. Banyak perkembangan yang terjadi saat ini. Perkembangan ini memanifestasikan dirinya dalam berbagai bentuk, baik itu inovasi produk, prinsip, sistem operasi, atau pergeseran paradigma ke pengembangan mandiri. Sebuah tonggak sejarah dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Beberapa tahun terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syari'ah yang cukup pesat. Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah dirubah dalam 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. Tentu dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan system syariah..Bank syariah baik yang murni syariah maupun unit syariah dari bank konvensional dan lembaga non-bank dengan sistem syariah perkembangan tersebut tetap didominasi oleh unit usaha syariah.

**Table 1.1 Perkembangan Jumlah Bank Syariah**

Tabel 3. Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah - SPS September 2020 (Individual Sharia Banking Network - September 2020)				
Kelompok Bank	KPO/KC	KCPI/UPS	KK	Group of Banks
	HOO/BO	SBO/SSU	CO	
<b>Bank Umum Syariah</b>	490	1,286	197	<b>Sharia Commercial Bank</b>
1 PT. Bank Aceh Syariah	26	89	27	1 PT. Bank Aceh Syariah
2 PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	14	31	6	2 PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
3 PT. Bank Muamalat Indonesia	82	152	57	3 PT. Bank Muamalat Indonesia
4 PT. Bank Victoria Syariah	7	4	4	4 PT. Bank Victoria Syariah
5 PT. Bank BRISyariah	67	234	12	5 PT. Bank BRISyariah
6 PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	54	2	6 PT. Bank Jabar Banten Syariah
7 PT. Bank BNI Syariah	68	215	15	7 PT. Bank BNI Syariah
8 PT. Bank Syariah Mandiri	127	418	51	8 PT. Bank Syariah Mandiri
9 PT. Bank Mega Syariah	27	35	9	9 PT. Bank Mega Syariah
10 PT. Bank Panin Dubai Syariah	11	2	10	10 PT. Bank Panin Dubai Syariah
11 PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	4	11 PT. Bank Syariah Bukopin
12 PT. BCA Syariah	15	13	18	12 PT. BCA Syariah
13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	2	13	13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
14 PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	14	14 PT. Maybank Syariah Indonesia
<b>Unit Usaha Syariah</b>	162	166	62	<b>Sharia Business Unit</b>
15 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	9	1	15	15 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk
16 PT Bank Permata, Tbk	14	3	1	16 PT Bank Permata, Tbk
17 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	14	2	17	17 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk
18 PT Bank CIMB Niaga, Tbk	15	1	3	18 PT Bank CIMB Niaga, Tbk
19 PT Bank OCBC NISP, Tbk	10		19	19 PT Bank OCBC NISP, Tbk
20 PT Bank Sinarmas	35	1	12	20 PT Bank Sinarmas
21 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	24	55	7	21 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.
22 PT BPD DKI	2	14	5	22 PT BPD DKI
23 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	1	5	3	23 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta
24 PT BPD Jawa Tengah	5	14	9	24 PT BPD Jawa Tengah
25 PT BPD Jawa Timur, Tbk	7	10	25	25 PT BPD Jawa Timur, Tbk
26 PT BPD Sumatera Utara	1	2	26	26 PT BPD Sumatera Utara
27 PT BPD Jambi	5	17	27	27 PT BPD Jambi
28 PT BPD Sumatera Barat	5	4	28	28 PT BPD Sumatera Barat
29 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	2	4	7	29 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
30 PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung	3	2	4	30 PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
31 PT BPD Kalimantan Selatan	2	9	1	31 PT BPD Kalimantan Selatan
32 PT BPD Kalimantan Barat	2	3	6	32 PT BPD Kalimantan Barat
33 PD BPD Kalimantan Timur	2	19	3	33 PD BPD Kalimantan Timur
34 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat	4		1	34 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat
<b>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah</b>	176	-	285	<b>Sharia Rural Bank</b>
<b>TOTAL</b>	<b>828</b>	<b>1,422</b>	<b>544</b>	<b>TOTAL</b>
Keterangan:		Note:		
- KP = Kantor Pusat		- HO = Head Office		
- UUS = Unit Usaha Syariah		- IBU = Islamic Banking Unit		
- KPO = Kantor Pusat Operasional		- HOO = Head Operational Office		
- KC = Kantor Cabang		- BO = Branch Office		
- KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah		- SBO/SSU = Sub Branch Office/Syaria's Services Unit		
- KK = Kantor Kas		- CO = Cash Office		
- Tidak termasuk Layanan Syariah		- Not include Office Channeling		

Sumber : <https://www.ojk.go.id/id/>

Pada bulan September 2020 total pembiayaan bank syariah telah mencapai Rp 374,05 triliun. Meningkat 8,77% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 343,86 triliun. Berbeda dengan bank konvensional, pertumbuhan bisnis bank syariah tercatat

lebih positif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat per September 2020 total aset bank syariah telah menembus Rp 561,84 triliun.

Realisasi itu tumbuh 14,56% dari periode September 2019 sebesar Rp 490,41 triliun. Nah bila dirinci pertumbuhan itu utamanya disumbang oleh kenaikan aset bank syariah BUKU III. Per September 2020 menurut data OJK total aset bank syariah BUKU III telah menembus Rp 187,28 triliun. Angka tersebut naik 82,21% secara tahunan atau *year on year* (yoy).

Namun di sisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap sistem ekonomi Islam hanya hadir untuk masyarakat Muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat, sehingga persepsi pasar syari'ah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum Muslim saja, pasar yang tertutup untuk kalangan non-Muslim. Padahal sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syari'ah sudah sejak lama diterapkan Negara-negara Eropa, terutama Inggris ( Kartajaya dan Syakir, 2006 : 25).

Berdasarkan berbagai penjelasan di atas, ekonomi konvensional tidak bisa mengatasi problem perekonomian masyarakat. Karena cenderung meninggalkan nilai agama dan tidak memperdulikan haram halal dalam upaya mencari rizki. Sehingga mulai muncul kesadaran dari masyarakat bahwa praktik ekonomi konvensional keliru, karena mengabaikan nilai moral, agama dan kemanusiaan.

Sistem ekonomi Islam menjamin kesejahteraan masyarakat, bukan hanya kesejahteraan orang atau kelompok tertentu. Ekonomi Islam juga didasarkan pada landasan moral berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Masyarakat muslim yang menggunakan jasa keuangan syariah menganggap bunga sebagai riba. Larangan riba tidak hanya berlaku bagi Islam, bahkan sudah ada sebelum Islam.

Di India Kuno, hukum yang berdasarkan pada Weda, kitab suci yang diterima agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang (M. Alguada dan K. Lewis, 2003 : 264).

Dengan tidak adanya unsur riba dalam perbankan syariah, menjadikan salah satu daya tarik kalangan non-Muslim untuk menginvestasikan dananya di perbankan syariah. Dalam ajaran Islam pun diperbolehkan bermuamalah antara Muslim dan non-Muslim, selama tidak bertransaksi yang mengandung unsur riba, maisir, gharar, dan zalim (Ismail, 2011 : 59).

Sistem perbankan syariah yang mengusung larangan riba tentunya merupakan daya tarik sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Minat diartikan sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya (Sujanto, 2009 : 92).

Diminatinya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya internal seperti aspek-aspek perilaku, sikap dan selera, dan bukan hanya faktor internal saja, ada banyak faktor eksternal yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah.

**Tabel I.2**

**Perkembangan Nasabah Non Muslim di Bank BPRS Dinar Ashri Cabang Mataram Tahun 2016-2019**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
1	2016	80
2	2017	105
3	2018	137
4	2019	177

Sumber : Bank Dinar BPRS Dinar Ashri Cabang Mataram

Berdasarkan data di atas jumlah nasabah non muslim Bank Bank Dinar BPRS Dinar Ashri Cabang Mataram mengalami peningkatan. Terbukti dari tabel jumlah nasabah non muslim tahun 2016 berjumlah 80 nasabah non muslim, kemudian meningkat pada tahun 2017 sebanyak 105 nasabah non muslim, pada tahun 2018 berjumlah 135 nasabah non muslim, sampai pada tahun 2019 berjumlah 177 nasabah non muslim.

Sebagian besar nasabah non muslim juga tertarik atau berminat untuk menyimpan dananya di perbankan syariah, karena di perbankan syariah, produk sesuai syariah dan tidak terdapat unsur riba atau bunga sedangkan di bank

konvensional terdapat unsur riba atau bunga maka perbankan syariah terbukti mampu menjadi sarana penunjang pembangunan ekonomi yang handal dan dapat beroperasi secara sehat, karena didalam operasinya terkandung misi kebersamaan antara nasabah dengan bank. Dalam ajaran Islam sebenarnya tidak ada larangan bagi masyarakat non muslim untuk ikut memiliki usaha menurut syariat Islam.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi nasabah non-Muslim menjadi nasabah di bank syariah. Karena melihat fenomena menarik, ketika sebagian masyarakat Muslim masih memperdebatkan dan bahkan masih banyak yang belum mengenal produk dan sistem perbankan syariah. Peneliti ingin meneliti apakah ada faktor lain yang dapat menarik nasabah non-Muslim dalam mempengaruhi keputusannya untuk memilih jasa perbankan syariah. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mencoba melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri) ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini adalah: Ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashri)

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan :

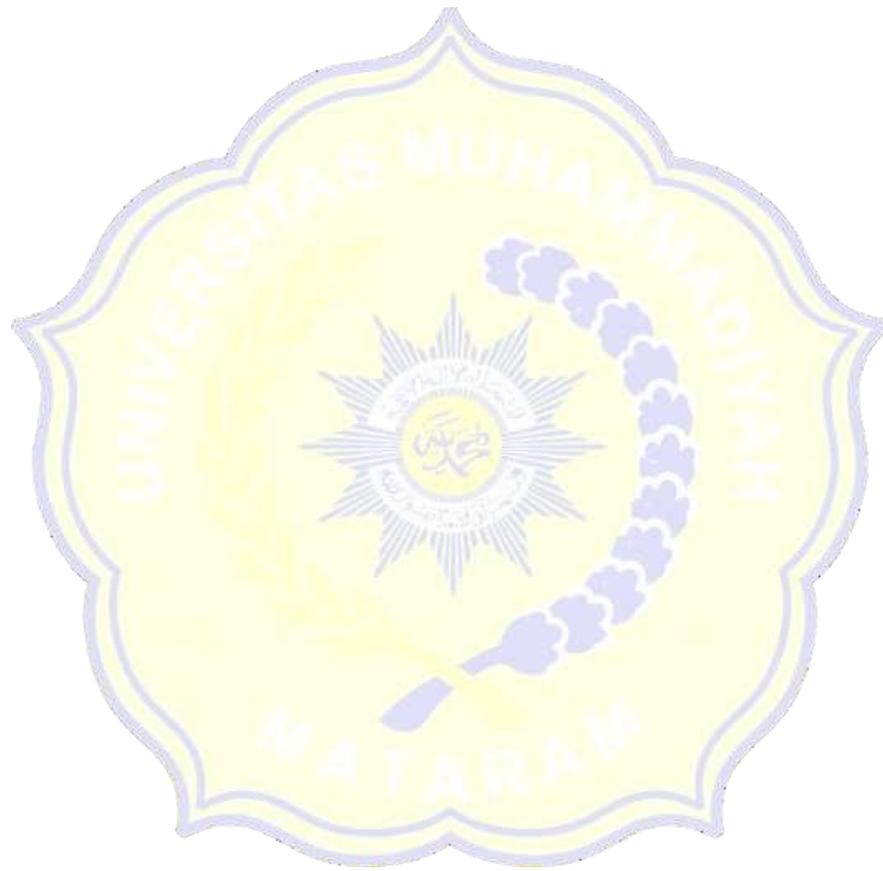
#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung pada bank syariah.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi atau referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan dengan minat menabung di bank syariah.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi masyarakat dalam Minat menabung di Bank syariah. Di

samping itu juga sebagai bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih Bank syariah.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Tahun Judul	Tujuan, hasil, persamaan/perbedaan, metode penelitian	
1.	Maryaini (2005). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari'ah Mandiri	Tujuan	Untuk mengetahui pengaruh minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah.
		Hasil	Dari hasil penelitian pelayanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syari'ah.
		Persamaan	Sama-sama meneliti tentang pengaruh minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah
		Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah dimana penelitian peneliti tidak hanya terpaku dengan satu etnis yaitu etnis Cina non-Muslim saja akan tetapi semua ras suku yang non-Muslim. Perbedaan juga terletak pada lokasi penelitiannya.
		Metode Penelitian	Kualitatif
2.	Hamaemah (2006) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etnis China Non-	Tujuan	Untuk mengetahui pengaruh minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank

	Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah Dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran		syariah
		Hasil	Hasil penelitian menyebutkan bahwa factor promosi yang dominan mempengaruhi keputusan etnis non muslim.
		Persamaan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan penggalan informasi faktor-faktor yang memepengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syari'ah
		Perbedaan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah penelitian ini lebih menitik beratkan kepada strategi bank dalam menarik minat nonmuslim untuk menjadi nasabah. Perbedaan lain terletak pada waktu dan lokasi.
		Metode Penelitian	Kualitatif
3.	Rahmawaty (2008) Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional Dan Bank Syari'ah	Tujuan	Untuk mengetahui pengaruh minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah
		Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima variabel yaitu economic stimuli, rate of return, risk, religius stimuli, pemahaman produk, ketaatan terhadap syari'ah dan promosi, hanya terdapat tiga variabel yang menjadi variabel religus stimuli, Pemahaman terhadap produk dan tingkat keuntungan. Hasil ini dit
		Persamaan	Sama-sama meneliti tentang

			pengaruh minat nasabah non musim menjadi nasabah bank syariah
		Perbedaan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada lokasi penelitiannya
		Metode Penelitian	Kuantitatif

## 2.2 Pengertian Nasabah Non-Muslim

### 2.2.1 Nasabah

Menurut M. Nur Rianto Al Arif nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi customer bank (Al Arif, 2012 : 189).

Dalam buku Kasmir menyebutkan pengertian nasabah dalam Undang-Undang tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan pasal 1, bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank (Kasmir, 2014 : 353)

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami nasabah adalah orang atau badan yang menggunakan jasa bank dalam menyimpan dananya atau menggunakan dana dalam bentuk produk pembiayaan yang telah disediakan bank dengan akad yang berlaku.

### 2.2.2 Non-Muslim

Yang dimaksud dengan non Muslim adalah orang yang tidak menganut agama Islam, mencakup sejumlah agama dengan segala bentuk kepercayaan dan variasi ritualnya (Umar, 2014 : 146).

Menurut kamus perbankan mendefinisikan nasabah adalah orang atau badan yang memiliki rekening simpan-meminjam pada bank. Non Muslim adalah seseorang yang mempunyai keyakinan di luar agama Islam (Wahyuni, 2002 : 19).

Jadi bisa diartikan nasabah non-Muslim adalah nasabah yang memiliki perbedaan keyakinan dengan agama Islam yang memilih untuk menggunakan jasa bank syariah.

## 2.3 Minat nasabah

### 2.3.1 Pengertian Minat Nasabah

Pengertian minat menurut Agus Sujanto diartikan sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya (Sujanto, 2009 : 92). Minat merupakan suatu rangsangan yang ada pada konsumen untuk mencari informasi mengenai inovasi tersebut (Kotler dan Lane Keller, 2008 : 20).

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab pengertian minat secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk

memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Artinya terkandung sebuah pengertian bahwa di dalam minat ada sebuah pemusatan perhatian subjek, ada usaha untuk mendekati, mengetahui memiliki, menguasai, berhubungan dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek (Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, 2004 : 262-263).

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa minat dapat diartikan sebagai pusat perhatian atau ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang menjadi sebuah dorongan yang ada pada diri seseorang, yaitu dengan melakukan sebuah usaha untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Seperti hal minat nasabah mengambil sebuah produk pembiayaan yang ada di lembaga keuangan syariah untuk sebuah usaha.

### **2.3.2 Macam-macam Minat Nasabah**

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan misalnya berdasarkan timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat (Rahman Shaleh dan Abdul Wahab : 265).

- a. Berdasarkan timbulnya minat, dan dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul

karena kebutuhan biologis, misalnya kebutuhan akan makan atau kebutuhan kebebasan beraktivitas. Sedangkan minat kultural atau minat sosial, adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Sebagai contoh: keinginan untuk memiliki mobil.

- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinstik dan ekstrinstik. Minat intrinstik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Sebagai contoh: seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapat pujian. Sedangkan minat ekstrinstik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, ketika tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat: *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, *inventoried interest* (Ibid., 266).

- 1) *Expressed interest*: adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan suatu kegiatan atau tugas baik yang disenangi maupun tidak yang disenangi. Dari jawabannya dapatlah diketahui minatnya.

- 2) *Manifest interest*: adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi terhadap aktivitas yang dilakukan oleh subyek.
- 3) *Tested interest*: adalah minat yang diungkapkan berdasarkan hasil jawaban sebuah tes yang diberikan.
- 4) *Inventoried interest*: adalah minat yang diungkapkan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subjek apakah ia senang atau tidak (*Ibid.*).

### 2.3.3 Tahapan-tahapan Minat

Donni Juni Priansa menyebutkan bahwa tahapan minat terdapat dua model, yaitu model AIDACS (*Attention, Interest, Desire, Action, Conviction, Satisfaction*) dan mengalami penurunan model menjadi model kedua yang disebut model CAB (*Cognitive, Affect, Behaviour*) (Juni Priansa, 2017 : 164).

#### a. Model CAB

Donni Juni Priansa menyebutkan bahwa satu modifikasi yang paling signifikan adalah penurunan model AIDACS menjadi tiga tahap yaitu model *Cognitive, Affect, dan Behaviour* (CAB).

1) *Cognitive*

Merupakan kepercayaan nasabah terhadap produk atau merek.

2) *Affect*

Merupakan pernyataan nasabah terhadap produk atau merek.

3) *Behaviour*

Merupakan kecenderungan nasabah untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan terhadap produk atau merek.

Pada model CAB ini dapat disimpulkan bahwa dalam lembaga keuangan syari'ah kepercayaan calon nasabah sangatlah penting, kepercayaan calon nasabah terhadap produk sangat berpengaruh terhadap minat calon nasabah untuk mengambil produk yang ditawarkan, meyakinkan calon nasabah dengan cara memberi arahan mana produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sehingga tujuan calon nasabah tercapai dan menimbulkan rasa kepuasan pada diri nasabah.

#### **2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim**

Teori faktor terbagi menjadi dua yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar. Sedangkan faktor internal adalah faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu (Kotler, 1997 : 162).

Berdasarkan pengertian di atas bahwa faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar yang bersangkutan dengan hal-hal luar. Sedangkan

faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seorang itu sendiri yang terdiri dari dukungan keluarga dari psikologis. Prilaku nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **2.4.1 Faktor Internal**

##### **a. Faktor Pribadi**

###### **1) Pekerjaan**

Sebuah pekerjaan merupakan gambaran dari pencerminan tugas-tugas, kewajiban-kewajiban, serta tanggung jawab nyata dari setiap anggota karyawan terhadap pekerjaannya (Rivai, 2004 : 106).

Pekerjaan seseorang pola konsumsinya. Semakin tinggi tingkat pekerjaannya semakin tinggi pendapatnya dan semakin tinggi pula tingkat konsumsi atau semakin tinggi tingkat kebutuhan akan Bank sebagai investasi.

###### **2) Gaya Hidup**

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dalam lingkungan (Kotler : 162).

Konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah-ubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi pada konsumen dalam perilaku pembelian.

b. Faktor Psikologis

Ketika seseorang membeli suatu produk, di dalam melakukan pemilihan ia dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, keyakinan, serta sikap.

1) Motivasi

Menurut Berelson dan Steiner: “motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, dorongan kegiatan atau gerakan dan mengarah menyalurkan perilaku kearah mencapai kebutuhan yang memberikan kepuasan atau mengurangi ketidak seimbangan” (Sastrohadwiryo, 2003 : 267). Motivasi bisa diartikan keinginan manusia untuk membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya hidup.

2) Persepsi adalah proses bagaimana seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler : 164). Persepsi tidak hanya dari rangsangan fisik tetapi juga pada hal-hal yang berhubungan dengan lingkungan sekitarnya serta individu yang bersangkutan.

c. Sikap dan Keyakinan

Sikap dapat menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan. Sedangkan keyakinan

merupakan gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu (Haris dan Nurhayati, 2010 : 93).

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa sikap dapat diartikan kesiapan konsumen untuk menanggapi apa yang mereka sukai dan tidak disukai karena adanya rangsangan. Sikap biasanya dipengaruhi oleh keyakinan begitu pun sebaiknya keyakinan menentukan sikap setiap individu.

Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk dapat diubah melalui komunikasi persuasif dan pemberian informasi efektif kepada konsumen.

#### **2.4.2 Faktor Eksternal**

##### **a. Budaya**

Budaya adalah seperangkat nilai-nilai inti yang dipelajari, kepercayaan, standar, pengetahuan, moral, hukum dan perilaku yang disampaikan oleh individu-individu dan masyarakat yang menentukan seseorang bertindak, berperan dan memandang dirinya dan orang lain (M. Setiadi, 2001 : 27).

##### **b. Tingkat Sosial**

Faktor sosial salah satu faktor yang dinamik yang memiliki pengaruh sangat signifikan dalam perubahan selera pasar dan kebutuhan masyarakat, Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi ekstensi sebuah bank sangat luas mencakup; kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan,

Faktor selera di era globalisasi seperti saat ini sangat memengaruhi dunia perbankan. Antara beberapa tingkat sosial inilah maka ditandai dengan beberapa ciri (Muhammad, 2005 : 42).

Antara budaya dan tingkat sosial saling berhubungan satu sama lain dalam menentukan keputusan per nasabah (Konsumen). Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat. Jika tingkat sosial adalah tingkat status pada masyarakat. Jika tingkat sosial masyarakat rendah yang dilihat dari segi ekonomi masyarakat itu sendiri, akan timbul kebudayaan yang baru untuk merubah tingkat sosial yang ada pada masyarakat itu sendiri.

c. Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau (Kasmir, 2014 : 340).

Sehingga lokasi yang akan digunakan sebuah bank harus benar-benar strategis agar mempermudah para nasabah melakukan transaksi investasi maupun pembiayaan.

d. Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua

belah pihak baik calon nasabah, nasabah maupun pegawai bank saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan harus mendapatkan pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang ada pada bank tersebut dan dapat melanjutkan kerjasama yang sudah ada. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa fee dan komisi (Ismail, 2005 : 53).

Apabila kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah sangat baik dan mampu menarik banyaknya nasabah untuk berinvestasi pada sebuah bank syariah. Bank syariah tersebut akan berkembang dan akan memikat calon nasabah lainnya. Karyawan pun akan mendapatkan tambahan pendapatan dari hasil pelayanan yang cukup memuaskan bagi nasabah.

e. *Fee*

Fee atau upah (ujrah) menurut Idris Muhammad, sebagaimana dikutip oleh Hendi Suhendi, artinya mengambil manfaat tenaga orang lain dengan jalan memberi ganti menurut syarat-syarat tertentu (Suhendi, 2010 : 155).

f. Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dari arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukn oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan (Kotler, 1997 : 162). Promosi merupakan tahap penting dalam menarik minat konsumen

atau nasabah agar tertarik dengan produk, jasa atau barang yang ditawarkan.

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah proposisi atau dugaan belum terbukti bahwa tentatif menjelaskan fakta atau fenomena, serta kemungkinan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian (Zikmund, 1997 : 112).

Menurut Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti (2007 : 137), Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :“diduga bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, yaitu (faktor pribadi, faktor psikologis, sikap dan keyakinan). Sedangkang faktor eksternal, yaitu (budaya, tingkat sosial, lokasi, pelayanan, *fee* dan promosi).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat (Suryabrata, 2010 : 80).

Tujuannya untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi sosial sesuai unit sosial individu (perorangan), kelompok (suku bangsa, agama, ras), lembaga (kedudukan) atau masyarakat (keseluruhan dari individu atau kelompok).

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Dinar BPRS Dinar Ashri Kantor Cabang Mataram NTB.

#### **3.3 Sumber Data**

##### **3.3.1 Sumber Data Primer**

Data primer adalah tempat atau gudang penyimpanan yang orisinal dari data sejarah. Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu (Nazir, 2009 : 50).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berupa gambaran tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi non-Muslim menjadi nasabah. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan sistem pengumpulan data, jadi dalam penelitian ini yang menjadi sumber data ini adalah 10 nasabah non-Muslim, Manager Personalia, Account Officer dan Funding Officer Bank Dinar BPRS Dinar Ahsri KC Mataram.

### **3.3.2 Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang “jaraknya” telah jauh dari sumber orisinal. Data sekunder terdiri atas berbagai macam, dari surat-surat pribadi, kitab harian, notulen rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang peneliti ambil.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dan dalam pelaksanaannya, peneliti langsung terjun pada objek penelitian yaitu melalui:

### **3.4.1 Observasi**

Observasi menurut Kusuma (1987:25) adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau obyek lain yang diselidiki. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tak terstruktur, observasi partisipan, dan observasi non partisipan. Dalam penelitian ini, sesuai dengan objek penelitian maka, peneliti memilih observasi partisipan. Observasi partisipan yaitu suatu teknik pengamatan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diselidiki.

### **3.4.2 Wawancara**

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan sistem pengumpulan data, jadi dalam mengumpulkan data yaitu menggunakan pendekatan wawancara.

Wawancara atau interview adalah “suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi” (Nasution, 2009 : 113).

### **3.4.3 Dokumentasi**

Metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto : 231).

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Sebelum menjelaskan macam-macam teknik analisis data, maka dapat dijelaskan terlebih dahulu mengenai pengertian analisis data.

Analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data mempunyai prinsip yaitu untuk mengolah data dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014:246-253) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu :

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak,

kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, meneliti hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b) *Data Display*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam hal ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk teks, untuk memperjelas hasil penelitian maka dapat dibantu dengan mencantumkan tabel atau gambar.

c) *Conclusion Drawing/Verivication*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah

ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.

