

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri, seakan-akan tak pernah pupus karena pergeseran zaman. Demikian juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri-industri lainnya. Dengan menyesuaikan dengan 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 pengkonversian diri.

Dari pergeseran dan perkembangan yang ada tersebut, dalam kurun waktu terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syari'ah yang mana sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi syari'ah di Indonesia, di mana perkembangannya mengalami peningkatan yang cukup menggembirakan. 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. Dalam kata pengantar buku “*Jejak-Jejak Ekonomi Syari’ah*” oleh M. Luthfi Hamidi, Kepala Biro Perbankan Syari’ah Bank Indonesia mengatakan: *Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap keberadaan sistem perbankan sesuai dengan prinsip syari’ah mendapat respon positif dari pemerintah yang antara lain melalui dikeluarkannya UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang menetapkan bahwa perbankan di Indonesia menganut dual banking system, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syari’ah.*¹ Bank syari’ah baik yang murni syari’ah maupun unit syari’ah dari bank konvensional dan lembaga non-bank dengan sistem syari’ah perkembangan tersebut tetap didominasi oleh unit usaha syari’ah. Secara rinci perkembangan jumlah bank syari’ah sampai 2008, sebagai berikut:

¹ M. Luthfi Hamidi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003, hlm. I.

Tabel 1.1

Kelompok Bank	Mar-08					Jun-08					Sep-08				
	KP/UUS	KPO/KC	KCP	UPS	KK	KP/UUS	KPO/KC	KCP	UPS	KK	KP/UUS	KPO/KC	KCP	UPS	KK
Group of Banks	HQ/BU	HOO/BO	SBO	SSU	CO	HQ/BU	HOO/BO	SBO	SSU	CO	HQ/BU	HOO/BO	SBO	SSU	CO
Bank Umum Syariah <i>Islamic Commercial Banks</i>	3	113	66	25	198	3	113	66	25	198	3	120	148	27	198
1. PT Bank Muamalat Indonesia	1	51	10	11	82	1	51	10	11	82	1	51	10	12	82
2. PT Bank Syariah Mandiri	1	57	47	14	113	1	57	47	14	113	1	57	49	15	113
3. PT Bank Syariah Mega Indonesia	1	5	9	0	3	1	5	9	0	3	1	12	89	0	3
Unit Usaha Syariah <i>Islamic Banking Unit</i>	28	121	59	0	6	28	121	59	0	6	28	123	59	0	6
1. PT Bank IFI	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
2. PT Bank Negara Indonesia	1	24	25	0	0	1	24	25	0	0	1	24	25	0	0
3. PT Bank Jabar	1	5	3	0	0	1	5	3	0	0	1	5	3	0	0
4. PT Bank Rakyat Indonesia	1	27	16	0	0	1	27	16	0	0	1	27	16	0	0
5. PT Bank Danamon	1	8	3	0	0	1	8	3	0	0	1	8	3	0	0
6. PT Bank Bukopin	1	5	1	0	0	1	5	1	0	0	1	5	1	0	0
7. PT Bank Internasional Indonesia	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
8. HSBC, Ltd.	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
9. PT Bank DKI	1	2	1	0	5	1	2	1	0	5	1	2	1	0	5
10. BPD Riau	1	2	0	0	1	1	2	0	0	1	1	2	0	0	1
11. BPD Kalsel	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
12. PT Bank Niaga	1	2	5	0	0	1	2	5	0	0	1	3	5	0	0
13. BPD Sumatera Utara	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
14. BPD Aceh	1	3	4	0	0	1	3	4	0	0	1	3	4	0	0
15. Bank Permata	1	7	0	0	0	1	7	0	0	0	1	8	0	0	0
16. Bank Tabungan Negara	1	15	0	0	0	1	15	0	0	0	1	15	0	0	0
17. BPD Nusa Tenggara Barat	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
18. BPD Kalimantan Barat	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
19. BPD Sumatera Selatan	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
20. BPD Kalimantan Timur	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
21. BPD DIY	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
22. BPD Sulawesi Selatan	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
23. BPD Sumatera Barat	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
24. BPD Jawa Timur	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
25. PT Bank Ekspor Indonesia	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
26. Bank Lippo	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
27. Bank Tabungan Pensiunan Nasional	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
28. BPD Jawa Tengah	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Bank Perkreditan Rakyat Syariah <i>Islamic Rural Banks</i>	124	0	0	0	0	124	0	0	0	0	128	0	0	0	0
TOTAL	155	234	125	25	204	155	234	125	25	204	159	243	207	27	204

Keterangan:

- KP = Kantor Pusat
- UUS = Unit Usaha Syariah
- KPO = Kantor Pusat Operasional
- KC = Kantor Cabang
- KCP = Kantor Cabang Pembantu
- UPS = Unit Pelayanan Syariah
- IKK = Kantor Kas (tidak termasuk Gerai Muamalat)
- Tidak termasuk Layanan Syariah

Note:

- HO = Head Office
- IBU = Islamic Banking Unit
- HOO = Head Operational Office
- BO = Branch Office
- SBO = Sub Branch Office
- SSU = Syari'a Services Unit
- CO = Cash Office
- Not Include Office Channeling

Sumber: Data Statistik Perbankan Syari'ah (*Islamic Banking Statistic*) Desember 2008, www.bi.go.id.

Perkembangan perbankan syariah tidak hanya terlihat dari sisi penambahan kuantitas saja, namun juga dari sisi sistem dan layanan. Sebelumnya pada bank umum syariah maupun unit syariah hanya boleh melayani calon nasabah di kantor cabang syariah atau kantor cabang pembantu. Namun sejak *office-channeling* yang didasari Peraturan BI Nomor 8/3/PBI/2006 dan berlaku efektif Mei 2007 pelayanan jasa *financing*, seperti pembukuan rekening, setor, transfer, kliring, dan tarik tunai bisa dilakukan di cabang bank umum yang mempunyai unit syaria'ah. Dengan penerapan *office-channeling* ini, akselerasi pertumbuhan bisa segera terealisasi.

Keberhasilan sistem keuangan syariah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Lembaga keuangan syariah yang dalam hal ini adalah perbankan syariah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan.

Namun sisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya hadir untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita, sehingga persepsi pasar syariah 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.² Jadi, persepsi bahwa pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syari'ah adalah "pasarnya" kaum muslim tidak tepat. Kemudian bagaimana dengan citra "Islam" dan apakah yang dapat ditawarkan untuk menarik para nasabah, sedangkan citra Islam belum menjadi daya tarik nomor 1 bahkan dikalangan umat Islam sendiri.

Melihat fenomena tersebut, masyarakat mulai sadar bahwa bank-bank konvensional yang ada saat ini tidak bisa menjadi solusi terbaik dari problem-problem yang masyarakat hadapi, sehingga masyarakat melirik kembali ajaran Islam yang bebas riba. Perbankan syari'ah merupakan suatu badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist.³

Masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan syari'ah menganggap bahwa bunga adalah *riba*. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an yaitu dalam Surat Al-Baqarah ayat 278-279, yang berbunyi:⁴

² Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, hlm xxv.

³ Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002, hlm 93.

⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara atau Penerjemah Al-Qur'an, 1971, hlm 69-70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

“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.”

Pelarangan riba ternyata tidak hanya terdapat dalam Islam, melainkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua 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.⁵

Mengutip dari bukunya M. Syafi'i Antonio yang berjudul " *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*" menyatakan bahwa: Orang-orang Yahudi dilarang mempraktikkan pengambilan bunga. Pelarangan ini banyak terdapat dalam kitab suci mereka, baik dalam *Old Testament* (Perjanjian Lama) maupun Undang-undang Talmud.

- Kitab Deuteronomy (Ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan :

“Janganlah engkau membungakan uang kepada saudaramu, baik uang maupun bahan makanan, atau apapun yang dapat dibungakan”.⁶

⁵ Latifa M. Alguad dan Marvyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah Prinsip Praktik Prospek*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003, hlm 264.

⁶ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001, hlm 43.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah Non-Muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah. Karakteristik budaya Non-Muslim yang kurang bisa bekerjasama, dan jiwa kapitalisme yang lazim melekat pada kalangan Non-Muslim, sewajarnya menjadikan Bank Konvensional yang memiliki sistem kapitalis sebagai sarana investasi yang menjanjikan. Namun kenyataannya, sebagian besar nasabah non-muslim juga tertarik untuk menyimpan dananya di perbankan Syari'ah. Keputusan masyarakat non-muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya Tahun 2000 membagi faktor yang mempengaruhi *Bank customer's decisions process* yaitu (1) *Marketing Stimuli (Product, Price, Promotion, place)*; (2) *Other Stimuli (Economy)*; dan (3) *Bank Customer's Characteristics (Cultural, Social, Personal, Psychological*. Bagi responden yang sudah menjadi nasabah Bank Syari'ah, sebagian besar mereka sudah memahami Bank Syari'ah, baik secara penuh (58,3%) maupun secara sebagian (25%). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih Bank Syari'ah antara lain; (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam Menyimpan

Kekayaan, (11) Perilaku pasca pembelian, (12) Promosi Langsung, dan (13) Agama.⁷

Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syari'ah, sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi.⁸ Termasuk juga didalamnya *religijs stimuli* yang merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi.⁹

Faktor lain yang mempengaruhi seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah bank adalah reputasi. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank dipandang mempunyai reputasi apabila bank itu diakui dan dipercaya sebagai

⁷ BI dan UNBRAW, *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah : Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Tengah*, Executive Summary, 2000, hlm 11-12.

⁸ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990, hlm 88.

⁹ Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'h di Semarang*, Kumpulam Makalah ACIS "Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa" Palembang, 2008,, hlm 48.

perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat.¹⁰ Mekanisme lembaga keuangan syari'ah dengan menggunakan sistem *Profit sharing* (bagi hasil), nampaknya menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat bisnis. Salah satu karakteristik bank syari'ah adalah *profit sharing* (bagi hasil). Jika dalam mekanisme ekonomi konvensional menggunakan instrument bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam dengan menggunakan instrument *profit sharing* (bagi hasil). Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan: “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”.¹¹ Serta promosi yang merupakan faktor penentu bagi minat nasabah, apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak.

Kondisi diatas menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah Non-Muslim yang memilih menjadi nasabah di bank syari'ah. Sebagaimana telah kita ketahui dari label yang ada yakni Syari'ah, disini berarti bahwa sistem yang dijalankan adalah dengan berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah. Perbankan syariah bukan hanya menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia tapi juga telah menjadi kecenderungan dunia internasional, termasuk

¹⁰ Iis Maryani, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari'ah Mandiri (Studi kasus pada nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang)*, Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2005, hlm 23.

¹¹ Drs. Muhamad, M. Ag., *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002, hlm 101.

negara-negara non-muslim, seperti Inggris dan beberapa negara Eropa, China, India, dan Singapura.¹²

Dalam penelitian kali ini, penulis memilih Bank CIMB Niaga Syari'ah sebagai obyek penelitian karena Bank CIMB Niaga Syari'ah merupakan salah satu perusahaan perbankan yang mengaplikasikan sistem syari'ah (*dual banking system*). Dalam perjalanannya, pertumbuhan nasabah di Bank CIMB Niaga Syari'ah tidak hanya terdiri kaum muslim saja, akan tetapi dari kalangan Non-Muslim pun banyak yang menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syari'ah. Hal tersebut diwujudkan dengan terus bertambahnya jumlah nasabah dan perluasan jaringan dengan menambah beberapa kantor cabang baik di Jakarta, Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, Jawa Tengah, Jawa Timur, Nangroe Aceh Darussalam (NAD). Peneliti juga melihat dari peningkatan jumlah bagi hasil sebesar 24,37% dan total asset tercatat sekitar Rp 1,1 Trilliun yang diinvestasikan ke segmen konsumen maupun komersial.¹³ Bank CIMB Niaga Syariah juga berhasil meraih beberapa penghargaan yang membanggakan diantaranya *The Most Expansive Syaria Business Division In Earning Asset For Asset Category > Rp 500 Billion (The 3rd Rank), The Most Convenient ATM (The 3rd Rank)* dalam *Event Islamic Finance And Cup 2008*.¹⁴

¹²Bank Indonesia, *Kebijakan Pengembangan dan Operasional Perbankan Syariah*, Disampaikan oleh pak Slamet dalam Rangka KKL Fakultas Syariah IAIN Wlisongo, Pada Tanggal 02 Juni 2009.

¹³ www.cimbniagasyariah.com

¹⁴<http://www.cimbniagasyariah.com/Profile/profile.asp?id=PRN0000014&b=2>, dibrowsing pada tgl 20 Agustus 2009, pukul. 19.46 wib.

Alasan lain yang dijadikan penulis memilih Bank CIMB Niaga Syariah adalah jika dilihat dari indeks pelayanan secara keseluruhan, IBQA (*Islamic Banking Quality Award*) Bank CIMB Niaga Syariah menempati urutan ketiga. Serta dari *tagline* yang digunakan Bank CIMB Niaga Syariah "Layanan Perbankan Amanah Untuk Kita Semua" hal inilah yang menjadikan Bank CIMB Niaga Syariah tidak terkesan hanya diperuntukkan pada kalangan muslim saja.

Akhirnya penulis mengambil judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang).

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan beberapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa istilah, diantaranya sebagai berikut :

1. Faktor

Faktor berarti hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.¹⁵

2. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁶

¹⁵ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Ed. II, 1994, hlm 37.

¹⁶ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1995, Edisi II, hlm 747.

3. Minat

Minat adalah kesukaan, (kecenderungan hati) kepada sesuatu.¹⁷ Secara sederhana minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.¹⁸

4. Nasabah

Nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank dalam hal keuangan .¹⁹

5. Non-Muslim

Nasabah yang mempunyai keyakinan di luar agama Islam.

6. Lokasi

Lokasi adalah tempat atau letak penempatan suatu benda atau keadaan.²⁰

7. Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya.²¹

8. *Religijs Stimuli*

¹⁷ Poerwadaminta, W.J.S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006, Edisi III, hlm 769.

¹⁸ Abdul Rachman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar (Dalam Perspektf Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004, hlm 263.

¹⁹ *op.cit.*, hlm 609.

²⁰ Phiilip Kottler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2004, hlm 530.

²¹ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002, hlm

9. *Religius stimuli* merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi.²²

10. Reputasi

Reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala-kendala kecil di perusahaan.²³

11. *Profit Sharing*

Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Dapat berupa bonus uang tunai yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.²⁴

12. Promosi

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.²⁵

1.3 Rumusan Masalah

Dari keseluruhan uraian dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh Lokasi, Pelayanan, *Religius Stimuli*, Reputasi, *Profit Sharing* dan Promosi baik secara *parsial* maupun secara *simultan*

²² *Ibid*, hlm 48.

²³ Iis Maryani, *op.cit.*, hlm 40.

²⁴ Drs. Muhammad, M. Ag., *op.cit.* hlm 101.

²⁵ Kasmir, S.E., MM., *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm 175.

terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)?

- 2) Dari faktor Lokasi, Pelayanan, *Religius Stimuli*, Reputasi, *Profit Sharing* dan Promosi faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)?

1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji secara *parsial* maupun *simultan* pengaruh Lokasi, Pelayanan, *Religius Stimuli*, Reputasi, *Profit Sharing*, dan Promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang).
- b. Untuk mengetahui faktor manakah diantara Lokasi, Pelayanan, *Religius Stimuli*, Reputasi, *Profit Sharing*, dan Promosi yang dominan paling berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan :

- a. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan atau penelitian yang berkelanjutan.

- b. Pihak perbankan, dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam menarik minat nasabah.
- c. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam ekonomi, yaitu teori lokasi, pelayanan, *religius stimuli*, reputasi, *profit sharing* serta promosi terhadap minat nasabah non-muslim menjadi nasabah di bank syari'ah.
- d. Memberikan kontribusi kepada para praktisi perbankan, terutama terkait dengan manajemen pemasaran.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan, penelitian ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I yaitu Pendahuluan, pada Bab I ini didalamnya diuraikan diantaranya latar belakang masalah, penegasan istilah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

Bab II yaitu Tinjauan Pustaka. Dimana pada bab ini diuraikan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai landasan penelitian. Hal yang dikemukakan dalam landasan teori diantaranya meliputi beberapa teori mengenai bank syari'ah, bunga, minat, lokasi, pelayanan, *religius stimuli*, reputasi, *profit sharing*, dan promosi serta pemaparan beberapa penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, model penelitian dan hipotesis.

Bab III yaitu Metode Penelitian yang digunakan oleh Penulis. Dalam Bab III ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, waktu dan

tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian serta teknik analisis data yang digunakan oleh penulis.

Bab IV merupakan bab dimana peneliti akan mengolah data yang telah diperolehnya. Yang akan diuraikan dalam bab ini meliputi deskripsi obyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V yang merupakan titik terakhir dalam sebuah penelitian. Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan pada penelitian serta saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian dan penutup.