

ANALISIS PENGENDALIAN MANAJEMEN YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT NONMUSLIM MENABUNG DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI

Tri Asmoro Singgih, Isfi Arininiswah, Nurul Nazmi, Galuh Sukma Sasmita dan Suryo Budi Santoso

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

triasmosinggih@gmail.com, Isfiarini6@gmail.com, nurulnazmi31@gmail.com, sookingata@gmail.com, suryobs@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that can affect the interest of non-Muslims to save or save at Bank Syariah Mandiri. This research method uses a qualitative approach based on case studies, and information collection is carried out by review, question and answer, and information collection. The validation method (validation) uses triangulation and source methods. This study identifies things that can influence the interest of non-Muslim customers in choosing independent Islamic banking. According to the researcher's analysis, the element of Sharia dominates because there is a fundamental prohibition that cannot be justified against usury by generating interest. The main strategy that needs to be implemented and implemented is to use the power of seizing long-term opportunities in maximizing the profits obtained (product or market).

Keywords: *Non-Muslim, Sharia, Factor, Strategy.*

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan di Indonesia diawali dengan dikeluarkannya kebijaksanaan deregulasi perbankan pada 1 Juni 1983 (Pakjun 1983) yang mendorong perubahan mendasar di bidang perbankan. Kebijakan ini membuat perbankan diberi kebebasan untuk menentukan suku bunga, baik dalam menghimpun dana maupun menyalurkan kredit. Perbankan Indonesia mengalami penurunan mulai tahun 1983 dengan diberlakukannya berbagai peraturan pemerintah yang diikuti oleh periode perkembangan perbankan dari tahun 1988 sampai dengan tahun 1996.

Di lihat secara internasional lembaga keuangan syariah sudah menduduki tingkat yang bersifat nyata dan mendunia. Dua faktor yang paling penting dalam menciptakan proses yang sesungguhnya untuk lembaga keuangan syariah merupakan proses peningkatan kualitas produk dan normalisasi produk sesuai dengan aturan lembaga keuangan syariah serta membutuhkan proses perkembangan pemasaran dan SDM.

Bank Syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satunya berkembang pesat di daerah-daerah. Dengan adanya Bank Syariah di Indonesia, maka menimbulkan kognisi atau pemahaman khalayak tentang riba yang tidak diperbolehkan di dalam ajaran Islam. Ada 4 tahap larangan diturunkannya riba:

1. Adanya penolakan akan ketentuan nilai lebih, hal tersebut merupakan seperti orang-orang yang mendekati diri kepada Allah SWT
2. Riba disebutkan perbuatan yang tidak baik. Allah SWT bakal memberikan ganjaran yang dahsyat kepada yang melakukan perbuatan tersebut.
3. Allah SWT akan memberikan keuntungan untuk manusia yang tidak melakukan suatu tambahan yang berlipat ganda seperti halnya pengambilan bunga.
4. Allah SWT melarang semua macam bunga yang berasal dari pinjaman. Sebagai mana yang dijelaskan pada Al-Qur'an. "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum disita) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kamu. Dan jika Anda bertobat dari riba,

maka sebagian besar kekayaan Anda akan jatuh kepada Anda; kamu tidak akan menindas dan tidak ditindas” (Al-Baqarah; 278-279). Sehingga, kemunculan perintah Allah mengenai kelebihan nilai pokok tersebutlah, orang-orang berpindah dan cenderung memakai Bank Syariah guna menabung. Munculnya perbankan syariah dapat mengurangi riba dikalangan masyarakat karena di dalam Bank Syariah seluruh aktivitasnya menggunakan proses janji atau komitmen, maka dari itu tidak ada lagi riba seperti zaman dahulu.

Menurut Malau, (2017) promosi merupakan proses juga komunikasi untuk meyakinkan calon konsumen menggunakan berbagai faktor pendorong yang bisa dikelola guna menciptakan keinginan dalam mendapatkan suatu produk dengan cepat. Serta dapat menaikkan profit perusahaan dan mencapai tingkat kepuasan konsumen.

Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang duri merupakan bank yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat guna simpan pinjam. Masyarakat nonmuslim banyak yang melakukan simpan pinjam pada Bank Syariah Mandiri cabang duri.

Berikut data jumlah nasabah setahun terakhir pada Bank Mandiri Syariah:

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cab. Duri Tahun Akhir

Tahun	Nasabah Muslim	Nasa bah Nonmuslim	Jmlah	Presentase
2017	14. 315	3. 579	17. 894	20 %

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa pertandingan diantara nasabah yang muslim dan yang nonmuslim yaitu 1:4. Hal ini disebabkan karena fasilitas pelayanan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif sesuai dengan pendapat Sugiyono (2019:18), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang umumnya didasarkan pada filosofi pospositivisme, dalam metode ini keadaan alamiah dari objek yang diteliti dimana peneliti adalah instrument kuncinya,dalam hal ini teknik pengumpulan datanya adalah triangulasi atau kombinasi, analisis data dilakukan secara kualitatif (induktif), & output penelitian metode kualitatif ini lebih menekankan dalam makna menurut generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel survey ini merupakan alat untuk menyeleksi pelanggan non-muslim Bank Syariah Mandiri dan meliputi tentang perihal harga, SDM/personil, proses, fisik, syariah, promosi/iklan, lokasi, dan produk.

Hal utama yang paling berpengaruh atau lebih mendominasi dalam ketentuan masyarakat nonMuslim untuk menjadi nasabah atau pelanggan di Bank Syariah merupakan faktor utama. Tentu saja hal ini adalah fakta yang unik, melihat responden yang disurvei semuanya non-Muslim. Tentunya hal ini menjadi dasar yang positif bagi bank syariah untuk berperan semakin besar untuk kesuksesan penyaluran kredit pihak ketiga. Mengenai suku bunga mengambang dalam survei kami, sebagian besar responden percaya bahwa menarik pelanggan adalah penting, terutama pelanggan "untuk mencari keuntungan". Oleh karena itu, langkah-langkah kebijakan harus diambil untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai dengan peningkatan pendanaan lebih optimal, dengan mempertimbangkan semua karakteristik nasabah tersebut. Akibatnya, para peneliti berspekulasi bahwa pelanggan Non-Muslim cenderung mengesampingkan agama dalam memulai bisnis. Hal ini tentunya menjadi benchmark bagi perbankan syariah itu sendiri, dengan faktor SDM menempati posisi kedua

bagi nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri. Selain itu, pemberdayaan adalah upaya yang secara signifikan dapat meningkatkan kepercayaan pada badan pengambil keputusan di bidang perilaku operasional tanpa persetujuan orang lain.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor kepegawaian juga memainkan peran penting sebelum masyarakat non-Muslim memutuskan untuk menjadi pelanggan Bank Mandiri Syariah. Tendensi ini cukup masuk akal melihat bank selaku badan yang diwajibkan untuk maksimal dalam pelayanan nasabahnya melalui SDM yang ahli. Institusi dan individu biasanya mempengaruhi kita sepanjang waktu. Oleh karena itu, peningkatan kualitas staf/TI harus segera ditingkatkan melalui pelatihan.

Faktor fisik merupakan faktor ketiga yang berdampak keputusan penabung non-muslim guna dapat menabung di Bank Syariah Mandiri. Fasilitas yang memadai mampu membawa nasabah dalam melakukan transaksi yang menyenangkan. Jadi, Bank Syariah menunjukkan bahwasanya kenyamanan merupakan cara yang dapat menggerakkan objek suatu wadah ke keadaan optimalnya. Tidak semua kegiatan sempurna tanpa fasilitas ini, sehingga mengikuti aturan hukum Islam: "Kewajiban tidak sempurna, tetapi sesuatu yang lain diperlukan, dan kemudian apa itu menjadi kewajiban."

Faktor harga adalah faktor ke 4 yg menghipnotis keputusan nasabah nonMuslim memakai simpanan di Bank Syariah Mandiri. Yang kompleks menggunakan variabel output yang bersaing untuk melihat apakah taraf akan output pada Bank Syariah terlihat "*Profitable*" marginnya mendapatkan peningkatan yang besar di banding dengan Bank Biasa.

Selanjutnya, faktor proses memengaruhi para Nasabah yang berada di urutan ke-lima menurut berbagai faktor dominan yg memengaruhi keputusan para nasabah nonMuslim agar memakai jasa bank syariah mandiri tersebut. Ini menandakan jika proses bertransaksi pada bank syariah bisa mewujudkan apa keinginan para Nasabah nonMuslim yg tersusun atas efisiensi saat transaksi, mekanisme yang efisien, turut andilnya para Nasabah yang menerima berbagai kritik juga transparansi peduli sekaligus perhatian pada para Nasabah yang menurut progres awalan hingga berakhirnya semua proses-proses transaksi yang terjadi. Ketidaksesuaian pada sistem yg dijalankan, bisa menyebabkan para Nasabah menemukan kelompok atau forum keuangan lain yg menguntungkan mereka, entah itu Rasional ataupun Emosional. Di dalam kajian Islam, kemampuan melayani dengan perjanjian yg adil merupakan kewajiban yg wajib dijalankan. Dengan demikian, sesuai pada surah Al-Maidah ayat pertama, yg artinya: "Hai orang-orang yg beriman, tepatilah janji aqad awad itu.

Faktor produk juga menjadi factor keenam yang memengaruhi keyakinan para Nasabah nonMuslim dalam memakai simpanan di Bank Syariah Mandiri. Ini menunjukkan manajemen perlu lebih meningkatkan kualitas *product*.

Pengembangan produk dan inovasi yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri harus terus memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan ekstraksi DPK. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk memastikan inovasi dalam pengembangan produk memenuhi permintaan pasar. Terus-menerus bereaksi terhadap pasar dengan memenuhi tuntutan atau membuat produk Perbankan yang ditawarkannya adalah suatu keberhasilan di dalam pengembangan *product*.

Faktor selanjutnya yaitu lokasi yang merupakan faktor ketujuh. Strategi dalam memilih lokasi dan bangunan yg 'menarik' di kawasan yang nyaman menjadi daya tarik atau keunikan bagi pelanggan. Jika kita melihat bank sebagai suatu lembaga jasa keuangan, penyesuaian lokasi harus tepat atau sesuai. Ketepatan dalam pemilihan lokasi tempat bank dan desain bangunan yang menarik juga atraktif adalah suatu faktor yang sangat penting dalam menggalang pembiayaan dipihak ketiga tersebut.

Faktor pendanaan berada di posisi paling akhir. Sosialisasi perlu terus-menerus dilakukan supaya para nasabah tekhusus khusus untuk nonmuslim pada akhirnya sadar dan tahu siapa yang ingin menggunakan layanan perbankan Syariah.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang menganalisis beberapa faktor yang menyebabkan pilihan nasabah nonmuslim bank syariah untuk tujuan tabungan serta dampaknya terhadap rencana marketing, peneliti menyimpulkan beberapa hal:

1. Penyebab nonmuslim tertarik menggunakan bank syariah
 - a. Faktor Harga; Biaya admin bank syariah tergolong lebih rendah dari bank konvensional.
 - b. Faktor SDM/Personil; Karyawan bank syariah mengedepankan sopan santun dan tata krama terhadap nasabah.
 - c. Faktor Proses; Pelayanan di Bank Mandiri Syariah tergolong cepat.
 - d. Faktor Fisik; Lingkungan bank tampak bersih dan rapi, serta fasilitas yang memadai membuat nasabah menjadi nyaman.
 - e. Faktor Syariah; Faktor syariah menjadi faktor utama yang menarik perhatian nasabah.
 - f. Faktor Promosi/ Iklan; Promosi bank syariah yang meluas.
 - g. Faktor Lokasi; Lokasi bank mandiri syariah yang strategis.
 - h. Faktor Produk; Manajemen perlu meningkatkan faktor produk.
2. Faktor syariah merupakan dampak yang mendominasi dibanding faktor lainnya.

Edukasi produk perlu dilakukan untuk meningkatkan kekuatan perusahaan sehingga dapat menghindari ancaman yang ada. Rencana marketing ini harus dilakukan Bank Mandiri Syariah dari output berlandaskan penelitian

Saran

1. Pendekatan yang dilakukan hanya terfokus pada pendekatan spiritual yang mana bisnis hanya ditujukan ke arah segmentasi syariah. Untuk mengatasi hal tersebut, perlunya dilakukan segmentasi pasar secara emosional untuk memperluas pasar.
2. Proses pengumpulan data dan studi pustaka masih memiliki banyak kekurangan, sehingga hasil penelitian ini belum mewakili strategi definitif yang diterapkan Bank Syariah Mandiri dalam strategi pemasarannya. Oleh karena itu, kami merekomendasikan hal-hal berikut untuk penelitian selanjutnya:
 - a. Tentukan beberapa survei properti untuk mempertimbangkan kebutuhan serta kondisi klien.
 - b. Meningkatkan kuantitas peserta survey (nasabah nonmuslim) di seluruh bank syariah untuk meningkatkan mutu survey.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Prasetyo, Y. 2018. *Ekonomi Syariah*. Penerbit Aria Mandiri Group.
- Rijadi Puti Khairani, Anwar Saeful. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Nonmuslim Memilih Bank Syariah dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Islam*. 1 (2).
- Santi, M. 2019. Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksyar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(01), 47-56.

- Syafrina, N., & Manik, Sudarmin. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Non-Muslim Menabung di Pt. Bank Syariah Mandiri. *Jebi (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(1), 59-70.
- Tambunan, M. J., Reinjayani, N. S., & Daeli, T. F. 2022. Efisiensi Sistem Pengendalian Manajemen terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kcp Rancaekek). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(01), 134-140.
- Chandra, R. 2017. Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pt. Indojoya Agri Nusa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 619-633.
- Ismawati, I. 2019. Peran dan Strategi Marketing Funding dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Panakukang Kota Makassar. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 3(1), 70-82.
- Ilyas, Rahmat. 2015. Konsep Pembiayaan dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian*. Vol. 9, No. 1.
- Ilyas, R. 2018. Manajemen Permodalan Bank Syariah. *Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(2), 323-338.
- Kasman, P. S. P. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bank Syariah Indonesia: Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, Motivasi Kerja dan Perubahan Organisasi (Literature Review Manajemen). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(2), 689-696.
- Nelly, R., Siregar, S., & Sugianto, S. 2022. Analisis Manajemen Risiko pada Bank Syariah: Tinjauan Literatur. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 918-930.
- K. Amiruddin. 2017. Konseptualisasi Ekonomi dan Keuangan Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Satria Firdauska D. 2018. Hakikat Ekonomi Syariah (Landasan, Pengertian dan Tujuan). *Academia: Jurnal Pendidikan*.
- Fahriza, T. A., Hidayati, U., & Mahardika, E. A. (2022, May). Peran Sistem Pengendalian Internal dalam Pencegahan Kecurangan Akuntansi. *In Seminar Nasional Akuntansi dan Call For Paper (Senapan)* (Vol. 2, No. 1, Pp. 86-95).
- Cahyono. 2018. Pengaruh Kebijakan Bank Indonesia Terhadap Perkembangan Perbankan di Daerah Istimewa Yogyakarta 1983-1990. *Ilmu Sejarah-SI*. 3(5).
- Kamila, Rahmawati. 2021. Peranan Frontliner dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Indihiang. *Sarjana Thesis, Universitas Siliwangi*.