

**MINAT NASABAH MUSLIM DAN NON-MUSLIM MENYARANKAN ORANG LAIN  
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Bank Syariah di Denpasar, Bali)**

Rizal Yaya  
Hilda

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Abstract**

*The purpose of this study is to assess the willingness of muslim and non-muslim customers to advise others to become the customers of Islamic bank. A hundred fifty customers from various religion background, participated in the survey undertaken in an Islamic bank in Denpasar. The descriptive statistics show that 55.33% of the respondents agreed or strongly agreed to advise others to become the customers of Islamic banks, 0.67% disagreed or strongly disagreed and 44% neither agreed nor disagreed. Among non-Muslim customers, 61.25% agreed or strongly agreed to advise Muslims to become the customers of Islamic banks and 32.50% agreed or strongly agreed to advise other non-Muslims to become the customers of Islamic bank. Statistically, there is no different perception in advising others to become the customers of Islamic banks, between Muslim and non-Muslim respondents. Separate interviews with some Muslims and non-Muslims customers suggested that the universality of Islamic bank mechanism and their convenience in dealing with the Islamic bank were reasons to advise Muslim and non-Muslim to become the customers of Islamic bank. These findings refuse the claim of Satyagraha Movement promoted by an academician, Wedakarna, that Islamic bank is not suitable for Hindu people who are majority in Bali.*

*Keywords: Islamic Bank, Muslim, Non - Muslim, Customer, Marketing.*

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai kesediaan nasabah Muslim dan non-Muslim menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah. Sebanyak 150 nasabah dari latar belakang agama yang berbeda, telah berpartisipasi dalam survey yang diadakan pada sebuah bank syariah di Denpasar. Statistik deskriptif menunjukkan 55,33% responden setuju/sangat setuju menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah; 0,67% tidak setuju/sangat tidak setuju; dan 44% netral. Di antara nasabah non-Muslim, 61,25% setuju atau sangat setuju menyarankan Muslim menjadi nasabah bank syariah dan 32,50% setuju atau sangat setuju menyarankan non-Muslim lain menjadi nasabah bank syariah. Secara statistik, tidak terdapat perbedaan persepsi antara responden Muslim dan non-Muslim dalam menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan interview dengan beberapa responden Muslim dan non-Muslim, ditemukan bahwa universalitas mekanisme bank syariah dan kenyamanan berhubungan merupakan alasan menyarankan Muslim dan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah. Temuan ini menolak klaim Gerakan Satyagraha yang dipelopori oleh seorang akademisi, Wedakarna, bahwa bank syariah tidak cocok untuk orang Hindu yang mayoritas di Bali.

Kata kunci: Bank Syariah, Muslim, Non - Muslim, Nasabah, Pemasaran.

## PENDAHULUAN

Adanya bank syariah telah memberikan solusi bagi umat Islam dalam menggunakan perbankan yang sesuai dengan syariat Islam. Di tahun 1992, di Indonesia hanya ada satu perbankan syariah yaitu Bank Muamalat. Selanjutnya, saat krisis moneter melanda Indonesia, pemerintah mendirikan Bank Syariah Mandiri di tahun 1999 bersamaan dengan program merger beberapa bank milik pemerintah menjadi Bank Mandiri dengan skema konvensional. Pada tanggal 16 Desember 2003, Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia memutuskan bunga bank adalah riba dan riba hukumnya adalah haram. Menurut ketua Majelis Ulama Indonesia, K.H. Ma'ruf Amin, lahirnya fatwa MUI tentang pelarangan bunga bank merupakan tuntutan dari masyarakat yang masih ragu dengan bank syariah sehingga diharapkan dapat memberikan motivasi terhadap perkembangan bank syariah di Indonesia. Perbankan syariah kemudian berkembang hingga akhirnya muncul 11 bank umum syariah dan 23 unit usaha syariah serta ratusan lembaga keuangan syariah mikro seperti bank pembiayaan rakyat syariah (Yaya dkk, 2014).

Pada dasarnya perbankan syariah bersifat umum atau universal dimana seluruh masyarakat baik muslim maupun non-muslim dapat menjadi nasabah bank syariah. Dalam perkembangannya, perbankan syariah juga diminati oleh kalangan non-muslim. Itu terbukti dari mulai banyaknya nasabah bank syariah yang non-muslim dan bahkan saat ini beberapa kantor cabang bank syariah telah didirikan di daerah yang mayoritas penduduknya adalah non-Muslim seperti halnya di propinsi Bali.

Bagi bank syariah, banyak hal yang dapat dilakukan bank untuk mempromosikan produk serta layanannya guna menarik nasabah baik melalui media cetak maupun elektronik. Akan tetapi, dilaporkan oleh Businesslounge.co (2013) bahwa promosi yang paling efektif di Indonesia adalah promosi *words of mouth* (WOM) (dari mulut ke mulut). Dijelaskan bahwa WOM sangat cocok diterapkan di Indonesia karena konsumen di Indonesia memiliki attitude yang khas yaitu *socializing* yang kuat di lingkungannya berada (Irawan, 2007).

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan penelitian berkaitan dengan minat mengajak orang lain menjadi nasabah bank syariah. Pertama, sejauh mana minat nasabah saat ini untuk mengajak orang lain menjadi nasabah bank syariah. Kedua, apakah terdapat perbedaan minat antara nasabah Muslim dan non-Muslim dalam mengajak orang lain menjadi nasabah bank syariah.

Teori yang berkaitan dengan upaya seorang pelanggan mengajak orang lain ikut menjadi pelanggan suatu barang atau jasa yang biasa dia pakai, banyak dijelaskan dalam literatur tentang pemasaran berbasis *words of mouth* (WOM) atau biasa juga disebut dengan berbasis mulut ke mulut. Secara sederhana Cox (1967) mengatakan bahwa WOM merupakan percakapan tentang suatu produk. Helm dan Schlei (1998) mendefinisikan WOM sebagai komunikasi lisan baik bersifat positif maupun negatif antara kelompok misal kelompok penyedia produk, pakar independen, keluarga, teman dan pelanggan aktual dan potensial. Secara formal Arndt (1967) mendefinisikan pemasaran berdasarkan WOM sebagai komunikasi lisan, orang ke orang, antara komunikator yang tidak bersifat komersial dengan seorang penerima informasi

(receiver) yang sedang mempertimbangkan merek suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Ennew et al (2000) menyatakan bahwa di kalangan pemasar, WOM dikenal sebagai satu dari bentuk komunikasi pemasaran yang tertua. Sampai saat ini WOM masih relevan dan penting karena memiliki dampak pada pelanggan aktual dan potensial. Komentar positif dari pelanggan yang puas akan meningkatkan pembelian (dari pelanggan itu sendiri dan pelanggan lain), sedangkan komentar negatif dari pelanggan yang tidak puas bisa mengurangi pembelian (dari pelanggan itu dan yang lain) (Ennew et al 2000). Berdasarkan sebuah penelitian tentang perpindahan merek produk rumah tangga pada ibu rumah tangga, Katz dan Lazarfeld (1955) menemukan bahwa pengaruh orang lain, tujuh kali lebih efektif daripada iklan di majalah atau koran. Beal dan Rogers (1957) mengungkapkan bahwa penyampaian informasi dari kenalan merupakan pendekatan yang paling efektif dalam mengajak ibu-ibu rumah tangga mencoba pakaian baru dan mengubah supermarket tempat belanja.

Keinginan pelanggan melakukan WOM berkait erat dengan faktor kepuasan terhadap produk dan layanan yang diterima (Ennew et al, 2000). Pelanggan yang mengalami ketidakpuasan akan cenderung melakukan WOM negatif. Walker (1995) melaporkan survey White House Office of Consumer Affairs bahwa 90% pelanggan yang tidak puas tidak ingin membeli lagi pada perusahaan yang mengecewakan mereka. Selanjutnya, disebutkan dalam laporan tersebut bahwa masing-masing pelanggan yang kecewa mengungkapkan kekecewaannya pada minimum 9 orang lain, dan sekitar 13% mengkomunikasikan pada lebih dari 20 orang. Untuk pelanggan yang puas, terdapat

perdebatan di kalangan penelitian antara pelanggan yang puas dengan WOM. Hart et al (1990) menyatakan bahwa pelanggan dengan pengalaman yang buruk akan menceritakan pengalaman buruknya pada lebih banyak orang daripada pelanggan yang mengalami pengalaman bagus dalam menceritakan pada orang lain.

Dibanding industri barang, perhatian terhadap aspek WOM relatif lebih besar pada industri jasa. Mitchell and Greatotex (1993) mengungkapkan bahwa pelanggan potensial untuk suatu produk jasa cenderung meminta nasehat pada keluarga atau teman. Murray (1991) mengkonfirmasi bahwa calon pelanggan jasa cenderung meminta pendapat dan mencari tahu pengalaman pembanding dari individu lain dalam membuat keputusan pembelian jasa. Bharadwaj et al (1993) menyatakan bahwa ketika pembeli tidak bisa mengevaluasi kualitas dan nilai suatu jasa atau kemampuan penyedia jasa, maka reputasi yang disampaikan melalui WOM positif bisa menjadi alat evaluasi detail tentang jasa tersebut.

Bank Jatim (2014) melaporkan bahwa saat ini perbankan di Indonesia berlomba-lomba memberikan pelayanan prima agar nasabah dapat merasa aman, nyaman dan percaya kepada bank. Dengan pelayanan prima diharapkan nasabah yang sudah ada dapat menjaring calon nasabah baru dengan pendekatan WOM. Kendati demikian, Bank Jatim mengingatkan bahwa WOM hanya didapat dari pengalaman saat mendapat layanan perbankan yang prima.

Bank syariah di daerah Muslim sebagai minoritas memiliki tingkat kesulitan yang relatif lebih tinggi dibanding bank syariah yang Muslim sebagai minoritas. Di daerah tersebut Bank Syariah tidak dapat bisa mengandalkan motivasi

larangan riba sebagaimana halnya di daerah yang mayoritas Muslim. Khusus di Propinsi Bali, saat ini terdapat gerakan Satyagraha yang mengangkat sentimen agama Hindu menentang adanya bank syariah di Bali. Gerakan ini diinisiasi oleh tokoh radikal Hindu Bali bernama Shri I I Gusti Ngurah Arya Wedakarna yang pada pemilu lalu mendapat suara terbanyak sebagai anggota DPD utusan Propinsi Bali. Gerakan ini secara aktif mengkampanyekan anti syariah termasuk dengan demonstrasi menggerakkan mahasiswa (Zulfikri, 2014). Dalam sebuah wawancara dengan Berita3.com (2014), Wedakarna menjelaskan bahwa gerakan ekonomi Islam mungkin bisa berlaku di Malaysia dan Timur Tengah atau negara Islam, tapi tidak bisa berlaku di Bali. Dia mengimbau masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) dan koperasi saja. Dia ini memandang bank syariah bertentangan dengan Pancasila dan meminta agar Bank Indonesia menghentikan pengembangan Bank Syariah di Bali serta meminta agar Bupati-Bupati di Bali tidak memperbolehkan pembangunan Bank Syariah.

Adanya gerakan yang menentang bank syariah di daerah yang Muslim sebagai minoritas, dapat mengakibatkan meningkatnya WOM negatif yang bisa berakibat pada berkurangnya animo non-Muslim menjadi nasabah bank syariah atau semakin rendahnya minat nasabah non-Muslim dalam mengajak nasabah non-Muslim lain menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Bali, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Terdapat perbedaan antara nasabah Muslim dan non-Muslim dalam mengajak orang lain menjadi nasabah Bank Syariah

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mixed method* dengan melakukan pengambilan data berdasarkan kuesioner dan interview untuk pendalaman. Penelitian ini juga merupakan penelitian lapangan karena data yang diperoleh langsung dari nasabah PT. Bank 'B' Cabang Denpasar yang beroperasi dengan skema syariah dengan menggunakan angket dengan skala likert 5 point. Interview dengan responden dilakukan untuk mendalami beberapa isu yang relevan berdasarkan temuan sementara di kuesioner.

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah 'B'. Objek penelitian ini sengaja dipilih karena nasabah non-Muslim yang cukup banyak. Pengumpulan data dilakukan pada 3 Februari 2014 sampai dengan 14 Februari 2014 di kantor Bank 'B' Cabang Denpasar. Interview follow up dilakukan melalui telepon dua minggu setelah data dikumpulkan kepada nasabah yang telah menyatakan kesediaannya untuk diinterview via telepon.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi pada penelitian ini berupa seluruh nasabah muslim dan non-muslim yang menjadi nasabah di Bank 'B' Denpasar. Teknik pengambilan sampelnya adalah *convenience sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada kemudahan akses terhadap responden yaitu mereka yang datang ke Bank Syariah 'B'. Jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan karakteristik sebagai berikut :

Berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini

sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 87 responden atau 58,0% dan perempuan sebanyak 63 responden atau 42,0%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank 'B' cabang Denpasar lebih banyak dari jenis kelamin laki-laki yang ditemui saat penelitian di PT. Bank 'B' Cabang Denpasar. Berdasarkan umur, maka responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia antara 15-25 tahun sebanyak 50 responden (33%) dan sebagian kecil berusia antara > 55 tahun sebanyak 3 responden (2%). Hal ini menunjukkan bahwa dari segi umur nasabah PT. Bank 'B' cabang Denpasar kebanyakan masih muda dibawah 45 tahun. Berdasarkan agama, sebanyak 46,7% responden beragama Islam, sedangkan yang non-Muslim 53,3%. Dibandingkan dengan total responden, yang beragama Hindu yaitu 75 responden (50%), Kristen (2%) dan Budha (1,3%). Banyaknya nasabah dengan latar belakang agama Hindu cukup menggambarkan kondisi masyarakat Bali dengan Hindu sebagai agama mayoritas. Berdasarkan pendidikan, responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendidikan Sarjana sebanyak 59 responden (39,3%) dan sebagian kecil berpendidikan Pascasarjana sebanyak 5 responden (3,3%).

Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai Pegawai Swasta, yaitu sebanyak 61 responden atau 40,7% dan sebagian kecil bekerja sebagai PNS sebanyak 17 responden atau 11,3%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan Nasabah PT. Bank 'B'

cabang Denpasar mayoritas bekerja pada pada bidang swasta.

Berdasarkan jenis nasabah, responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar nasabah Tabungannya sebanyak 119 responden atau 79,3% dan sebagian kecil nasabah Lainnya seperti Giro dan Deposito sebanyak 13 responden atau 8,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi jenis nasabah, Nasabah PT. Bank 'B' cabang Denpasar mayoritas nasabah Tabungan. Berdasarkan jarak, sebagian besar jarak rumah nasabah dengan Bank diantara 3- 5km (51 responden atau 34,0%) dan sebagian kecil jarak bank dengan rumahnya antara 1km-3km (31 responden atau 20,7%). Hal ini menunjukkan bahwa dari segi jarak bank dengan rumahnya, Nasabah PT. Bank 'B' cabang Denpasar mayoritas dekat dengan bank.

## PEMBAHASAN

### **Analisis Deskriptif Tentang Minat Nasabah Menyarankan Orang Lain**

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui minat nasabah muslim maupun non-Muslim dalam menyarankan orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah. Terdapat tiga pernyataan yang digunakan untuk mengetahui minat nasabah menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah. Satu pernyataan bersifat umum dan dua lainnya bersifat khusus untuk penajaman. Pernyataan yang bersifat umum berupa investigasi tentang minat nasabah menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah.

Tabel 1. Minat Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah

Agama Responden	Total Responden	Setuju/Sangat Setuju Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah	%	Tidak Setuju/Sangat tidak setuju Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah	%	Netral / Tidak Menjawab	%
ISLAM	70	41	58,60	1	1,40	28	40,00
Non-Muslim							
HINDU	75	40	53,30	0	0,00	35	46,70
KRISTEN	3	1	33,33	0	0,00	2	66,70
BUDHA	2	1	50,00	0	0,00	1	50,00
Total non-Muslim	80	42	52,50	0	0,00	38	47,50
Tot. Muslim dan non-Muslim	150	83	55,33	1	0,67	66	44,00

Berdasarkan tabel 1, nasabah yang beragama Islam memiliki persentase tertinggi dalam menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah yakni sebesar 58,6% (dari 70 orang), diikuti oleh Hindu (53,30% dari 75 responden), Budha (50%) dan Kristen (33,33%). Dapat dilihat juga terdapat nasabah yang beragama Islam yang tidak setuju menyarankan orang lain untuk menjadi nasabah di bank

syariah sebesar (1,4% dari 70 orang).

Investigasi tentang minat menyarankan orang lain menjadi nasabah bank syariah dilakukan dengan mendetail orang lain yang dimaksud dengan Muslim dan non-Muslim. Gambaran tentang minat menyarankan muslim menjadi nasabah bank syariah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Minat Menyarankan Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah

Agama Responden	Total Responden	Setuju/Sangat Setuju Menyarankan Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah	%	Tidak Setuju/Sangat tidak setuju Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah	%	Netral/ Tidak Menjawab	%
ISLAM	70	52	74,30	1	1,40	17	24,30
Non-Muslim							
HINDU	75	46	61,30	0	0,00	29	38,70
KRISTEN	3	1	33,30	0	0,00	2	66,70
BUDHA	2	2	100,00	0	0,00	0	0,00
Total non-Muslim	80	49	61,25	0	0,00	31	38,75
Tot. Muslim dan non-Muslim	150	101	67,33	1	0,67	48	32,00

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa nasabah yang beragama Budha memiliki persentase tertinggi

dalam menyarankan Muslim menjadi nasabah bank syariah yakni sebesar 100% (dari 2 orang).

Itu artinya nasabah yang beragama Budha memiliki minat yang tinggi dalam menyarankan Muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dapat dilihat juga terdapat nasabah yang beragama Islam yang tidak setuju menyarankan Muslim menjadi nasabah di bank syariah sebesar (1,4% dari 70 orang). Sementara persentase terendah yaitu 33,3% (dari 3 orang) yang beragama Kristen dalam menyarankan Muslim menjadi nasabah di bank syariah.

Dalam interview via telepon yang dilakukan kepada nasabah yang dalam kuesioner menyarankan Muslim untuk menjadi nasabah bank syariah terdapat beberapa alasan kenapa menyarankan Muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Seorang interviewee yang beragama Islam menyatakan alasannya untuk menyarankan Muslim lain menjadi nasabah bank syariah adalah dalam karena pertimbangan keharaman bunga Bank:

“Karena bank konvensional itu sistemnya bunga sudah jelas sistemnya suku bunga atau riba dan tidak dibolehkan. Karena bank konvensional di negara kita dibolehkan dan kebanyakan ikut ke sana. Saya saja PNS gajinya masuk di bank konvensional tetapi untuk menenangkan diri saya transfer lagi di bank syariah. Karna itu sesuai syariat agama kita kan sebisa mungkin ikutin agama kita”. (Interviewee 2 – Muslim)

Pertimbangan saling mengingatkan untuk menjauhi hal yang dilarang dalam agama juga menjadi dasar pertimbangan bagi nasabah Muslim menyarankan Muslim lainnya menjadi nasabah bank syariah:

“Katanya riba itu haram. Sesama muslim sebaiknya kan saling mengingatkan. Kalau ada yang halal kenapa yang haram masih dijalani. Bukan begitu?” (Interviewee 1 – Muslim)

Pertimbangan yang agak berbeda dinyatakan oleh nasabah non-Muslim yang menyatakan berminat menyarankan Muslim menjadi nasabah Bank Syariah. Dalam salah satu interview dinyatakan oleh seorang interviewee non-Muslim ketika diminta penjelasan kenapa menyarankan muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah.

“Seharusnya masyarakat muslim bangga memiliki atau mempunyai sistem syariah yang dapat menghindari inflasi. Bukan hanya itu halal juga kan bagi kaum muslim”. (Interviewee 1 – Non-Muslim)

Dalam sebuah interview dengan non - Muslim lainnya disebutkan alasan menyarankan muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah karena ketertarikannya pada mekanisme yang digunakan oleh bank syariah yang sangat membantu ketika nasabah pembiayaan mengalami masalah dalam usahanya:

“Awal saya tertarik dengan bank syariah itu karena temen saya cerita dia pernah melakukan pembiayaan di bank syariah dan uangnya itu digunakan sebagai modal untuk usaha. Setelah beberapa lama usahanya gak jalan macet entah karena apa, saya juga gak ngerti. Kemudian dari bank syariah hanya meminta pokok pinjamannya saja tanpa dibebani semacam bunga gitu..... Saya yang bukan Islam tertarik dengan sistem bank syariah. Harusnya kan yang muslim lebih tertarik dengan bank syariah. Ya apa salahnya hanya menyarankan saja”. (Interviewee 2 – Non-Muslim)

Alasan lain yang dikemukakan oleh non - Muslim dalam menyarankan orang Muslim menjadi nasabah bank syariah adalah karena keinginan membagi pengalamannya yang nyaman berhubungan dengan Bank Syariah:

“Saya sebagai non-Muslim saja nyaman bertransaksi di bank syariah. Harusnya orang - orang muslim lebih memanfaatkan keberadaan bank syariah”. (Interviewee 3 – Non-Muslim).

Gambaran tentang minat menyarankan muslim menjadi nasabah bank syariah dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Minat Menyarankan Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah

Agama Responden	Total Responden	Setuju/ Sangat Setuju Menyarankan non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah	%	Tidak Setuju/ Sangat tidak setuju Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah	%	Netral / Tidak Menjawab	%
ISLAM	70	30	42,90	5	7,10	35	50,00
Non-Muslim							
HINDU	75	26	34,70	2	2,60	47	62,70
KRISTEN	3	0	0,00	0	0,00	3	100,00
BUDHA	2	0	0,00	0	0,00	2	100,00
Total non-Muslim	80	26	32,50	2	2,50	52	65,00
Tot. Muslim dan non-Muslim	150	56	37,33	7	4,67	87	58,00

Sehubungan dengan minat menyarankan muslim menjadi nasabah bank syariah menunjukkan bahwa nasabah yang beragama Islam memiliki persentase tertinggi dalam menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah yakni 42,90 (dari 70 orang). Itu artinya nasabah yang beragama Islam memiliki minat yang tinggi dalam menyarankan Non-Muslim menjadi nasabah di bank syariah. Akan tetapi, juga ditemui nasabah yang beragama Islam yang tidak setuju menyarankan non-Muslim menjadi nasabah di bank syariah sebesar 7,1% (dari 70 orang) dan nasabah non-Muslim yang tidak setuju menyarankan Non-Muslim menjadi nasabah di bank syariah sebesar 2,6% (dari 75 orang).

Berdasarkan interview yang dilakukan, terdapat beberapa alasan kenapa beberapa responden menyarankan non-Muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Seorang responden Muslim yang diwawancarai menyampaikan pertimbangan universalisme Bank

syariah sebagai dasar menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah:

“Bank ini kan bank syariah yang memang memakai sistem Islami tapi kan ini bukan bank khusus untuk orang Islam. Terkadang teman yang non-Muslim menilai seperti itu. Padahal hanya sistemnya saja yang syar’i atau memakai sistem Islami. Jadi menyarankan teman atau tetangga-tetangga tidak ada salahnya apalagi sistemnya berbeda dengan bank-bank biasa. Setidaknya mereka tau kalau bank muamalat atau bank syariah itu bukan bank khusus orang Islam melainkan sistemnya saja”. (Interviewee1 – Muslim)

Disamping pertimbangan universalisme, seorang interviewee Muslim lainnya menambahkan faktor metode bagi hasil yang dipandang tidak merugikan sebagai dasar untuk menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah:

“Gak ada salahnya juga kalau mereka mau, metode bagi hasilnya

juga gak merugikan. Bank syariah tidak untuk muslim saja, bank syariah juga terbuka untuk umum kan?” (Interviewee 2 – Muslim)

Bagi nasabah yang non-Muslim terdapat alasan yang lebih bervariasi dalam menyarankan non-Muslim lain menjadi nasabah bank syariah. Seorang interviewee non-Muslim yang berlatar belakang akademisi mengungkapkan tiga alasan, antara lain, persepsi kemampuan bank syariah menekan inflasi; pengalaman negara lain yang banyak nasabah non-Muslimnya, dan; kemampuan bertahan di masa krisis:

“Bank syariah ini adalah sebuah tren baru untuk menghindari inflasi. Saya pernah baca di internet di Malaysia malah banyak masyarakatnya yang Non-Muslim menjadi nasabah bank syariah. Dulu kan waktu krisis Bank Muamalat kan tetap bertahan... Nah, mungkin itu salah satunya kenapa saya ingin coba”. (Interviewee 1 – non-Muslim)

Seorang interviewee non-Muslim yang berlatar belakang wiraswasta mengungkapkan pertimbangan bagi hasil sebagai alasan menyarankan non-Muslim lainnya untuk menjadi nasabah bank syariah:

“Tertarik sama sistem bagi hasilnya itu lho... Kalau bunga kan sudah biasa. Ingin mencoba saja tidak ada pertimbangan yang bagaimana”. (Interviewee 2 – non-Muslim)

Seorang interviewee non-Muslim yang berlatar belakang pegawai swasta mengungkapkan pertimbangan pengalaman terhadap kenyamanan layanan bank syariah sebagai alasan menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah:

disana tidak begitu antri, karena mungkin banknya baru, jadi kalau transaksi jadi gak lama. Kemudian kebijakan-kebijakan yang diberikan

juga tidak merugikan nasabah. (Interviewee 3 – non-Muslim).

Tingginya penerimaan nasabah non-Muslim, termasuk Hindu di Bali sangat mungkin tidak semata karena faktor mekanisme bagi hasil yang menarik atau layanan yang nyaman. Sebagaimana dibahas pada literatur di depan, dalam Weda, kitab suci umat Hindu, juga mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga (Gopal, 1935: Rangaswani, 1927). Kondisi ini mengindikasikan bahwa secara alamiah, umat Hindu yang memahami Weda akan merasa cocok dengan mekanisme non-bunga yang berlaku di bank syariah.

Berdasarkan Tabel 1, hanya 2,5% atau 2 dari 80 responden non-Muslim yang tidak setuju atau sangat tidak setuju untuk menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah. Jumlah bahkan lebih kecil dari persentase nasabah Muslim yang tidak setuju menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah yaitu sebesar 7,1% atau sebanyak 5 dari 70 nasabah Muslim. Jika dibandingkan dengan persentase non-Muslim yang setuju untuk menyarankan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah, ini menunjukkan bahwa tingkat penerimaan non-Muslim di Bali terhadap bank syariah sangatlah besar. Ini sekaligus memberikan bukti empiris bahwa kampanye gerakan Satyagraha di Bali yang menentang keberadaan bank syariah di Bali karena tidak sesuai dengan masyarakat Hindu Bali sangatlah tidak tepat.

### **Hasil Uji Beda Minat Nasabah Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Berdasarkan hasil olah data nilai uji beda minat nasabah PT. Bank 'B' Cabang Denpasar sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Beda Minat Nasabah Muslim dan Non-Muslim Menyarankan Orang Lain Menjadi nasabah Bank Syariah

	Minat Menyarankan Orang Lain Menjadi Nasabah Bank Syariah	Minat Menyarankan Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah	Minat Menyarankan Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah
Mann-Whitney U	2702,500	2622,000	2586,000
Wilcoxon W	5942,500	5862,000	5826,000
Z	-,394	-,769	-,855
Asymp. Sig. (2-tailed)	,694	,442	,393

a Grouping Variable: MUSLIMNONMUSLIM

Pada Tabel 4, nilai sig > 0,05, menunjukkan bahwa secara statistik tidak ada perbedaan yang signifikan antara nasabah Muslim dan Non-Muslim dalam menyarankan orang lain, muslim maupun non-Muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah khususnya nasabah PT. Bank 'B' Cabang Denpasar. Penelitian ini memperkuat pandangan universalisme mekanisme perbankan Islam yang juga bisa cocok bagi masyarakat non-Muslim.

Hasil pengujian sekaligus ini membantah pandangan gerakan Satyagraha yang dipelopori oleh tokoh radikal Bali, Wedakarna, yang menentang keberadaan Bank Syariah di Bali dan menyatakannya sebagai sesuatu yang bertentangan dengan budaya masyarakat Bali dan ajaran Hindu. Sangat mungkin, pandangan yang menentang tersebut lebih berdasarkan pandangan politik dan tidak didasarkan pada pemahaman yang benar terhadap perbankan syariah sebagaimana pemahaman masyarakat Hindu Bali yang telah menjadi nasabah bank syariah. Disamping itu, sangat mungkin secara substansi, perbankan syariah sejalan dengan budaya 'Ngadas' di masyarakat Bali berupa bagi hasil keuntungan pemeliharaan sapi antara orang yang punya sapi dengan orang yang memeliharanya.

Penjelasan terhadap kesesuaian Bank Syariah dengan ajaran Hindu dapat dilihat pada Weda, kitab suci umat Hindu yang mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar (Suyanto, 2009). Dijelaskan oleh Visser dan McIntosh (1998) bahwa Vasishtha, pembuat hukum Hindu yang terkenal sepanjang waktu, membuat hukum khusus melarang kasta yang lebih tinggi Brahmana dan Ksatria, meminjamkan dengan bunga.

## PENUTUP

Adanya penentangan terhadap keberadaan bank syariah oleh Gerakan Satyagraha di Bali yang pelopori oleh seorang akademisi bernama Wredakarna, tidak memiliki argumen yang kuat secara dasar keagamaan Hindu maupun secara empiris pengalaman masyarakat Hindu dan non-Muslim lainnya yang telah berinteraksi dengan bank syariah di Bali. Hampir sepertiga (32,50%) nasabah non-Muslim dan lebih dari dua per lima (42,90%) nasabah Muslim setuju untuk menyarankan non-Muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Secara statistik tidak terdapat perbedaan signifikan diantara nasabah Muslim dan non-Muslim dalam menyarankan orang lain baik Muslim dan non-Muslim menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini terbatas pada satu Bank syariah di Denpasar Bali. Untuk generalisasi, penelitian kedepan perlu menggunakan sampel yang berasal dari bank syariah lain yang terdapat di Bali. Perluasan cakupan sampel yang digunakan diharap dapat meningkatkan validitas eksternal penelitian ini untuk keperluan generalisasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arndt, J. (1967), 'Word of mouth advertising and informal communication', in Cox, D. (Ed), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behaviour*, Boston, MA, pp. 188-239.
- Bank Jatim (2014) Bank Jatim berhasil Tingkatkan Kinerja Layanan Di 2014, Bank Jatim, diunduh pada 18 Agustus 2014, di: <http://www.bankjatim.co.id/news/view/274>
- Beal, G.M. dan Rogers, E.M. (1957), 'Informational success in the adoption process of new fabrics', *Journal of Home Economics*, Vol. XLIX, pp. 630-4.
- Bharadwaj, S.G, Varadarajan, P.R. dan Fahy, J. (1993), 'Sustainable competitive advantage in service industries: a conceptual model and research propositions', *Journal of Marketing*, Vol. 47, October, pp. 83-99.
- Businesslounge.co (2013) Buzz Marketing, Paling Efektif di Indonesia, businesslounge.co, diunduh 18 Agustus 2014 pada: <http://businesslounge.co/2013/01/29/buzz-marketingpaling-efektif-di-indonesia-2/>
- Cox, D (1967), 'The audience as communicators' in Cox, D (Ed) *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behaviour*, Boston, MA, pp. 172-87.
- Ennew, C. T., Banerjee, A. K., dan Li, D. (2000), 'Managing word of mouth communication: empirical evidence from India', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, No. 2, pp. 75-83.
- Hart., W.L., Heskett, J.L., dan Sasser, W.E. Jr (1990), 'The profitable art of service recovery', *Harvard Business Review*, July-August, pp. 148-56.
- Helm, S. And Schlei, J. (1998), 'Referral potential – potential referral: an investigation in customers' communication in service market', *Track 1 Market Relationships, Proceedings, 27<sup>th</sup> EMAC Conference, Marketing Research and Practice*, pp. 41-56.
- Irawan, H. (2007), Karakter dan perilaku khas konsumen Indonesia, diunduh pada 10 Oktober 2015 di: [http://www.handiirawan.com/articles/archives/2007/05/29/karakter\\_dan\\_perilaku\\_khas\\_konsumen\\_indonesia/](http://www.handiirawan.com/articles/archives/2007/05/29/karakter_dan_perilaku_khas_konsumen_indonesia/)
- Kabar3.com (2014), Rektor Mahendradatta tolak ekonomi syariah , Kabar3.com , diunduh pada 18 Agustus 2014 di: [http://www.kabar3.com/news/2014/03/rektor-mahendradatta-tolak-ekonomi-syariah#.U\\_Gz1KNiKfk](http://www.kabar3.com/news/2014/03/rektor-mahendradatta-tolak-ekonomi-syariah#.U_Gz1KNiKfk)
- Katz, E. Dan Lazarsfield, P.F. (1955) *Personal Influence*, The Free Press, Glencoe, H.
- Mitchell, V. dan Greatorex, M. (1993), 'Risk perception and reduction in the purchase of consumer services', *The Service Industries Journal*, Vol. 13, No. 4, pp. 179-200.
- Walker, J (1985), 'Service encounter satisfaction: conceptualised',

Journal of Consumer Research, Vol. 9, No. 1, pp.5-14.

Visser, W.A.M dan McIntosh, A. (1998), 'A short review of the historical critique of usury', *Accounting, Business and Financial History*, Vol. 8, No. 2, pp. 175-189.

Yaya, R., Erlangga, A., dan Abdurrahim A., (2014) *Akuntansi Perbankan Syariah:*

*Teori dan Praktik Kontemporer berdasarkan PAPSI 2013 edisi 2*, Salemba Empat, Jakarta.

Zulfikri (2014) Aliansi Hindu Muda Bali Tolak Bank Syariah di Bali, *Muslimdaily.net*, diunduh pada 10 Oktober 2015 di: <http://muslimdaily.net/berita/aliansi-hindu-muda-bali-tolak-bank-syariah-di-bali.html>