

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah muslim dalam memilih bank konvensional.

Suatu sikap yang wajar ketika nasabah menentukan atau memilih bank mana yang dipilih yang pastinya memberikan efek positif terhadap nasabah yang bisa memberikan kemudahan dan keuntungan juga secara bersamaan.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam usahanya untuk membeli, memilih, menggunakan dan mengevaluasi produk serta jasa yang diharapkan mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengkonsumsi barang atau jasa, diantaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Pengaruh faktor-faktor tersebut dapat secara spesifik dan langsung atau secara umum tidak langsung. Selain sifat pengaruhnya yang berbeda, ukuran kelompok dari masing-masing faktor tersebut juga berbeda. Semakin kecil ukuran kelompok, akan semakin spesifik dan langsung pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan seorang konsumen.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah muslim dalam memilih bank konvensional peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber muslim yang memiliki tabungan di bank konvensional dan tinggal di lingkungan kelurahan salo. Setelah melakukan wawancara, peneliti mendapatkan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih bank konvensional yaitu disesuaikan dengan kerangka pikir yang sebelumnya sudah di buat oleh peneliti maka ada beberapa faktor yaitu :

1.1.1 Faktor Budaya

Faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima

informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan.¹

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Kebudayaan merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Budaya adalah suatu kekuatan dalam mengatur perilaku manusia. Ini terdiri dari seperangkat pola perilaku yang ditularkan dan dipelihara oleh anggota masyarakat tertentu melalui berbagai cara. Sebagai contoh, anggota dalam budaya yang sama memiliki kesamaan bahasa instruksi pola dan imitasi dan mereka berbagi nilai yang sama. Nilai-nilai ini cenderung mempengaruhi perilaku konsumen dan mengatur pilihan kriteria yang digunakan oleh konsumen individu.

Penjelasan di atas dapat disesuaikan dengan pendapat yang diberikan oleh narasumber:

“Saya ikutan-ikutan saja karena banyak orang yang menabung disitu (Bank Konvensional) tepatnya di Bank BRI, dan sudah sangat familiar di masyarakat”.²

Budaya adalah sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Setiap budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang menyediakan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi anggota-anggotanya. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, ras dan daerah geografis.

Faktor budaya menjadi faktor seorang nasabah memilih bank konvensional di karenakan menurut pandangan mereka bahwa di kalangan masyarakat sudah sangat familiar menggunakan jasa pada bank konvensional. Mereka sudah terbiasa dengan segala prosedurnya, fasilitas yang diberikan sudah memadai dan mudah dijangkau

¹Darwis Tamba, *Pengaruh faktor budaya, sosial , pribadi dan psikologis terhadap keputusan membeli di Indomaret*, (Jurnal Manajemen Bisnis , Vol. 17 No.1), h. 34.

²Dinar, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

dan diakses oleh masyarakat serta promosi yang dilakukan oleh bank konvensional agar masyarakat mengetahui kualitas, perkembangan dan produk yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri sehingga mempercayakan urusan keuangannya kepada bank konvensional.

Hubungan Faktor Budaya dengan Keputusan Pembelian. Budaya, sub-budaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengenali peran yang dimainkan oleh budaya-budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat dan dapat dilihat dari kepercayaan, pandangan dan kebiasaan konsumen terhadap suatu produk. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Masyarakat juga pada umumnya memilih bank bukan hanya karena pelayanan, lokasi maupun reputasi tetapi mereka memilih karena cenderung memilih bank yang sudah tidak asing di masyarakat, mereka memilih karena sesuatu yang sudah umum di masyarakat.

Bank konvensional diketahui telah lama muncul keberadaannya di tengah-tengah masyarakat, dan selalu memberikan pelayanan maksimal kepada nasabahnya sehingga nasabah merasa sangat puas akan pelayanan tersebut, karena pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank untuk mempertahankan loyalitas para nasabahnya. Pelayanan yang ada di bank tempat mereka menyimpan dananya sangat nyaman, ramah dan pelayanan jasa yang lainnya sangat baik. Transaksi berbagai produk sangat menguntungkan bagi nasabah dan tidak memberatkan nasabah. Pelayanan yang baik juga akan memberikan kepercayaan terhadap bank itu sendiri.

Salah satu narasumber mengatakan selama saya menjadi nasabah tidak ada karyawan yang memberikan pelayanan kurang nyaman. Malah karyawan

tersebut memberikan pelayanan jasa sangat baik, nyaman dan ramah serta tidak mengulur-ngulur waktu dalam menyelesaikan urusan.³

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan yang memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah menjadi salah satu faktor nasabah tersebut untuk tetap loyal kepada bank yang dipercayakan untuk menyimpan uang mereka. Pelayanan karyawan menjadi faktor penting untuk bank dalam menarik lebih banyak calon nasabah untuk memilih suatu bank karena ketika nasabah telah merasakan keuntungan dengan pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut maka nasabah akan memberikan peluang besar bagi bank untuk menarik calon nasabah baru dengan cara nasabah tersebut memberikan informasi pengalaman mereka yang telah menggunakan jasa bank dengan pelayanan maksimal yang telah mereka rasakan.

Sistem perbankan yang ada di Indonesia saat ini memang memberikan opsi lebih kepada nasabah untuk memilih bank yang dikehendaki sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka masing-masing, sehingga pertumbuhan perbankan saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan strategi yang berbeda-beda setiap banknya dalam menarik nasabah untuk menabung di bank mereka.

Lokasi menjadi salah satu hal penting yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank konvensional, nasabah cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan. Masyarakat dalam menabung sangat ditentukan oleh letak lokasi bank tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa narasumber yang telah diwawancarai:

“Saya tertarik karena bank itu dapat dipercaya oleh masyarakat dan sangat diperlukan selain itu gampang dicari karena unitnya ada di setiap kecamatan, pelayanannya yang mudah dan tidak berbelit-belit.”⁴

³Dinar, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

⁴Sudar, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

“Saya menganggap bank konvensional (Bank BRI) itu sudah bernaung pada pemerintahan sehingga terjamin dan cabangnya pun sudah dimana-mana”.⁵

Kepercayaan akan suatu bank menjadi hal pokok bagi nasabah dalam hal mempercayakan dananya untuk disimpan dengan baik di bank tersebut. Hal ini menjadi hal penting bagi pemerintahan sehingga adanya perlindungan hukum yang diberikan oleh bank kepada pengguna jasa layanan perbankan (nasabah) dengan adanya Undang-undang nomor 10 Tahun 1998. Dengan adanya jaminan hukum tersebut mereka akan mempercayakan uangnya pada bank untuk memanfaatkan jasa bank. Kepercayaan masyarakat lahir apabila dari bank ada jaminan bahwa pengetahuan bank tentang simpanan dan keadaan keuangan nasabah tidak akan disalahgunakan.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan faktor yang menjadi salah satu pertimbangan penting nasabah memilih bank konvensional karena rata-rata sudah tidak asing lagi dengan keberadaan bank konvensional, ia melihat kebanyakan dari kelompok masyarakat memilih bank konvensional, sehingga memutuskan juga untuk memilih bank yang sama, selain itu bank konvensional sudah dinaungi oleh pemerintah sehingga sangat terjamin keamanannya serta lokasi cabang dan unitnya mudah ditemukan atau dijangkau diberbagai pelosok daerah sehingga memudahkan mereka ketika membutuhkan dana dalam keadaan mendesak.

1.1.2 Faktor Sosial

Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status.⁶

⁵Abdul Hafid, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

⁶Darwis Tamba, *Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan membeli di Indomaret*, (Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 17 No.1), h. 35.

Yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Para anggota keluarga juga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Ada dua macam keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua dan keluarga sebagai sumber keturunan, yaitu pasangan suami istri dan anak-anaknya. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Hubungan Faktor Sosial dengan Keputusan Pembelian. Setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya selalu bersosialisasi atau berhubungan dengan orang lain. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi yang terjadi secara terus menerus dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal dan informal. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelas sosial kadang-kadang berupa suatu sistem kasta dimana anggota dari kasta yang berbeda untuk peranan-peranan tertentu dapat mengubah keanggotaan kasta mereka, termasuk dalam pembelian suatu produk.. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan ataupun adopsi dan tinggal bersama. Anggota keluarga sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap individu. Keluarga mempunyai peran penting dimana setiap anggota keluarga saling mempengaruhi.

Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dinar:

“Kerabat saya tidak ada yang menabung di bank lain selain di bank BRI, keluarga juga menyarankan kalau di bank BRI itu bagus pelayanannya dan keluarga saya lebih banyak menabung di bank tersebut dan ketika mau mengambil dana bantuan disana mudah. Misalnya ada kepentingan atau ingin mengambil dana KUR itu cepat prosesnya dan juga ada orang yang saya kenal atau dekat dengan karyawan yang kerja di bank itu ”⁷

Keluarga adalah lingkungan kecil dan paling dekat dengan konsumen. Interaksi yang terjadi di dalam keluarga tentu sangatlah sering terjadi dalam kesehariannya. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa.⁸

Persaingan yang tinggi saat ini ditandai dengan banyaknya produk-produk yang dikeluarkan oleh bank-bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah disamping itu nilai suatu produk perbankan akan dapat dirasakan oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut jika dibanding dengan produk pada bank lain. Selain itu, ketanggapan karyawan bank dalam menangani kebutuhan nasabah juga bisa memberikan pengaruh terhadap nasabah untuk menjadi loyal terhadap bank tersebut.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan faktor keluarga menjadi salah satu pertimbangan nasabah memilih bank konvensional karena adanya keluarga yang memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan untuk menabung di bank konvensional serta kemudahan dalam menggunakan produk yang diberikan oleh bank.

⁷Dinar, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

⁸Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor:Ghalia Indonesia,2011), h.13.

1.1.3 Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Faktor pribadi ini terdiri dari faktor usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang untuk membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu, seperti jenis kelamin, usia dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup. Karakteristik individu umumnya stabil selama dalam satu siklus hidup seseorang.

Hubungan Faktor Pribadi dengan Keputusan Pembelian, Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merk-merk produk yang dibeli. Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator, seperti pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Semakin tinggi jabatan dalam bekerja, mapan dari segi ekonomi dan gaya hidup yang semakin meningkat, maka semakin tinggi keputusannya untuk membeli suatu produk.⁹

Faktor pekerjaan merupakan salah satu faktor dari faktor pribadi yang memberikan pengaruh dalam hal memilih bank konvensional. Faktor pekerjaan juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam perilaku konsumsinya,

⁹Darwis Tamba, *Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan membeli di Indomaret*, (Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 17 No.1), h. 36.

misalkan seorang pekerja kasar maka akan cenderung membeli pakaian untuk pekerjaan kasar, sedangkan pekerja kantoran akan cenderung untuk membeli stelan kemeja atau jas.

Pekerjaan adalah suatu rangkaian tugas yang dirancang untuk dikerjakan oleh satu orang dan sebagai imbalan diberikan upah dan gaji menurut kualitas dan berat ringannya pekerjaan tersebut. Sedangkan menurut Depkes RI, pekerjaan adalah sesuatu yang dikerjakan untuk mendapatkan nafkah atau pencaharian masyarakat yang sibuk dengan kegiatan atau pekerjaan sehari-hari. Menurut Notoadmodjo, pekerjaan adalah aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang sehingga memperoleh penghasilan.¹⁰

Dari hasil wawancara dari narasumber yang bernama Bapak Sudar

“Ada kaitannya dengan penghasilan saya selama bekerja terutama dari pimpinan, kalau pimpinan sudah menunjuk bank konvensional seperti bank BRI, kita akan mengikuti petunjuk dari pimpinan tersebut”¹¹

Faktor pekerjaan juga menjadi salah satu faktor seorang nasabah muslim memilih bank konvensional. Dari hasil penelitian yang sebagian menjadi narasumber bekerja sebagai pegawai negeri yang rata-rata gaji mereka memang di terima di bank konvensional sehingga menuntut mereka membuka rekening di bank tersebut.

Salah satu narasumber yang sudah diwawancarai mengatakan dengan pekerjaannya sebagai pegawai negeri malah saya lebih dimudahkan dalam mengajukan pinjaman dan tidak berbelit-belit dibandingkan dengan pekerjaan lain yang lumayan ribet ketika mereka ingin mengambil pinjaman pada bank.¹²

¹⁰Liliana Ahass, *Pengaruh pendidikan, pekerjaan, pendapatan, Persepsi, perilaku, dan preferensi terhadap minat beli produk perbankan syariah (studi kasus bni syariah kc ungaran)*, (Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga: Salatiga, 2018), h. 23.

¹¹Sudar. *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

¹²Sudar. *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

Dari hasil wawancara di atas peneliti berpendapat bahwa arahan dari pimpinan mereka yang harus dipatuhi untuk memilih bank konvensional. Gaji bekerja mereka selama sebulan pun harus diterima atau diambil di bank konvensional seperti pendapat dari salah narasumber:

Menurut Bapak Bahtiar “Karena rata-rata gaji kita sudah disana dan salah satunya juga karena tuntutan di instansi saya bekerja”¹³

Karena awalnya saya terima gaji di Bank BRI jadi gampang jika utang atau pinjaman saya langsung saja dikurangi dari gaji, dan ketika saya ingin mengajukan pinjaman lebih dimudahkan karena kita sebagai PNS diberikan fasilitas dan tinggal memasukkan SK saja , pinjaman tersebut bisa dengan cepat dicairkan”¹⁴

Pekerjaan sebagai pegawai negeri memberikan mereka banyak kemudahan dalam menggunakan produk di bank konvensional, salah satunya produk pembiayaan. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber:

“Kalau saya membutuhkan pinjaman bank itu sangat mudah bahkan semacam pekerjaan saya kayak diprioritaskan daripada pengusaha-pengusaha lain.”¹⁵

Dapat disimpulkan faktor pekerjaan juga menjadi salah satu pertimbangan penting nasabah memilih bank konvensional karena adanya tuntutan dari pekerjaan atau profesi sehingga mereka menjadi nasabah di bank konvensional. Bank konvensional tepatnya Bank BRI menjadi wadah mereka untuk mengambil gaji selama sebulan dan mereka juga memilih bank konvensional karena akses kemudahan mengambil pinjaman dengan hanya memasukkan SK saja. Selain itu, pekerjaan mereka seperti pegawai negeri lebih diberikan kelancaran dan kemudahan

¹³Bahtiar *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 31 Agustus 2020.

¹⁴Hj.Mahada, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 31 Agustus 2020.

¹⁵Sudar. *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

dalam mengambil pinjaman dibandingkan dengan para pengusaha-pengusaha lain sehingga mereka merasa nyaman untuk melakukan transaksi di bank konvensional.

1.1.4 Faktor Psikologis

Faktor Psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.¹⁶Faktor Psikologis ini terdiri dari faktor motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

Faktor Persepsi merupakan rangsangan yang terorganisir dan teranalisa. Sering kali seorang individu dihadapkan pada suatu pilihan, dalam pemilihan suatu barang misalnya, dengan adanya persepsi maka seorang individu dapat memilih sesuai dengan persepsi yang tertanam dalam dirinya. Sesuai dengan yang dikatakan narasumber yang telah diwawancarai:

“Kesadaran sendiri membuka rekening dan sebagai simpanan sendiri”¹⁷

Persepsi merupakan aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi pada hakikatnya merupakan proses pemikiran yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.¹⁸

Faktor persepsi yang menjadi faktor nasabah muslim memilih bank konvensional karena perilaku konsumen sebagai nasabah perbankan sangat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi mereka. Para narasumber memandang bank

¹⁶Darwis Tamba, *Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan membeli di Indomaret*, (Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 17 No.1), h. 37

¹⁷Hj.Mahada, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 31 Agustus 2020.

¹⁸Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2003), h. 123

konvensional sudah ada dari dulu dan sudah sangat mereka percayai akan keamanannya, mereka selama menabung dan menggunakan jasa lainnya tidak pernah dikecewakan. Bank konvensional itu pun tidak memberikan pelayanan yang ribet akan keperluan para nasabahnya sehingga senang akan kemudahan yang didapatkan. Mereka juga beranggapan bahwa bank konvensional tempat mereka menyimpan dana sudah sangat dijamin keberadaan dan keabsahannya oleh pemerintah sehingga mereka tidak ragu untuk menyimpan dana mereka di bank tersebut.

Dalam dunia perbankan, pelayanan yang berkualitas menyangkut bagaimana cara bank memperlakukan nasabah sedemikian rupa sehingga dia memperoleh persepsi positif dari nasabah. Kepercayaan masyarakat amat penting artinya bagi seluruh bank karena akan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang menyimpan dananya di bank tersebut. Begitupula dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan yang baik dan berkualitas sangat dibutuhkan masyarakat untuk membuat nasabah betah dan menjadi loyalitas. Narasumber mengatakan:

“Pelayanannya dan syarat-syaratnya tidak terlalu sulit . seperti saya pegawai negeri cukup SK saja dikasih masuk sudah dapat dan tinggal bank memeriksanya terkait kondisi penghasilan kita”¹⁹

“Uang aman disana , kemudian terjamin pelayanan”²⁰

Beberapa bank konvensional juga mengadakan program undian kepada nasabah yang memiliki tabungan di bank mereka dengan harapan adanya pemberian hadiah atau undian ini dapat meningkatkan pula jumlah simpanan mereka di bank. Seperti yang diungkapkan oleh 2 narasumber:

“Banyak tabungan yang ditawarkan, dan adanya diundian”²¹

¹⁹Sudar. *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

²⁰Abdul Hafid, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

²¹Dinar, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

“Bagus karena setiap akhir tahun ada undian simpedesnya”²²

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan faktor persepsi nasabah memilih bank konvensional karena mereka menganggap bank konvensional sudah terpercaya dengan kemudahan pelayanan yang diberikan dan juga beberapa hadiah undian yang diberikan oleh bank sehingga dapat menarik nasabah untuk lebih giat menabung di bank mereka sehingga mereka lebih menjatuhkan pilihan di bank konvensional.

Faktor Pengetahuan dalam melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya.

“Selama ini masih sangat memuaskan dan tidak pernah mengecewakan”²³

Nasabah dalam mengetahui produk- produk suatu perbankan dengan proses pembelajaran melalui pengalaman. Sehingga ketika nasabah sebelumnya telah menggunakan produk dari bank tersebut dan merasa sangat puas maka akan tetap menggunakan produk tersebut dengan berkelanjutan. Maka dari proses tersebut secara tidak langsung nasabah dapat menarik calon nasabah baru dengan memberikan informasi dari hasil pengalaman mereka menggunakan produk dari perbankan tersebut.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan faktor yang menjadi salah satu pertimbangan penting nasabah memilih bank konvensional karena tingkat pengetahuan mereka akan suatu perbankan telah memberikan kesan yang baik sehingga nasabah tidak ragu untuk menggunakan jasa perbankan itu lagi.

²² Abdul Hafid, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020

²³ Dinar, *Nasabah Muslim Bank Konvensional* wawancara oleh penulis di kota Pinrang 26 Agustus 2020.

1.2 Nasabah muslim memilih Bank Konvensional

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

Perilaku Nasabah (*Consumer Behavior*) adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang ditampilkan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan dengan sumber-sumber lainnya. Perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai raja dalam perusahaan, sehingga setiap elemen perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Persaingan bisnis pada saat ini semakin tajam, setiap

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Nasabah merupakan peran yang sangat penting untuk meningkatkan dan mengembangkan sektor perbankan menjadi lembaga keuangan yang unggul dan berkembang sehingga menjadi sebuah pilihan untuk nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tak terkecualikan bank konvensional.

Berdasarkan dari hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan alasan nasabah muslim memilih bank konvensional yaitu adanya beberapa faktor yang mempengaruhi mereka dalam memutuskan memilih bank konvensional. Nasabah dalam hal ini memilih berdasarkan dari keberadaan bank itu, citra yang bagus, kemudahan dalam bertransaksi, serta pelayanan yang maksimal diberikan bank tersebut kepada mereka.

Keberadaan bank yang sudah menyebar di beberapa daerah membuat mereka merasa mudah dalam melakukan transaksi karena keberadaan atau lokasi yang strategis punya pengaruh penting ketika dalam keadaan darurat atau dalam perjalanan jauh mereka membutuhkan uang dan mudah menemukan bank tersebut sehingga segera menyelesaikan masalah mereka.

Sebuah hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan akan tetap langgeng jika melihat pada citra bank serta kepuasan pada layanan. Bagi nasabah citra suatu bank merupakan hal yang penting, karena citra menjadikan bahan pertimbangan utama sebelum melakukan keputusan untuk memilih suatu bank dalam hal melakukan transaksi keuangan.

Fasilitas yang menunjang kemudahan bagi masyarakat dan promosi yang dilakukan oleh bank serta produk yang ditawarkan oleh bank konvensional sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Menurut salah satu narasumber yang sudah diwawancarai berpendapat bahwa bank konvensional prosedurnya memudahkan nasabah ketika ingin melakukan berbagai transaksi sehingga mereka sangat menyukai dengan kemudahan yang diberikan oleh bank tersebut dan menjadi nasabah yang loyal.

Dalam memenangkan hati nasabah adalah kualitas layanan. Bank sebagai salah satu sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat bergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para nasabahnya. Makin baik layanan dari suatu bank, maka akan semakin relatif lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah atau mengajukan pinjaman pada bank tersebut. Selain itu penanganan komplain atau keluhan nasabah juga menjadi sebuah alur penting manakala produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan nasabah

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank sangat berpengaruh pada kualitas bank itu sendiri. Apabila pelayanan yang diberikan karyawan terhadap nasabah dilakukan dengan baik maka nasabah akan merasa dihargai dan dibantu sehingga akan menambah pelanggan yang lainnya untuk menjadi nasabah namun sebaliknya apabila karyawan tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah maka nasabah akan merasa tidak dihargai sehingga nasabah mengurungkan niatnya untuk menjadi nasabah di bank tersebut.

Dalam sebuah instansi atau lembaga harus penting yang namanya pelayanan inilah yang dilihat oleh masyarakat. Dalam melakukan seleksi pemilihan bank, konsumen akan memperhatikan atau mempertimbangkan kualitas pelayanan bank yang akan dipilih. Parasuraman, mengkategorikan beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan khususnya dalam bidang perbankan, yaitu :

1. Reliability, yaitu kemampuan untuk dapat memberikan layanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat, akurat dan pasti, berarti bahwa layanan yang diberikan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama dan tanpa kesalahan, kapanpun layanan tersebut diberikan, hal ini berkaitan dengan kemampuan dalam memenuhi janji, baik tentang penyampaian produk, harga atau penanganan masalah komplain.
2. Empathy, yaitu kemampuan untuk memperlakukan konsumen sebagai individu atau penjiwaan dan perhatian yang lebih pribadi kepada konsumen. Bentuk empati antara lain adalah perhatian karyawan, sikap yang menyenangkan dan upaya untuk memperhatikan nasabah.
3. Efisiensi, yaitu berkaitan dengan tepat waktu. Tepat waktu disini dapat berarti dalam kecepatan dalam menangani transaksi nasabah dan layanan yang lain.
4. Prosedur, yaitu terkait dengan alur atau prosedur dalam hal pembukaan tabungan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan kegiatan bank dalam hal menghimpun dana dan menyalurkan dana.

5. Assurance, yaitu jaminan kepastian akan layanan yang diberikan atau kemudahan untuk melakukan suatu transaksi keuangan .
6. Responsiveness, yaitu kemampuan untuk untuk bisa menolong konsumen²⁴



²⁴Adi Krismanto, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah*,(Tesis; Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang, 2009), h.35-36.

