

**ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NASABAH MUSLIM MENABUNG PADA BANK
KONVENSIONAL(STUDI KASUS NASABAH MUSLIM DESA
SITORAJO KARI PADA BANK KONVENSIONAL DI TELUK
KUANTAN)**

Nurmay Zura Rapika

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singingi, Dusun Tengah, Desa
Sitorajo Kari, Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi
nurmayzurarapika03@gmail.com

ABSTRACT

This research is motivated by dissawareness of Sitorajo Kari society towards the principles Of a banking system, especially conventional banks. People are more dominant in choosing to transact at conventional banks. In fact, the majority of society of Sitorajo Kari are Muslim and should be regular customers of Islamic banks. This study aims to determine what factors influence Muslim customers of Sitorajo Kari to save money at conventional banks and the most dominant factors that affect Muslim customers of Sitorajo Kari to save money at conventional bank. The population in this study are Muslim customers whose latest education is above high school at a conventional bank located or living at Sitorajo Kari and already have a job about 175 persons. And the author just took 39 persons as the sample. Populated sampling technique by using Incidental sampling. And data collection techniques used are observation, interviews, documentation, and questionnaires. The data were analyzed descriptively qualitatively using the percentage formula. The factors influence Muslim customers in Sitorajo Kari to save money at conventional bank are included high enough category as indicated by 48.72%. These factors include factors product, factor place, factor promotion, and factor process. The most dominant factor influencing Muslim customers of Sitorajo Kari to save money at conventional banks is the "place" factor, namely the strategic location of banking offices and many ATM facilities available in every city.

Keywords : Muslim Customers, Savings, Conventional Bank

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, dunia perbankan juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Praktek perbankan sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW. dapat dilihat dari fungsi utama perbankan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa. Praktek-praktek seperti ini sudah lazim dijumpai pada zaman Rasulullah SAW. seperti menitipkan harta benda dan meminjamkan uang.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online* nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (<https://kbbi.web.id/Nasabah>, akses 3 Februari 2020). Perbankan tidak akan bisa maju dan berkembang tanpa adanya nasabah yang bisa bekerja sama dengan baik di dalamnya. Karena tanpa adanya nasabah, kegiatan operasional bank tidak dapat berjalan baik dan lancar. Dan dengan adanya nasabah bank tidak akan kekurangan dana untuk dipergunakan karena peran nasabah disini mempercayakan harta bendanya untuk dititipkan keperbankan.

Banyak manajer yang yakin bahwa konsumen adalah kunci untuk meraih laba dan menganggap bahwa bagan organisasi tradisional sudah usang (Sutanto dan Umam, 2013: 273). Konsumen yang dimaksud sama dengan nasabah yang saat ini dihadapi dengan berbagai jenis perbankan baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional. Nasabah berhak memilih perbankan yang mana yang akan mereka pilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Sementara itu, disisi lain perbankan harus mampu memberikan kualitas, pelayanan, dan nilai yang baik agar dapat menarik minat masyarakat dan tidak beralih ke produk pesaing. Hal ini berlaku bagi Bank Syariah maupun Bank Konvensional yang hadir dalam persaingan dunia perbankan.

Bank berdasarkan prinsip syariah atau Bank Syariah atau Bank Islam, seperti halnya bank konvensional, juga berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi (*intermediary institution*), yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Bedanya hanyalah bahwa Bank Syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga (*interest free*), tetapi berdasarkan prinsip syariah, yaitu berdasarkan prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing principle* atau *PLS principle*) (Sjahdeini, 2007: 1).

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar sebagai mayoritas: lebih dari 87 persen dari populasi 258 juta jiwanya mengidentifikasi diri mereka sebagai Muslim (<https://www.uscirf.gov/sites/default/files/Indonesia.chapter.bahasa%2520Indonesia.translation.pdf>, akses 10 Agustus 2020). Walaupun penduduk Indonesia mayoritas muslim, tetapi kehadiran Bank Syariah masih relatif baru jika dibandingkan dengan lahirnya bank konvensional.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Desa Sitorajo Kari Berdasarkan Agama

No.	Agama	Jumlah penduduk	Persentase (%)
1	Islam	1.948	99,85
2	Kristen	3	0,15

Jumlah	1.951	100
---------------	--------------	------------

Sumber : Data Penduduk Desa Sitorajo Kari Tahun 2019

Berdasarkan table 1.1 diatas dapat dilihat penduduk desa Sitorajo Kari mayoritas Islam, baik penduduk pribumi maupun penduduk pendatang. Yang mana penduduk yang beragama Islam berjumlah 1.948 jiwa sedangkan penduduk yang beragama Kristen berjumlah 3 jiwa.

Berdasarkan wawancara awal peneliti dengan masyarakat Sitorajo Kari melalui media sosial (WhatsApp), diperoleh beberapa penjelasan dari informan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Wawancara Peneliti Dengan Masyarakat Sitorajo Kari

No	Nama	Pekerjaan	Alasan	Waktu Wawancara	Ket
1	Irfan	Karyawan Swasta	Alasannya karena di BNI lebih mudah dalam segala hal, baik itu dari transaksinya maupun dalam masalah akses nya cepat dan mudah	5 Februari 2020	BNI
2	Iin	Guru	Alasannya karena pengambilan gaji PNS telah ditetapkan di Bank Riau Kepri	5 Februari 2020	Bank Riau Kepri
3	Linda	Dinas ESDM Provinsi Riau Cabang Wilayah II Rengat	Tidak ada alasan khusus hanya saja pengambilan gaji PNS di bank riau	5 Februari 2020	Bank Riau Kepri
4	Dina	Kedai Harian	Alasan membuka tabungan di BNI karena ikut keluarga (abang kandung) yang sudah terlebih dahulu membuka	5 Februari 2020	BNI

			tabungan di BNI tersebut		
5	Beno	Petani	Alasannya karena di BNI cepat prises bukap tabungannya & tiap kota ada bank BNI. Jadi kalau ingin mencari bank BNI mudah karena tersedia disetiap kota.	5 Februari 2020	BNI
6	Yuskri	Petani	Alasannya karena BRI yang paling banyak nasabahnya & karena BRI milik pemerintah, apabila tabungan kita bermasalah maka bisa pemerintah ganti tabungan kita serta pelayanannya yang bagus. Oleh sebab itu menjadi bank tertua di indonesia	19 Februari 2020	BRI
7	Rory	Wiraswasta	Alasan hanya untuk menyimpan uang saja dan waktu itu ada promosi dari teman bahwa di BNI tersebut prosesnya cepat dan mudah.	19 Februari 2020	BNI & Mandiri
8	Rijan	Guru (honorar)	Alasannya karena adanya rasa ingin coba-coba menggunakan jasa perbankan dan nama BRI cukup terkenal baik di kalangan masyarakat	26 Februari 2020	BNI & BRI
9	Pahri	Karyawan Kantor Pos	Alasannya ingin menyimpan uang dan mempermudah pengambilan uang (tarik tunai) dimanapun karena	26 Februari 2020	BRI

			ATM BRI banyak tersedia diseluruh indonesia		
10	Elin	Karyawan Toko Bangunan	Alasannya karena tempat pembayaran uang kuliah di BSM dan pada waktu itu pihak bank mempromosikan produknya maka langsung buka tabungan di BSM tersebut	26 Februari 2020	BSM

Hasil wawancara dengan masyarakat desa Sitorajo Kari diatas ternyata mereka ada yang menggunakan jasa bank konvensional dan ada juga yg menggunakan jasa Bank Syariah dari berbagai latar belakang pekerjaan. Maka berdasarkan itu peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi apa saja yang menjadi faktor-faktor masyarakat desa Sitorajo Kari dalam memilih bank konvensional.

Seperti yang kita ketahui selama ini bank konvensional merupakan bank yang menerapkan sistem bunga dalam setiap transaksi pembayarannya. Sifat pembayaran bunga ini tetap setiap bulannya tidak memandang untung atau rugi para nasabah. Sifat bunga seperti ini di larang dalam agama Islam dan harus di hindari oleh umat muslim karena bunga ini tergolong ke dalam *riba*, yaitu tambahan dari harta pokok yang telah diperoleh.

Walaupun demikian tidak sedikit masyarakat muslim memilih bertransaksi dengan bank konvensional yang sudah jelas dilarang dalam agama Islam. Padahal masyarakat muslim adalah pangsa terbesar Bank Syariah. Hal ini di sebabkan oleh beberapa faktor diantaranya bank konvensional telah lama hadir dan begitu familiar dikalangan masyarakat dibandingkan dengan Bank Syariah serta kurangnya pemahaman masyarakat Indonesia tentang prinsip-prinsip yang ada dalam perbankan, baik Bank Syariah maupun bank konvensional. Seharusnya tidak ada keraguan lagi dikalangan masyarakat muslim untuk beralih dan mempergunakan jasa perbankan Syariah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 PENGERTIAN NASABAH

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank ([https://kbbi.web. id/ Nasabah](https://kbbi.web.id/Nasabah), akses 3 Februari 2020).

Nasabah adalah seorang atau badan usaha maupun lembaga yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman. Selain itu, nasabah juga melakukan transaksi lainnya, baik transaksi online maupun offline. Nasabah bank adalah seseorang yang menjadi tanggungan atau menjadi pelanggan bank. Dalam hal ini nasabah juga dikatakan sebagai orang yang menggunakan pelayanan yang disediakan oleh bank ([https://kamus.tokopedia.com/n/ nasabah-bank/](https://kamus.tokopedia.com/n/nasabah-bank/), akses 03 Februari 2020).

2.2 PENGERTIAN TABUNGAN

Menurut UU Perbankan No.10 Tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Tabungan merupakan media penyimpanan uang yang sangat disukai oleh seluruh lapisan masyarakat. Bank adalah tempat penyimpanan tabungan kita, masyarakat menggunakan fasilitas bank tersebut karena keamanan tabungan mereka lebih terjamin disana.

2.3 PENGERTIAN BANK

Ada beberapa definisi bank yang dikemukakan para pakar dan peraturan perundangan yang berlaku sesuai dengan tahap perkembangan bank itu sendiri (Iska, 2012:13).

1. Kasmir memberikan pengertian bank sebagai lembaga keuangan yang aktivitas utamanya ialah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat serta memberikan pelayanan bank lainnya.
2. Malayu S.P Hasibuan menjelaskan bahwa bank sebagai lembaga keuangan berarti bank ialah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan keuntungan dan sosial, bukan hanya mencari keuntungan saja.
3. Menurut David H.Friedman, bank adalah sebagai perantara keuangan antara penabung dengan peminjam, yaitu menerima uang yang hendak ditabung, kemudian meminjamkannya kepada konsumen, pengusaha dan pemerintah yang memerlukan dana pinjaman.
4. Dalam UU No.10/1998 pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa bank ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan / atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup kebanyakan rakyat.
5. Pengertian bank dalam Islam atau Bank Syariah ialah "Bank yang beroperasi dengan tidak bergantung pada bunga". Dalam definisi lain, perbankan syariah ialah lembaga perbankan yang selaras dengan sistem nilai dan etos Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah ialah "lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan syariat Islam (Al-Qur'an dan Hadis nabi SAW) dan menggunakan kaidah-kaidah fiqh. Bahkan juga diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan pelayanan yang lain, atau peredaran uang yang pelaksanaannya disesuaikan dengan asas Islam.

2.4 PENGERTIAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

Pada industri bank tidak mengenakan pembelian akan tetapi keputusan nasabah sebab dalam bank menjual jasa. Sehingga keputusan nasabah disini diartikan keputusan nasabah menggunakan jasa. Dalam keputusan menggunakan jasa, biasanya pelaku erat dikaitkan dengan perilaku dalam pembelian (Zainuddin,

dkk., Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, No.1, Juni 2016: 1-12). Keputusan merupakan rangkaian tindakan yang perlu diikuti dalam memecahkan masalah untuk menghindari atau mengurangi dampak negatif, atau untuk memanfaatkan kesempatan.

Keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihannya di antara beberapa merk yang tergabung dalam perangkat pilihan. Pengharapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman konsumen itu sendiri, saran teman-teman dan iklan yang disampaikan perusahaan jasa. Konsumen memilih membeli jasa berdasarkan pengharapan ini. Proses sebelum sampai kepada keputusan membeli konsumen menjalani tahapan proses pengambilan keputusan. Pada tahap ini konsumen mempelajari terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan suatu produk. Produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Dimana nasabah akan mempelajari terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan produk tersebut sebelum memutuskan untuk menggunakannya (Desiana, dkk., Jurnal Ilmu Akuntansi, No.1, 2018: 23 - 34).

Marketing Mix atau bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan dalam mengejar profit atau keuntungan maksimal. Strategi ini menggunakan semua alat pemasaran dalam perusahaan yang dikenal dengan konsep 7P (<http://www.jurnal.id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>, diakses tanggal 5 Agustus 2020). *Marketing mix* terdiri atas *product, price, promotion, place* (4P), dan dilengkapi aspek *people, process, dan physical evidence* (Ikatan Bankir Indonesia, 2015: 130).

1) *Product*

Desain produk perbankan harus memperhatikan sistem, prosedur, dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank, dan dukungan teknologi serta peralatan yang memadai.

Produk perbankan syariah bersumber dari akad dengan prinsip jual-beli, berbagi hasil, serta sewa menyewa yang direkayasa menghasilkan produk turunan, antara lain giro *wadiah*, tabungan *wadiah* atau *mudharabah*, deposito *mudharabah*, *kafalah* (jaminan), *hiwalah* (anjak piutang), *qard* (talangan), *rahn* (gadai), *sukuk* (obligasi syariah), pembiayaan *murabahah* (jual-beli), *mudharabah* (bagi hasil dan bank sebagai pemodal), *musyarakah* (modal bersama), *ijarah* (sewa-menyewa), *ijara muntahia bit tamlik* (sewa-beli), *istishna'* (pembelian bayar bertahap), serta *salam* (pembelian dibayar di awal seluruhnya).

Tersedianya variasi akad, transparansi, prinsip suka sama suka, asas keadilan, saling menguntungkan, tidak merusak lingkungan, bebas spekulasi, terjalinnya hubungan kemitraan, dan tidak melanggar prinsip syariah merupakan nilai jual yang harus tercermin dari produk dan jasanya.

2) *Price*

Pengertian harga terhadap produk dan jasa bank syariah merupakan kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, *fee* atau uang jasa (*ujrah*), jualah (*success fee*) untuk pembiayaan, penghimpunan dana, dan jasa yang diberikan.

Penentuan biaya tidak boleh ditetapkan berdasarkan persentase nilai pembiayaan. Nasabah pembiayaan boleh dikenakan biaya penagihan sesuai dengan ongkos yang dikeluarkan oleh bank. Pihak bank syariah boleh mengenakan denda agar nasabah disiplin dalam melakukan kewajibannya sedangkan dana yang diperoleh bank dipakai untuk kegiatan sosial, bukan pendapatan bank.

3) Promotion

Kegiatan promosi produk dan jasa bank lebih banyak dilakukan lewat media massa cetak dan audiovisual, seperti majalah, surat kabar, dan televisi. Konsepnya berupa *advertising, sales promotion, public relation, sales training*, serta *marketing research & development*. Selain itu, layanan yang optimal dapat pula menghasilkan promosi yang efektif lewat *word of mounth*.

Promosi bertujuan menginformasikan kehadiran produk baru, *brand awareness*, ataupun mempertahankan penjualan produk. Sarana promosi yang biasa digunakan oleh bank adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, serta penjualan pribadi.

4) Place

Saat ini saluran distribusi produk dan jasa bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh ATM, *internet banking, phone banking, mobile banking, mobile branch*, serta lewat *outlet* pihak ketiga seperti kantor pos. Fungsi kantor pun masih menjadi *contact point* di beberapa negara maju yang telah memanfaatkan sumber daya teknologi informasi.

Penentuan lokasi kantor, ATM, dan CDM harus berada di titik keramaian, seperti perumahan, perkantoran, kawasan industri, pusat perbelanjaan, dan kawasan pendidikan.

5) people

Layanan *face to face* kepada nasabah harus menampilkan karyawan yang menarik dan ramah serta memiliki TASK (*talent, attitude, skill, dan knowledge*). Setiap karyawan bank syariah harus memiliki motif berkiprah untuk ibadah dalam rangka berdakwa, menguasai operasional perbankan, memahami prinsip syariah yang menjadi fundamen bisnis, serta bersikap melayani.

6) Process

Business process yang berlangsung harus efektif dan efisien karena berpengaruh terhadap produktivitas dan penghematan biaya. proses yang dijalankan sangat terkait dengan *standard of result* yang dijanjikan kepada nasabah, *standard of process*, dan *standard of behavior* yang dijadikan acuan praktek.

Setiap pelayanan yang dilakukan oleh unit dan individu harus berdasarkan parameter *service level* yang telah ditetapkan.

7) Physical Evidence

Physical condition setiap *contact point* harus bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti di rumah sendiri, *feel like at home*, dengan dukungan dekorasi, *lighting system, layout* ruangan, aroma ruangan, dan kenyamanan ruangan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang menggunakan wawancara dan dokumentasi dalam menyimpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini akan lebih banyak menggunakan hasil wawancara mulai dari pengumpulan data, penafsiran data dan hasil akhir dari pengolahan data penelitian (Arikunto,2008:14). Sedangkan jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan (*field research*) dan studi pustaka. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti.

Populasi penelitian ini adalah nasabah muslim yang pendidikan terakhirnya diatas SMA pada bank konvensional yang tinggal di desa Sitorajo Kari dan sudah mempunyai pekerjaan serta berumur 20-50 tahun yang berjumlah 175 orang.

Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini dengan mengambil polulasi yang ada dengan menggunakan *teknik Sampling insidental*. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti, hasil datanya dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, pendapat dari individu atau kelompok maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitian yang dibahas.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut: Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Sujarweni, 2018: 75). Wawancara adalah suatu proses tanya jawab atau sebuah pertemuan dengan seseorang untuk membahas sesuatu. Pada metode ini, peneliti menggali serta mengumpulkan data penelitian dengan memberikan pertanyaan baik secara lisan maupun menggunakan teknologi komunikasi (Supardi, 2005: 121). Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya. Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk menunjang proses penelitian, dimana tidak semua hal dapat diketahui hanya dengan observasi dan wawancara saja. Analisis dokumen lebih mengarah pada buku konkret dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita (Sujarweni, 2018: 75). Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya dan harus di isi oleh responden (abdurrahman dan muhidin, 2011: 95).

Analisis data dilakukan dalam suatu proses, pelaksanaannya mulai dilakukan sejak pengumpulan data dan dilakukan secara *intensif*. Sesudah meninggalkan lapangan, menganalisis data memerlukan usaha pemusatan

perhatian, pengarahan tenaga fisik dan pikiran, selain itu peneliti perlu mendalami kepastakaan guna mengkonfirmasi teori baru yang mungkin ditemukan.

4. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan kuesioner yang telah penulis sebarakan kepada 39 responden di desa Sitorajo Kari kemudian penulis olah dan analisa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah muslim yang ada di desa Sitorajo Kari memilih menabung pada bank konvensional di Teluk Kuantan, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor *product*

Desain produk perbankan harus memperhatikan sistem, prosedur, dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank, dan dukungan teknologi serta peralatan yang memadai. Hal ini telah diterapkan pada bank konvensional di Teluk Kuantan dibuktikan dari jawaban responden mengenai pernyataan variabel produk pada kuesioner termasuk kedalam kategori sangat tinggi.

Dan juga dapat dibuktikan dari hasil wawancara penulis dengan beberapa responden antara lain:

1. Nama : Iin
Pekerjaan : Guru
Waktu Wawancara : 27 Agustus 2020
Alasan : Karena pengambilan gaji PNS ditetapkan di Bank Riau Kepri.
2. Nama : Linda
Pekerjaan : Karyawan Dinas ESDM Provinsi Riau
Waktu Wawancara : 27 Agustus 2020
Alasan : Tidak ada alasan Khusus, hanya saja pengambilan gaji PNS di Bank Riau.

2. Faktor *Promotion*

Akibat dari promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank maupun promosi dari mulut ke mulut oleh para nasabahnya, nama bank konvensional sudah tersebar luas di tengah-tengah masyarakat. Promosi bertujuan menginformasikan kehadiran produk baru, *brand awareness*, ataupun mempertahankan penjualan produk. Sarana promosi yang biasa digunakan oleh bank adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, serta penjualan pribadi. Hal ini telah diterapkan pada bank konvensional di Teluk Kuantan dibuktikan dari jawaban responden mengenai pernyataan variabel *promotion* pada kuesioner termasuk kedalam kategori cukup tinggi.

Dan juga dapat dibuktikan dari hasil wawancara penulis dengan beberapa responden antara lain:

1. Nama : Dina
Pekerjaan : Wiraswata
Waktu Wawancara : 27 Agustus 2020
Alasan : Karena ada saran dan dukungan dari keluarga yang sudah duluan membuka tabungan di bank BNI.
2. Nama : Rijan

Pekerjaan : Honorer
Waktu Wawancara : 27 Agustus 2020
Alasan : Karena ingin menyimpan uang dan ada usulan dari keluarga yang sudah menggunakan jasa bank BRI dan nama bank BRI cukup dikenal dimasyarakat.

3. Faktor *Place*

Penentuan lokasi kantor, ATM, dan CDM harus berada di titik keramaian, seperti perumahan, perkantoran, kawasan industri, pusat perbelanjaan, dan kawasan pendidikan. Hal ini telah diterapkan pada bank konvensional di Teluk Kuantan dibuktikan dari jawaban responden mengenai pernyataan variabel *promotion* pada kuesioner termasuk kedalam kategori sangat tinggi.

Dan juga dapat dibuktikan dari hasil wawancara penulis dengan beberapa responden antara lain:

1. Nama : Pahri
Pekerjaan : Karyawan Kantor Pos
Waktu Wawancara : 27 Agustus 2020
Alasan : Karena ATM BRI banyak tersedia diseluruh Indonesia dan jika sewaktu-waktu ada keperluan mendesak mudah mencari ATM BRI dimanapun.
2. Nama : Marhalis
Pekerjaan : Dinas Kehutanan
Waktu Wawancara : 27 Agustus 2020
Alasan : Karena BRI sudah tersebar diseluruh Indonesia. Di setiap kota ada kantornya dan ditambah lagi sekarang sudah banyak agen-agen BRI Link.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah muslim desa Sitorajo Kari menabung pada bank konvensional diatas, terdapat salah satu faktor yang paling dominan yaitu "factor *place*". Dapat kita lihat dari jumlah persentase akhirnya yaitu 43.43% yang artinya tempat / lokasi kantor maupun fasilitas ATM yang disediakan bank berpengaruh cukup penting bagi keputusan masyarakat maupun nasabah dalam memilih suatu perbankan.

5. SIMPULAN

Hasil penelitian ini telah mampu menjawab rumusan masalah yang hendak dipecahkan sebelumnya. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah muslim Desa Sitorajo Kari memilih menabung pada bank konvensional di Teluk Kuantan antara lain:
 - a. Faktor product,
 - b. Faktor promotion, dan
 - c. Faktor place,
2. Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi nasabah muslim desa Sitorajo Kari menabung pada bank konvensional adalah faktor "place". Dapat dilihat dari tabel "Rekapitulasi Variable Yang Termasuk Kedalam Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Muslim Desa Sitorajo Kari Menabung Pada Bank

Konvensional Di Teluk Kuantan” yaitu 76 responden (43.43%) memilih menabung pada bank konvensional dengan alasan faktor Place.

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan baik dan benar berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Prodi Perbankan Syariah yakni Meri Yuliani, SE.Sy., ME.Sy, Kepala Desa Sitorajo Kari yakni Zulhendri, H. Fitrianto, S.Ag., M.Sh selaku Pembimbing I, Alek Saputra S.Sy, ME selaku pembimbing II, Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi, Orang Tua yang selalu memberikan dorongan dan kepada rekan-rekan seperjuangan yang sama-sama menuntut ilmu di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M, Muhidin, SA, 2011. *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arikunto. Suharsimi, 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Desiana, Susilowati, D, Putri, NK, 2018. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah di kota tasikmalaya*, 11(1): 23 – 34
<https://kamus.tokopedia.com/n/nasabah-bank/>
<https://kbbi.web.id/Nasabah>
<http://www.jurnal.id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>
<https://www.uscirf.gov/sites/default/files/Indonesia.chapter.bahasa%2520Indonesia.translation.pdf>
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iska, Syukri, 2012. *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Sjahdeini, SR, 2007. *Perbankan Islam Dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Sujarweni, WM, 2018. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Supardi, 2005. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sutanto, Herry dan Umam, Khaerul, 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zainuddin, Z, Hamja, Y, Rustiana, SH. 2016. *Analisis faktor dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan perbankan syariah*. 1(1): 1-12