
FACTOR ANALYSIS OF NON-MUSLIM CUSTOMERS IN SAVING AT SHARIA BANK OF INDONESIA BANDA ACEH BRANCH

Khairatun Hisan, Hasnul Arifin Melayu, Rahmat Efendy Al-Amin Siregar
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

200102007@student.ar-raniry.ac.id, hmelayu@ar.raniry.ac.id, rahmatefendy@ar-raniry.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the factors that influence non-Muslim customers interest in saving at the Bank Syariah Indonesia Banda Aceh Branch. With a background as a province with a majority Muslim population and the implementation of sharia law, Aceh provides its own challenges for non-Muslim customers in choosing financial institutions. This research covers factors such as regulatory policies, social norms, and the availability of Islamic banking services that influence the decision of non-Muslim customers to choose Bank Syariah Indonesia. The research method used is qualitative through the preparation and distribution of questionnaires distributed to non-Muslims as customers of Bank Syariah Indonesia. The results of this study there are several factors that cause non-Muslim customers to choose Bank Syariah Indonesia over other Islamic banks, namely non-Muslim customers in Banda Aceh tend to prefer Bank Syariah Indonesia (BSI) because of the affordability of location, attractive product promotions, quality service, and aspects forced by government regulations. These factors influence the decision of non-Muslim customers in choosing BSI as the first choice for their banking needs in the area.

Keywords: BSI, Factors, Non-Muslim

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non-Muslim dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh. Dengan latar belakang sebagai provinsi dengan mayoritas penduduk Muslim dan penerapan hukum syariah, Aceh memberikan tantangan tersendiri bagi nasabah non-Muslim dalam memilih lembaga keuangan. Penelitian ini mencakup faktor-faktor seperti kebijakan regulasi, norma sosial, dan ketersediaan layanan perbankan syariah yang mempengaruhi keputusan nasabah non-Muslim untuk memilih Bank Syariah Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif melalui penyusunan dan distribusi kuesioner yang dibagikan kepada non-Muslim selaku nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa faktor yang menyebabkan nasabah non-Muslim memilih Bank Syariah Indonesia daripada Bank Syariah yang lain yaitu Nasabah non-Muslim di Banda Aceh cenderung lebih memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) karena keterjangkauan lokasi, promosi produk yang menarik, pelayanan yang berkualitas, serta aspek terpaksa karena aturan pemerintah. Faktor-faktor ini mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim dalam memilih BSI sebagai pilihan utama untuk kebutuhan perbankan mereka di daerah tersebut.

Kata Kunci: BSI, Faktor, Non-Muslim

A. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sejarah panjang dalam perkembangan sektor perbankan yang telah mengalami berbagai transformasi seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan regulasi. Perbankan di Indonesia berkembang pesat sejak kemerdekaan pada tahun 1945 dan menjadi salah satu pilar utama dalam sistem keuangan negara ini. Seiring dengan perkembangan ekonomi dan transformasi digital, sektor perbankan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Aceh, sebagai salah satu provinsi di Indonesia, memiliki kekhasan tersendiri dalam perkembangan sektor perbankan. Provinsi Aceh dikenal dengan implementasi syariat Islam yang menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan perbankan syariah di wilayah tersebut. Keberadaan bank syariah di Aceh menjadi semakin penting karena mayoritas penduduknya menganut agama Islam dan memiliki kecenderungan untuk menggunakan layanan perbankan berbasis syariah.

Syariat Islam adalah tuntunan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan.¹ Provinsi Aceh sebagai salah satu provinsi di Indonesia dikenal dengan implementasi Syariat Islam yang kuat sehingga pemberlakuan hukum-hukum berdasarkan nilai-nilai syariat Islam harus didukung oleh lembaga peradilan khusus syariat Islam. Pada tahun 2001, pemerintah RI menerbitkan Undang-undang No. 18 tentang Provinsi Aceh yang mengatur lebih jauh tentang Otonomi Khusus (OTSUS) dengan sebutan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, dengan pembentukan beberapa lembaga seperti mahkamah syariah, qanun, lembaga daerah, zakat, kepolisian syariah, kepemimpinan adat dan lain-lain. Dengan adanya legalitas dari pemerintah pusat untuk menerapkan syariat Islam, pemerintah Provinsi Aceh meresponsnya dengan mengeluarkan beberapa peraturan daerah (Perda) dalam rangka terlaksananya syariat Islam. Dari perda-perda tersebut, kemudian dikembangkan menjadi peraturan-peraturan daerah yang menyangkut tata laksana syariat Islam yang pada tataran berikutnya melahirkan Qanun Aceh,² yang mengatur berbagai

¹ M. Idris and Dinda Rizky Amalia, "Syariat Islam Dan Tradisi Di Aceh Darussalam," *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)* 1, no. 1 (May 30, 2022): hal.15, <https://doi.org/10.55927/fjss.v1i1.457>.

² Syamsul Bahri, "PELAKSANAAN SYARI'AT ISLAM DI ACEH SEBAGAI BAGIAN WILAYAH NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA (NKRI)," *Jurnal Dinamika Hukum* 12, no. 2 (May 15, 2012), <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2012.12.2.62>.

macam aturan seperti hukum keluarga (pernikahan dan waris), ekonomi, jinayah (hukum pidana) dan hukum diyani (ibadah dan akhlak).

Meskipun di juluki sebagai Provinsi Serambi Mekkah yang mayoritas masyarakat Aceh terutama di Banda Aceh sebagai ibukota Provinsi Aceh memeluk agama Islam (muslim), akan tetapi ada juga masyarakat non-muslim, hal itu dapat dilihat dari data yang dihimpun oleh Pemerintah Aceh, bahwa jumlah non muslim di Aceh sebanyak 76.732 Jiwa, sedangkan di Banda Aceh sebanyak 4.827 Jiwa yang terdiri dari agama Kristen, Katholik, Hindu dan Buddha.³

Meskipun demikian syariat Islam yang menjadi dasar dan nilai-nilai dalam RUU NAD merupakan peraturan umum yang akan berlaku di Aceh bagi seluruh penduduknya. Dengan begitu, bagi non-muslim yang merupakan penduduk Aceh harus tunduk terhadap peraturan umum tersebut, kecuali dalam hal ibadah.⁴ Sehingga dengan penerapan syariat Islam di Aceh mempengaruhi regulasi perbankan di wilayah Aceh. Bank-bank yang beroperasi di Aceh harus memenuhi standar syariah yang ketat termasuk dalam produk, proses operasional dan tata kelola perbankan. Hal ini menciptakan lingkungan bisnis yang unik di Aceh, dimana bank-bank syariah menjadi dominan daripada bank konvensional, terbukti dengan diterbitkannya Qanun No.11 Tahun 2018 yang mengatur mengenai Lembaga Keuangan Syariah sebagai sarana Implementasi Syariah bidang ekonomi, dan Qanun ini berhasil diterapkan pada tahun 2020.

Setelah di terapkannya Qanun LKS, muncullah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menjadi jawaban dari Qanun LKS tersebut. BSI ini juga merupakan hasil merger dari tiga bank syariah antara lain; Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah, dan Bank Negara Indonesia Syariah dan di susul ucapan perwakilan yang hadir pada acara IKAT tersebut. Dalam proses konversi dari akun tabungan konvensional menuju ke syariah bisa dilakukan dalam waktu terbitnya Qanun LKS.⁵ Dengan hal ini dapat dilihat bahwa secara tidak langsung masyarakat non muslim yang ada di Banda Aceh pasti menggunakan bank

³ Sumber : Data Konsolidasi Bersih (DKB) Semester I Tahun 2020 Provinsi Aceh

⁴ Dwi Runjani Juwita, "PEMBERLAKUAN HUKUM SYARIAT BAGI WARGA NON MUSLIM DI DAERAH NANGROE ACEH DARUSSALAM (PERSPEKTIF ISLAM DAN HAM)," *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama* 4, no. 1 (October 25, 2016): 23–38, <https://doi.org/10.35888/el-wasathiya.v4i1.2348>.

⁵ Syamsuri Syamsuri et al., "Analisis Qanun (Lembaga Keuangan Syariah) Dalam Penerapan Ekonomi Islam Melalui Perbankan Syariah Di Aceh," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 3 (November 9, 2021): 1705–16, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3662>.

berbasis syariah atau Bank Syariah Indonesia. Maka dengan begitu salah satu hal logis yang bisa dilakukan oleh perbankan syariah mencari tahu apa saja hal yang mempengaruhi masyarakat non muslim mau menggunakan dan menabung di bank syariah atau BSI, dengan hal ini dapat memberikan gambaran kepada perbankan syariah bahwa apa saja hal-hal yang dapat menarik masyarakat non muslim menabung di BSI atau Bank Syariah.⁶

Berdasarkan yang telah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada masyarakat non muslim yang ada di Banda Aceh yang menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh. Dengan melihat apa saja faktor-faktor yang timbul dan menjadi daya tarik di kalangan masyarakat non muslim di Banda Aceh untuk menabung dan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia, kemudian apa saja faktor utama dan faktor pendukung yang menjadi penyebab masyarakat non-muslim di Banda Aceh lebih memilih Bank Syariah Indonesia daripada Bank-Bank Syariah lain nya, serta untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan nasabah non muslim ketika menggunakan Bank Syariah Indonesia.

Kegiatan penelitian pasti selalu adanya titik tolak dari pengetahuan yang selama ini telah dipelajari dan yang telah ada, setiap peneliti pastinya memulai penelitiannya dengan cara menggali ilmu yang telah ada, yang telah ditemukan atau akan ditemukan oleh ilmuwan sebelumnya. Penulis mendapatkan beberapa tulisan yang berkenaan dengan faktor penyebab nasabah non muslim menabung di bank syariah yaitu: karya yang pertama dari Ratih Anggraini yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menabung Di Bank Syariah. Pokok pembahasan dalam penelitian ini, menganalisa faktor apa saja mempengaruhi seorang nasabah sehingga mau menabung di bank syariah dan lokasi penelitiannya di Kota Batam⁷. Dalam tulisan kedua yang berkenaan dengan tulisan ini adalah karya dari Fajar et al yang berjudul Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. Pokok pembahasan dalam penelitian ini, menganalisa apa saja hal yang mempengaruhi

⁶ Siti Rahmawati, Ahyar Ahyar, and Joko Setyono, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia DIY," *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 3, no. 3 (February 7, 2024): 237–52, <https://doi.org/10.56799/jim.v3i3.2926>.

⁷ Ratih Anggraini, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH," *Rekaman : Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 2 (June 25, 2020): 199–209.

mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta non-perbankan menabung di Bank Syariah⁸. Dalam tulisan ketiga yang berkenaan dengan tulisan ini adalah karya Irman Ghojali dan Mamam Suryaman yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia: Studi Pada Masyarakat Kota Bandung. Pokok Pembahasan dalam penelitian ini menganalisa apa saja faktor masyarakat di Kota Bandung ingin menabung di Bank Syariah Indonesia.⁹ Dalam tulisan Keempat yang berkenaan dengan tulisan ini adalah karya Siti Sonia dan Alim Murtani yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Kecamatan Marelان Menabung di Bank Syariah. Pokok Pembahasan dalam tulisan ini adalah menganalisa apa saja faktor terbanyak bagi masyarakat muslim sehingga tidak mau menabung di Bank Syariah terutama masyarakat Kecamatan Medan Marelان.¹⁰ Dan dalam tulisan kelima yang berkenaan dengan tulisan ini adalah karya Natiqotul Khusna dan Versiandhika Y.P yang berjudul Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi menjadi Nasabah Bank Syariah. Pokok Pembahasan dalam tulisan ini adalah bagaimana persepsi masyarakat terhadap kesyariahan bank syariah sehingga mereka mau menjadi nasabah di Bank Syariah.¹¹ Berdasarkan rujukan tulisan di atas, untuk pembahasan faktor-faktor nasabah menabung di bank syariah sudah ada penelitian yang dilakukan, namun belum ada tulisan yang menjurus kepada faktor-faktor nasabah BSI non-muslim di Banda Aceh.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang dihasilkan dari data deskriptif yang didapat dari obyek

⁸ Fajar Sodik et al., "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (December 30, 2022): 123–43, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>.

⁹ Irman Ghojali and Maman Suryaman, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia: Studi Pada Masyarakat Kota Bandung," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (February 7, 2024): 1564–72, <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.773>.

¹⁰ Siti Sonia and Alim Murtani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Kecamatan Medan Marelان Menabung Di Bank Syariah," *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal* 1, no. 2 (July 24, 2023): 646–58.

¹¹ Natiqotul Khusna and Versiandhika Yudha Pratama, "PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI KESYARIAHAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI MENJADI NASABAH BANK SYARIAH," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (July 18, 2021): 310–22, <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.22>.

penelitian.¹² Adapun jenis data yang dapat dikumpulkan dalam penulisan penelitian ini adalah: Data Primer yaitu data yang langsung diperoleh dan objek penelitian, melalui wawancara dan kuesioner dengan nasabah non muslim Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh, dan Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber data yang ada kaitannya dengan penelitian berupa data yang sudah tersedia seperti data jumlah nasabah, struktur organisasi dan data lainnya yang mendukung analisa dalam penelitian ini. Dalam penulisan ini menggunakan cara pengumpulan data Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang disebarkan kepada nasabah non muslim Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh.

Tulisan ini didasarkan pada suatu argumen bahwa Banda Aceh merupakan salah satu daerah yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim tetapi juga terdapat banyak penduduk non muslim yang tinggal dan hidup di Banda Aceh, sejak dikeluarkannya qanun No. 11 tahun 2018 mengenai lembaga keuangan Syariah, setiap Bank yang beroperasi di Aceh khususnya Banda Aceh berubah menjadi Bank Syariah sehingga memaksa para nasabahnya untuk pindah ke bank syariah juga, Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu Bank syariah terbesar yang ada di Indonesia. Bank Syariah Indonesia juga merupakan bank yang sudah tersebar luas dan juga banyak memiliki kantor cabang khususnya di Banda Aceh. Sehingga hal ini dapat memudahkan para nasabah melakukan transaksi dan keperluan sehari-harinya.

B. PEMBAHASAN

1. Landasan Teori Tentang Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan atau interaksi yang langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan atau, dengan kata lain studi bagaimana individu dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.¹³ Perilaku konsumen juga menggambarkan suatu proses pengambilan keputusan dan suatu aktivitas masing-masing

¹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, X (Bandung: CV. Alfabeta, 2012).

¹³ Rahmawati, Ahyar, and Setyono, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia DIY," February 7, 2024.

individu yang dilakukan dalam rangkai evaluasi, mendapatkan, menggunakan, serta mengatur barang-barang atau jasa.¹⁴

Teori perilaku konsumen adalah teori yang menjelaskan karakteristik perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi, terutama faktor-faktor yang menentukan pilihan konsumsi konsumen. Teori ini biasanya digunakan dalam lingkup manajemen karena adanya kebutuhan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen. Identifikasi yang akurat terkait perilaku konsumen memungkinkan para pemasar untuk mempersiapkan dan menyampaikan nilai yang diharapkan atau lebih dari yang diharapkan konsumen. Teori Perilaku konsumen merupakan beberapa konsep yang masih bersifat umum. Beberapa penyesuaian akan dibutuhkan untuk masing-masing produk yang spesifik. Meski masih bersifat umum, tapi teori ini dapat dijadikan sebagai dasar pijakan awal untuk mengidentifikasi segmentasi yang sesuai untuk suatu komoditas atau produk.

Secara umum, perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu faktor budaya, referensi sosial, dan kepribadian.¹⁵ Ketiganya adalah kombinasi yang biasanya selalu ada dalam setiap perilaku konsumen dengan tingkat dominansi yang berbeda pada situasi dan kondisi yang berbeda. Di lokasi tertentu mungkin faktor budaya lebih dominan dibanding dua faktor lainnya, sedangkan di lokasi yang berbeda mungkin faktor referensi sosial atau kepribadian yang lebih dominan membentuk perilaku konsumen. Di masa tertentu, mungkin faktor referensi sosial menjadi faktor yang dominan, tetapi seiring dengan perkembangan zaman, orang-orang menjadi semakin individualis, sehingga faktor kepribadian menjadi faktor penentu utama dalam membentuk kepribadian konsumen.¹⁶

2. Faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor-faktor berupa produk, lokasi, reputasi bank maupun pelayanan yang diberikan oleh pihak instansi terhadap minat. Adapun penjelasan adalah sebagai berikut:

1. Minat

¹⁴ M. Soleh Mauludin, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 1 (August 12, 2022): 108–23.

¹⁵ Sheikh Qazzafi, "Consumer Buying Decision Process Toward Products" 2, no. 5 (2019).

¹⁶ Rahmawati, Ahyar, and Setyono, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia DIY," February 7, 2024.

Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam waktu tertentu. Pembelian nyata adalah sasaran akhir konsumen dimana minat beli adalah pernyataan mental konsumen yang merefleksikan perencanaan untuk membeli sejumlah produk dengan merek tertentu, pengetahuan akan produk yang akan dibeli sangat diperlukan oleh konsumen¹⁷. Menurut Kotler dan Amstrong minat beli konsumen merupakan suatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihat dengan demikian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

2. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam pemasaran termasuk dalam produk adalah barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Kepada suatu perusahaan (pemasar) suatu produk bukan saja memiliki karakteristik fisik seperti bentuk, ukuran, pengepakan, warna, nama, tetapi juga sifat-sifat non fisik, seperti imej, harga, cara bagaimana pendistribusian dan metode dengan mana dapat dibeli.¹⁸

3. Harga

Harga merupakan keputusan yang sangat penting dari pemasar, sebab bila harga terlalu tinggi banyak pembeli potensial jadi menghilang, sedang bila harga terlalu rendah perusahaan tidak memperoleh cukup keuntungan. Harga (price) merupakan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu barang dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.¹⁹

4. Promosi

Promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, mempengaruhi dan menghimbau khalayak ramai. Promosi juga merupakan arus informasi atau persuasi

¹⁷ Jeremia Alfredo Paila, John A. F. Kalangi, and Joula J. Rogahang, "Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado," *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)* 6, no. 001 (2018), <https://doi.org/10.35797/jab.v6.i001.%p>.

¹⁸ Siti Rahmawati, Ahyar Ahyar, and Joko Setyono, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia DIY," *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 3, no. 3 (February 7, 2024): 237–52, <https://doi.org/10.56799/jim.v3i3.2926>.

¹⁹ *Ibid*

satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.²⁰ Tujuan akhir dari pemasar adalah menaikkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Promosi dan periklanan adalah usaha-usaha perusahaan untuk meyakinkan konsumen untuk membeli produknya. Ini kadang-kadang dikenal sebagai komunikasi pemasaran dari suatu perusahaan.

5. Lokasi

Elemen keempat dari bauran pemasaran adalah *place* (lokasi) yaitu pendistribusian produk. Lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan kegiatan operasionalnya. Lokasi juga merupakan salah satu kunci menuju sukses. Pemilihan lokasi sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas serta persaingan. Bila produk sudah ada, harus didistribusikan kepada konsumen atau pengguna. Proses untuk ini yaitu produk dipindahkan dari produsen ke konsumen melalui saluran distribusi. Bila perusahaan dapat melakukannya tanpa bantuan perantara, maka perantara jelas tidak diperlukan. Namun kenyataan adalah bahwa perantara menyediakan suatu mata rantai penting pada seluruh proses pemasaran.²¹

6. Reputasi Bank

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan, yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seseorang mengenai suatu hal.²² Reputasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nama baik. Pandangan paling dominan pada literatur menunjukkan bahwa sikap terhadap merek yaitu

²⁰ Rissa G. P. S. Yan, Agusta Repi, and Bode Lumanauw, "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI PT TRIDJAYA MULIA SUKSES MANADO," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 1 (January 30, 2018), <https://doi.org/10.35794/emba.v6i1.18831>.

²¹ Rahmawati, Ahyar, and Setyono, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia DIY," February 7, 2024.

²² Nurul Khotimah, "PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG DAN LOYALITAS DI BANK SYARIAH MANDIRI (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)," *JMM17 : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 5, no. 01 (April 16, 2018), <https://doi.org/10.30996/jmm17.v5i01.1712>.

reputasi atau penyedia jasa lebih yang merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibandingkan elemen kepuasan.

7. Pelayanan

Menurut Kotler, Philip & Keller, pelayanan ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak

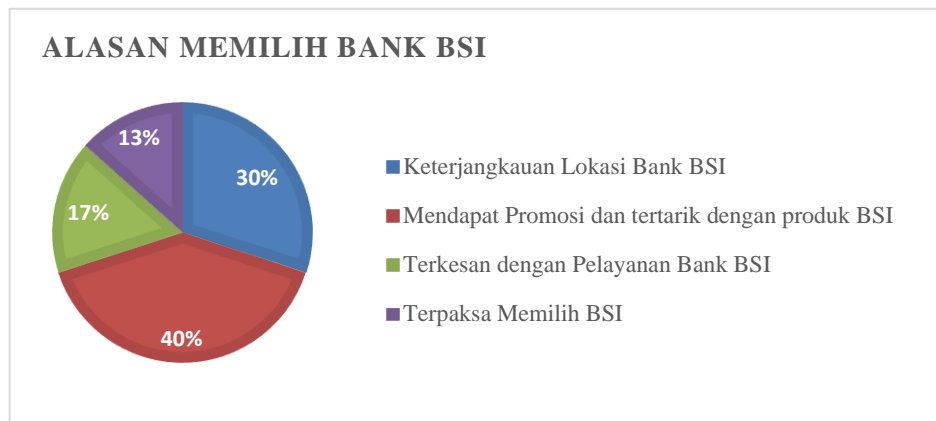


Diagram !. Pilih dengan Alasan Keterjangkauan Lokasi

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan melalui kuesioner angket yang diberikan kepada sebanyak 30 orang responden yaitu orang-orang non muslim yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh dapat diperoleh alasan-alasan yang menjadi penyebab nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Indonesia yaitu :

Berdasarkan diagram tersebut dapat dilihat bahwa terdapat 4 alasan umum penyebab masyarakat non muslim yang ada di Banda Aceh lebih memilih Bank Syariah Indonesia sebagai layanan perbankan mereka dibandingkan Bank-Bank Syariah lain nya adapun alasan mereka memilih antara lain:

1. Keterjangkauan Lokasi

Keterjangkauan lokasi menjadi salah satu faktor masyarakat non-Muslim di Banda Aceh memilih bank syariah di Indonesia karena faktor-faktor seperti aksesibilitas terhadap pekerjaan dan layanan yang terjangkau sangat penting dalam keputusan memilih bank syariah. Bank syariah Indonesia memiliki jaringan cabang yang tersebar di berbagai wilayah, yang memungkinkan masyarakat non-Muslim untuk mudah mengakses layanan bank syariah yang berlokasi di sekitar tempat mereka bekerja atau tinggal.

2. Mendapatkan promosi dan tertarik dengan produk yang ditawarkan

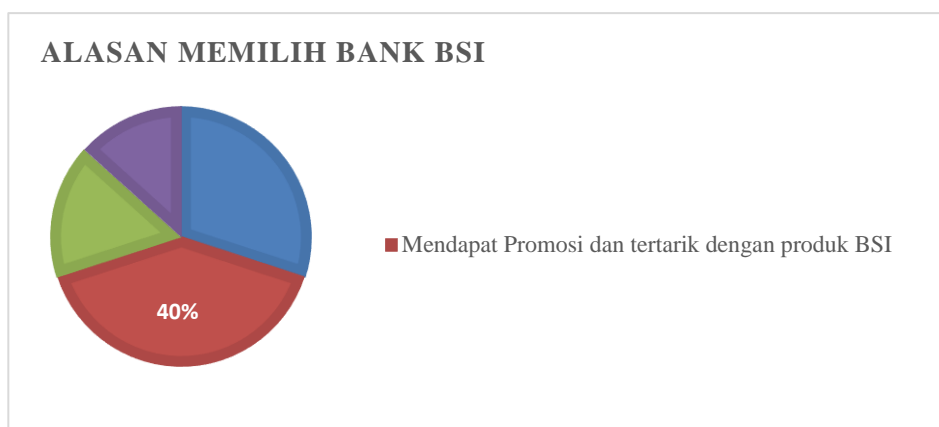
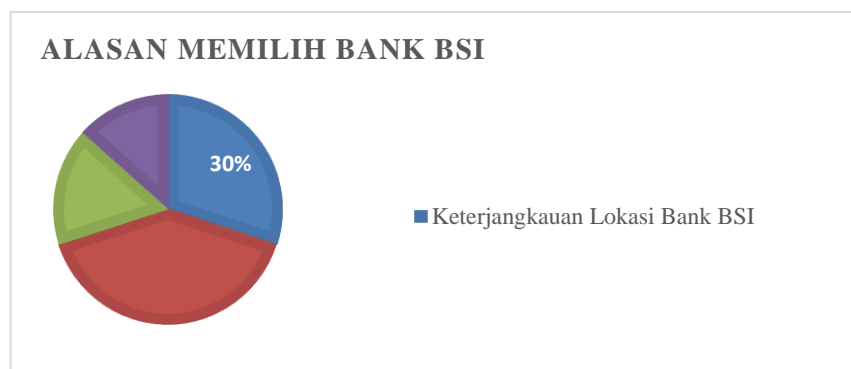


Diagram 2. Pemilih dengan alasan mendapat promosi dan tertarik dengan produk

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mempromosikan produk dan layanan bank syariah, Bank syariah di Indonesia menggunakan strategi promosi yang efektif, seperti menggunakan media sosial dan pemasaran online, untuk menarik pasar sasaran yang lebih luas dan mempromosikan produk mereka sebagai nilai tambah dibandingkan bank-bank syariah yang lain.



Kemudian Bank Syariah Indonesia memiliki produk dan layanan yang kompetitif

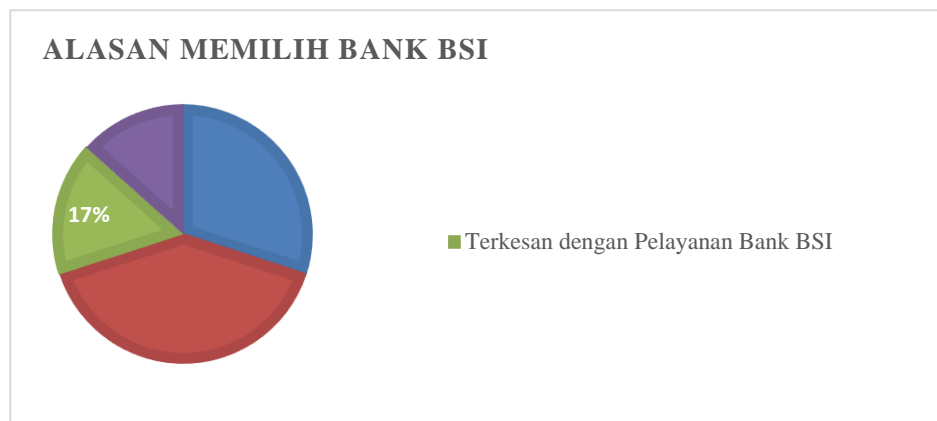


Diagram 3: Pemilih dengan alasan terkesan dan puas dengan pelayanan BSI

dan memberikan kemudahan transaksi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, Produk dan layanan bank syariah di Indonesia terdiri dari berbagai macam produk, seperti produk penghimpunan dana, tabungan, dan pembiayaan, yang dirancang untuk menarik nasabah dari masyarakat non-Muslim.

3. Puas terhadap pelayanan yang diberikan

Bank syariah Indonesia memprioritaskan kepuasan pelanggan, dengan cara berusaha lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai macam pendekatan, seperti berbagai macam produk, layanan, promosi, hadiah, dan membuka cabang dan unit baru yang letaknya mudah dijangkau oleh masyarakat yang memungkinkan masyarakat non-Muslim untuk mendapatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan juga Bank syariah Indonesia memiliki sistem pengaduan dan pengelolaan masalah yang efektif, yang memungkinkan masyarakat non-Muslim untuk mengatasi masalah yang mungkin terjadi dalam proses transaksi, dengan kualitas pelayanan yang baik, mendorong masyarakat non-Muslim untuk memilih Bank Syariah Indonesia daripada Bank Syariah yang lain, karena mereka ingin mendapatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

4. Terpaksa pindah ke Bank Syariah Indonesia

Sejak dikeluarkannya Qanun No.11 Tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah yang memaksa seluruh lembaga keuangan di Aceh untuk menerapkan sistem syariah, banyak nasabah-nasabah Bank Konvensional yang terdampak kebijakan ini. Hal tersebut membuat banyak pihak yang sebelumnya memiliki rekening pada Bank-bank konvensional terpaksa ikut memindahkan rekeningnya ke Bank Syariah agar tetap dapat bertransaksi, Bank syariah Indonesia merupakan salah satu Bank Syariah yang terlebih dahulu punya banyak cabang di Banda Aceh yang kemudian membuat masyarakat non muslim lebih memilih BSI karena kemudahan lokasi dan cabang yang banyak.

Kemudian para pekerja non muslim yang berada di Banda Aceh juga banyak yang mengikuti kebijakan instansi tempat mereka bekerja yang dimana sudah menjalin kerjasama dengan pihak Bank Syariah Indonesia dalam sistem penerimaan gaji/upah sehingga para pekerja ini dituntut untuk memiliki rekening pada BSI juga.

4. Analisis Penulis

Minat nasabah untuk menabung di BSI Cabang Banda Aceh dipengaruhi oleh beberapa faktor yang perlu dianalisis lebih lanjut. Faktor-faktor tersebut mencakup kepercayaan dan reputasi BSI sebagai bank syariah terkemuka, pelayanan yang diberikan oleh BSI yang baik dan berkualitas, ketersediaan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, edukasi keuangan yang diberikan oleh BSI, serta keterpaksaan nasabah karena ikut tunduk kepada kebijakan pimpinan.

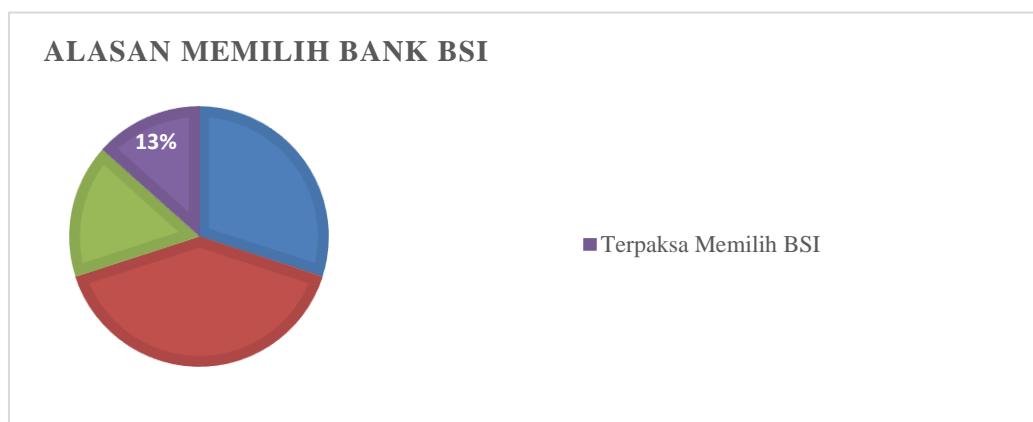


Diagram 4. Pemilih dengan alasan terpaksa memilih BSI

Berikut merupakan analisis lebih lanjut dari penulis :

1. Keterjangkauan lokasi Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh

Keterjangkauan merupakan salah satu alasan yang dipilih oleh responden sebanyak 30% responden memilih hal ini sebagai salah satu faktor. Bank BSI dikenal memiliki jaringan cabang yang cukup lengkap dan tersebar di berbagai lokasi di Banda Aceh, sehingga memudahkan akses bagi masyarakat non-Muslim untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Sudah menjadi rahasia umum mengingat penyebaran kantor dan ATM BSI sudah banyak di Banda Aceh, mengingat Bank Syariah Indonesia itu asalnya merupakan gabungan dari tiga Bank Syariah Besar di Indonesia yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan BRI Syariah sehingga hal tersebut menyebabkan BSI lebih terjangkau lokasinya karena sebelum menjadi BSI bank-bank yang di merger sebelumnya sudah punya banyak cabang di Banda Aceh.

Dengan ketersediaan cabang yang mudah dijangkau, masyarakat non-Muslim akan merasa lebih nyaman dan terbantu dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Faktor ini dapat menjadi pertimbangan penting bagi nasabah non-Muslim yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dengan bank syariah. Selain itu, kemungkinan adanya strategi pemasaran yang efektif dan promosi yang menarik dari Bank BSI juga dapat mempengaruhi pilihan masyarakat non-Muslim di Banda Aceh untuk memilih Bank BSI sebagai institusi perbankan syariah pilihan mereka.

Dengan kombinasi ketersediaan cabang yang luas, kemudahan akses, kenyamanan dalam bertransaksi, serta strategi pemasaran yang baik, Bank BSI mungkin berhasil menarik minat masyarakat non-Muslim di Aceh untuk menggunakan layanan perbankan syariah yang mereka tawarkan, dibandingkan dengan bank syariah lainnya yang mungkin memiliki cakupan cabang yang lebih terbatas atau kurang terpromosikan secara efektif.

2. Mendapat promosi dan tertarik dengan produk dan layanan yang ditawarkan

Hal berikutnya yang menjadi alasan Masyarakat non-Muslim di Banda Aceh banyak memilih Bank BSI karena mereka lebih tertarik dengan promosi produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank ini. Bank BSI dikenal memiliki beragam produk dan layanan

perbankan syariah yang menarik bagi masyarakat non-Muslim, seperti tabungan berbasis syariah, pembiayaan tanpa sistem bunga, investasi syariah, dan produk-produk keuangan berbasis syariah lainnya.

Keberagaman produk dan layanan yang disesuaikan dengan prinsip syariah menjadi daya tarik utama bagi masyarakat non-Muslim di Banda Aceh. Mereka melihat nilai-nilai transparansi, keadilan, dan keberkahan dalam sistem keuangan berbasis syariah sebagai faktor penting dalam memilih institusi perbankan. Bank BSI, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi masyarakat non-Muslim, telah berhasil menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai mereka.

Dengan demikian, minat masyarakat non-Muslim di Banda Aceh untuk memilih Bank BSI sebagai pilihan utama dalam bertransaksi dan menabung dipengaruhi oleh ketertarikan mereka terhadap produk dan layanan yang disesuaikan dengan prinsip syariah yang ditawarkan oleh bank ini. Hal ini mencerminkan pentingnya bagi institusi perbankan untuk memahami dan merespons kebutuhan serta preferensi beragam masyarakat dalam menawarkan produk dan layanan yang relevan dan sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh nasabah potensial.

3. Pelayanan yang diberikan oleh Bank BSI lebih baik daripada Bank Syariah yang lain

Bank Syariah Indonesia (BSI) di Banda Aceh dikenal dengan pelayanan yang unggul dan berkualitas yang diberikan kepada nasabahnya. Dibandingkan dengan bank syariah lainnya, BSI mampu membedakan diri dengan standar pelayanan yang tinggi, yang menjadi faktor utama dalam membuat masyarakat memilih untuk menabung di bank ini. Tenaga kerja yang profesional, ramah, dan berkompeten di BSI membantu menciptakan lingkungan perbankan yang nyaman, terpercaya, dan dapat diandalkan bagi nasabah.

Salah satu keunggulan pelayanan BSI adalah kemudahan akses yang disediakan kepada nasabah. Dengan jaringan cabang yang luas dan beragam saluran akses, seperti layanan online dan mobile banking, BSI memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara mudah dan efisien. Kemudahan ini memberikan nilai tambah bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka tanpa hambatan.

Selain itu, BSI juga dikenal dengan ketersediaan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk dan layanan perbankan syariah yang mereka tawarkan. Nasabah dapat

dengan mudah memahami syarat dan ketentuan, serta manfaat dari produk perbankan yang mereka gunakan. Hal ini membantu meningkatkan transparansi dan kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh BSI.

Selanjutnya, pelayanan yang baik dari BSI tercermin dari kesediaan mereka untuk membantu nasabah dalam menyelesaikan masalah atau permintaan. Dengan respon yang cepat, solusi yang efektif, dan komunikasi yang baik, BSI memberikan pengalaman positif bagi nasabah dalam berinteraksi dengan bank. Pendekatan personal yang memperhatikan kebutuhan individual setiap nasabah juga menjadi nilai tambah yang membuat nasabah merasa dihargai dan didengarkan.

Dengan pelayanan yang berkualitas, personal, dan responsif, Bank Syariah Indonesia berhasil membangun hubungan yang kuat dengan nasabahnya. Pelayanan yang baik ini membantu menciptakan kepuasan nasabah, memperkuat loyalitas, dan memperkuat reputasi BSI sebagai lembaga keuangan yang peduli, terpercaya, dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat non-Muslim di Aceh untuk menabung dan bertransaksi.

4. Terpaksa memilih Bank BSI karena kebijakan yang berlaku

Kemudian faktor terakhir adalah keterpaksaan yang dialami oleh nasabah untuk tunduk pada kebijakan pemerintah dalam menggunakan bank BSI, karena disamping adanya aturan Qanun No.11 Tahun 2018 mengenai Lembaga Keuangan Syariah yang mengharuskan semua Perbankan di Aceh menggunakan prinsip syariah, pemerintah juga mensupport dengan cara membagikan gaji atau upah kepada setiap pekerja melalui Bank Syariah Indonesia sehingga sebagian pekerja yang ada di Aceh terpaksa menggunakan Bank BSI karena tuntutan dari pemerintah.

Keharusan ini mungkin disebabkan oleh kebijakan pemerintah setempat yang mendorong penggunaan produk dan layanan keuangan berbasis syariah sesuai dengan nilai-nilai Islam yang dianut secara luas di Aceh. Nasabah non-Muslim di daerah ini mungkin terbatas dalam memilih lembaga keuangan konvensional karena adanya regulasi atau aturan yang mengharuskan mereka menggunakan bank syariah.

Selain itu, faktor sosial dan budaya di Aceh juga dapat mempengaruhi alasan nasabah non-Muslim memilih Bank BSI. Masyarakat di Aceh mungkin lebih memilih untuk mengikuti norma sosial yang berlaku dalam lingkungan mereka, termasuk dalam pemilihan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama mayoritas. Hal ini dapat

membuat nasabah non-Muslim merasa terpaksa atau terbatas dalam memilih bank syariah seperti BSI.

Dengan demikian, faktor dan alasan nasabah non-Muslim di Banda Aceh terpaksa memilih Bank BSI karena tunduk pada aturan dapat disebabkan oleh regulasi yang mengharuskan penggunaan lembaga keuangan syariah, faktor sosial dan budaya, serta kepatuhan terhadap norma agama yang berlaku di daerah tersebut. Meskipun terpaksa, nasabah non-Muslim di Banda Aceh diharapkan tetap dapat memperoleh pelayanan perbankan yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan mereka di Bank Syariah Indonesia. Namun meskipun demikian kebanyakan dari mereka sama sekali tidak terbebani mengingat layanan dari Bank BSI sudah maksimal sehingga tidak terlalu masalah bagi mereka untuk ikut menggunakan Bank BSI.

C. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa faktor terbesar nasabah non-Muslim di Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh memilih menabung di bank tersebut dikarenakan faktor mendapatkan promosi dan tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh BSI Cabang Banda Aceh. Strategi promosi dan pengenalan produk yang dilakukan oleh pihak Bank BSI sangat sukses sehingga mampu menarik minat masyarakat non muslim. Produk dan layanan yang ditawarkan oleh pihak BSI seperti tabungan berbasis syariah, pembiayaan tanpa sistem bunga, investasi syariah, dan produk-produk keuangan berbasis syariah lainnya. Kemudian faktor lain yang menyebabkan sebagian nasabah non-muslim memilih menabung di BSI yaitu karena keterjangkauan dan ketersediaan cabang yang banyak sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi sehari-hari dan juga pelayanan yang diberikann oleh pihak BSI kepada nasabah lebih baik daripada pelayanan yang ada di Bank Syariah lainnya yang ada di Banda Aceh.

Selain faktor diatas, ada juga faktor lain yang mempengaruhi nasabah non-muslim menggunakan BSI yaitu karena adanya keterpaksaan imbas dari faktor pekerjaan yang mana dengan keluarnya Qanun Lembaga Keuangan Syariah Nomor 11 Tahun 2018 yang mengharuskan semua perbankan di Aceh menggunakan prinsip syariah, sehingga pemerintah juga mensupport dengan cara membagikan gaji atau upah kepada setiap pekerja yang ada di aceh menggunakan bank yang berbasis syariah. Selain itu, faktor sosial

dan budaya di Aceh pun juga dapat mempengaruhi masyarakat non-muslim di Banda Aceh menggunakan BSI.

DAFTAR PUSTAKAAN

Anggraini, Ratih. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH." *Rekaman : Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 2 (June 25, 2020):

Bahri, Syamsul. "PELAKSANAAN SYARI'AT ISLAM DI ACEH SEBAGAI BAGIAN WILAYAH NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA (NKRI)." *Jurnal Dinamika Hukum* 12, no. 2 (May 15, 2012).

Ghojali, Irman, and Maman Suryaman. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia: Studi Pada Masyarakat Kota Bandung." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (February 7, 2024).

Idris, M., and Dinda Rizky Amalia. "Syariat Islam Dan Tradisi Di Aceh Darussalam." *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)* 1, no. 1 (May 30, 2022).

Juwita, Dwi Runjani. "PEMBERLAKUAN HUKUM SYARIAT BAGI WARGA NON MUSLIM DI DAERAH NANGROE ACEH DARUSSALAM (PERSPEKTIF ISLAM DAN HAM)." *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama* 4, no. 1 (October 25, 2016).

Khotimah, Nurul. "PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG DAN LOYALITAS DI BANK SYARIAH MANDIRI (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)." *JMMI7 : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 5, no. 01 (April 16, 2018).

Khusna, Natiqotul, and Versiandika Yudha Pratama. "PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI KESYARIAHAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI MENJADI NASABAH BANK SYARIAH." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (July 18, 2021): 310–22.

Mauludin, M. Soleh. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 1 (August 12, 2022)

Paila, Jeremia Alfredo, John A. F. Kalangi, and Joula J. Rogahang. "Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado." *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)* 6, no. 001 (2018).

Qazzafi, Sheikh. "Consumer Buying Decision Process Toward Products" 2, no. 5 (2019).

Rahmawati, Siti, Ahyar Ahyar, and Joko Setyono. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia DIY." *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 3, no. 3 (February 7, 2024).

Sodik, Fajar, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, and Raida Nadia Syahita. "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (December 30, 2022).

Sonia, Siti, and Alim Murtani. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Kecamatan Medan Marelan Menabung Di Bank Syariah." *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal* 1, no. 2 (July 24, 2023).

Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. X. Bandung: CV. Alfabeta, 2012.

Syamsuri, Syamsuri, Nirhamna Hanif Fadillah, Amir Reza Kusuma, and Jamal Jamal. "Analisis Qanun (Lembaga Keuangan Syariah) Dalam Penerapan Ekonomi Islam Melalui Perbankan Syariah Di Aceh." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 3 (November 9, 2021).

Yan, Rissa G. P. S., Agusta Repi, and Bode Lumanauw. "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI PT TRIDJAYA MULIA SUKSES MANADO." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 1 (January 30, 2018).