

Pengaruh Pengetahuan dan Komitmen Ke-Islaman Nasabah Bank Konvensional Terhadap Preferensi Bank Syariah Di Kota Blora

Yudhistira Adi Seputra

Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro

raden.yudhis@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pentingnya Pengetahuan dan Komitmen Perbankan Islam terhadap preferensi masyarakat. Subjek penelitian ini adalah semua warga Blora yang dikategorikan dalam usia produktif antara 15-55 tahun sekitar 100 responden, tercatat sebagai nasabah Bank Konvensional dan mereka tidak terdaftar sebagai Nasabah Bank Syariah. Pengukuran variabel dilakukan dengan meminta responden untuk mengisi formulir kuesioner dan menskalakan hasilnya menggunakan Skala Likert. Skala likert terdiri dari beberapa pertanyaan yang jawabannya diklasifikasikan menjadi lima pernyataan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner (Sigit, 1999: 88). Metode analisis data untuk menguji hipotesis menggunakan regresi logistik biner. Regresi ini digunakan untuk memprediksi sejauh mana model yang digunakan mampu memprediksi kategori (kelompok) beberapa individu dengan benar (Kuncoro, 2004: 235). Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa kedua KNOWLEDGE dan COMMIT positif tetapi tidak signifikan dengan probabilitas preferensi masyarakat terhadap Perbankan Syariah bernilai 0,674 dan 0,788 lebih dari $\geq 5\%$, Maka berdasarkan penelitian ini disarankan untuk mendorong Perbankan Syariah meningkatkan intensitas untuk melakukan sosialisasi.

Kata kunci: Signifikansi, Preferensi, Perbankan Syariah

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the significance of Islamic Banking Knowledge and Commitment towards society's preference. The subject of this research is all Blora residents which categorized in productive age between 15-55 years old about 100 respondents, recorded as Conventional Bank clients and they are not registered as Islamic Bank Clients. Variables measurement is performed by requesting respondents to fill the questionnaires forms and scaled the results using Likert Scale. Likert Scale consists of some questions which their answers are classified into five statements proposed by the researcher in a questionnaire (Sigit, 1999:88). Data analysis method to examine the hypotheses uses binary logistic regression. This Regression is utilized to predict how far the used model able to predict the category (group) of several individuals correctly (Kuncoro, 2004:235). Based on the analysis results it is found that both KNOWLEDGE and COMMIT are positive but not significant with the societies' preference probabilities towards Islamic Banking valued 0,674

and 0,788 more than $\square = 5\%$, Thus based on. This research it is recommended to encourage Sharia Banking increasing the intensity to conduct socialization.

Keywords : Significance, Preference, Sharia Banking

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan Negara dengan kuantitas populasi muslim terbesar di dunia, dimana berdasarkan prosentasi tersebut dapat mendorong perkembangan dan kemajuan institusi perbankan Syari'ah di Indonesia yang didukung dengan adanya legalitas dari Pemerintah yang tertuang dalam UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang menjadi tonggak legalitas diadopsinya perbankan Syari'ah dalam sistem perbankan di Indonesia. Peraturan ini kemudian diperbaiki dengan UU No.10 Tahun 1998, lalu UU No.23 tahun 1999, dan terakhir dengan UU No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-

bank Syari'ah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara Syari'ah atau dengan membuka cabang khusus Syari'ah. Dengan diberlakukannya UU No. 10 Tahun 1998 yang menetapkan sistem perbankan Indonesia sebagai dual banking system (sistem perbankan konvensional dan perbankan Syari'ah) dimana bank-bank konvensional beroperasi berdampingan dengan bank-bank Syari'ah, sehingga landasan hukum bank Syari'ah telah cukup jelas dan kuat baik dari segi kelembagaannya maupun landasan operasionalnya. (Antonio, 1999).

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang telah memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan bank Syari'ah, maka perkembangan bank Syari'ah di Indonesia sangat pesat seperti terlihat pada tabel 1.

Tabel 1 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Statistik Perbankan Syariah, April 2015

Sharia Banking Statistics, April 2015

Indikator	2010	2012	2013	2014								2015				Indikator
				Apr	Mei 1 ^a	Juni ^a	Juli ^a	Agus ^a	Sep ^a	Oktr	Nov	Des	Feb	Mar	Apr	
Bank Umum Syariah																Islamic Commercial Bank
- Jumlah Bank	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	12	12	- Number of Banks
- Jumlah Kantor	1.215	1.745	1.998	2.139	2.145	2.149	2.175	2.174	2.174	2.157	2.147	2.151	2.144	2.138	2.135	- Number of Offices
Unit Usaha Syariah																Islamic Business Unit
- Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	23	24	23	23	23	23	22	22	22	22	22	22	22	22	22	- Number of Conventional Banks that have Islamic Business Unit
- Jumlah Kantor	262	517	590	425	426	426	417	403	397	362	354	320	324	325	323	- Number of Offices
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah																Islamic Rural Bank
- Jumlah Bank	150	150	163	163	163	163	163	163	163	163	163	163	162	162	162	- Number of Banks
- Jumlah Kantor	286	401	402	425	428	429	424	436	433	431	438	439	406	471	433	- Number of Offices
Total Kantor	1.763	2.663	2.990	2.989	2.999	3.004	3.016	3.013	3.004	2.950	2.939	2.910	2.954	2.934	2.891	Total Number of Offices

^a Angka-angka diperbaiki

^b Angka-angka sementara

1. *Revisi data BUS-UUS mulai bulan Mei 2014 berdasarkan LSMK

1. *Revision of data BUS-UUS began in May 2014 based on LSMK

Sumber: Bank Indonesia

Perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Syari'ah dimulai pada tahun 1992, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank yang menggunakan prinsip Syari'ah pertama di Indonesia. Sampai dengan bulan Mei 2004, perkembangan jumlah kantor bank Syari'ah telah mencapai 353 kantor bank, dengan nilai asset sebesar 11,6 trilyun rupiah. Jumlah pembiayaan yang disalurkan mencapai 7,56 trilyun rupiah dan dana pihak ketiga sebesar 7,77 trilyun rupiah. Meskipun dari pertumbuhan usaha dan jumlah cukup banyak, tetapi peranan secara nasional masih kecil dibandingkan dengan peranan bank secara nasional, yaitu sebesar satu persen.

Usaha bank Syari'ah di Indonesia memiliki prospek yang baik untuk berkembang, antara lain didukung faktor-faktor, yaitu: (1) jumlah penduduk Indonesia mayoritas adalah Islam, sehingga keberadaan mereka, baik yang menjadi pelaku usaha kecil dan menengah, maupun yang bergerak di sektor lain, akan menjadi segmen pasar yang potensial bagi pelayanan bank Syari'ah, (2) adanya standar-standar moral dalam program pengoperasian bank Syari'ah yang pada prinsipnya pelayanan finansial bank Syari'ah yang didasarkan atas azas keadilan dan kemanfaatan bagi seluruh umat, (3) penerapan sistem bagi hasil sebagai salah satu prinsip dalam kegiatan perbankan Syari'ah akan sangat kondusif untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab pihak bank maupun pihak debitur, (4) prinsip kemitraan yang menjadi dasar dalam transaksi bank Syari'ah, yaitu kemitraan antara debitur(mudharip) dengan bank (shohibul maal) maupun dengan

penabung, pada hakekatnya sejalan dengan nilai-nilai sosial, seperti prinsip gotong royong dan kekeluargaan yang dianut oleh masyarakat Indonesia (Arifin, 2002).

Berdirinya perbankan Syari'ah dengan sistem bagi hasil, didasarkan pada dua alasan utama yaitu (1) adanya pandangan bahwa bunga (interest) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya, (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar (Sjahdeini, 1999).

Faktor utama yang membedakan bank konvensional dengan bank Syari'ah adalah suku bunga (interest) sebagai balas jasa atas penyertaan modal yang diperhitungkan berdasarkan keuntungan atau kerugian yang diperoleh yang didasarkan pada "akad". Prinsip utama dari "akad" ini adalah keadilan antara pemberi modal dan pemakai modal. Prinsip ini berlaku baik bagi debitur maupun kreditur.

Berbagai manfaat yang diperoleh dari telah beroperasinya bank Syari'ah, yaitu: (1) memenuhi kebutuhan jasa pelayanan perbankan dan sekaligus mendayagunakan sumberdaya finansial dari masyarakat yang tidak menerima konsep bunga bank, (2) memperluas sistem pembiayaan bagi pengembangan usaha, khususnya usaha kecil dan menengah, untuk memperoleh pembiayaan modal kerja atau investasi berdasarkan prinsip kemitraan., (3)

memperbanyak produk jasa pelayanan perbankan yang memberikan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif, (4) sistem operasional bank Syari'ah secara alami akan terproteksi dari gejolak moneter dan keuangan global, karena bebas dari pengaruh indusif suku bunga. Ini berarti bank Syari'ah dan nasabahnya akan lebih kompetitif dalam menghadapi perubahan ekonomi, perubahan pasar, dan perubahan kebijakan ekonomi/perdagangan dunia. (Sjahdeini, 1999)

Semenjak tahun 1992, mulai beroperasi apa yang dikenal dengan dual banking system yaitu bank umum konvensional yang membuka Islamic Window atau bahkan mengkonversinya dari bank umum konvensional menjadi bank dengan sistem Syari'ah di Indonesia. Keberadaan bank Syari'ah sangat memegang peranan penting dalam meningkatkan dan memperkuat kegiatan ekonomi sektor riil khususnya usaha menengah, kecil, dan mikro. Operasi bank Syari'ah sangat sesuai dengan pengembangan usaha menengah, kecil, dan mikro oleh karena berbagai faktor, yaitu (1) penggunaan perangkat bagi hasil yang besar kecilnya ditentukan oleh besar kecilnya hasil usaha, (2) luwes dalam persyaratan agunan, dan (3) produk lebih luas tidak hanya bagi hasil. (Sjahdeini, 1999)

Dinamika Operasional Bank Muamalat mengalami pasang surut selama kurun waktu lima tahun terakhir yang mendorong Manajemen BMI untuk mengadakan optimalisasi jaringan dengan menutup beberapa Kantor Cabang Pembantu di beberapa daerah di seluruh Indonesia, salah satunya di Kota Blora yang merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah dengan

populasi Muslim yang cukup besar. Dengan ditutupnya kantor cabang pembantu Bank Muamalat di Kabupaten Blora ini membuat Nasabah BMI kesulitan untuk melakukan transaksi karena jarak yang terlalu jauh untuk mengakses kantor Cabang Bank Muamalat di kota lain apalagi pelayanan ATM pun sudah tidak tersedia di Kota Blora. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat terhadap Bank Syari'ah dalam kondisi semakin banyaknya Kantor Cabang Pembantu BMI yang ditutup. Apakah Perbankan Syariah masih memiliki peluang untuk mengembangkan potensinya?

B. LANDASAN TEORI

1. Perbankan Konvensional

Sektor perbankan merupakan tulang punggung didalam membangun sistem perekonomian dan sistem finansial Indonesia. Pentingnya sektor ini tercermin dari fungsi lembaga perbankan sebagai “intermediary institution”, yakni lembaga yang memiliki fungsi untuk mengalirkan kembali dana yang dimiliki oleh unit-unit ekonomi yang memiliki surplus dana kepada unit-unit ekonomi yang membutuhkan dana atau mengalami defisit. Fungsi ini merupakan salah satu mata rantai terpenting dalam lingkaran bisnis, karena berkaitan dengan proses penyediaan dana yang merupakan sumber investasi dan modal kerja bagi unit-unit bisnis dalam melaksanakan fungsi-fungsi produksi. Agar pembiayaan terhadap suatu kegiatan bisnis/investasi dapat berjalan dengan lancar, maka proses intermediasi yang dilakukan oleh lembaga perbankan harus berjalan dengan baik pula.

Aktivitas perbankan pada sektor moneter erat kaitannya dengan perkembangan sektor riil yang merupakan mata rantai utama didalam menunjang kelangsungan hidup lembaga perbankan. Berbagai deregulasi yang dicanangkan Pemerintah, tampak jauh lebih menyentuh pada sektor perbankan dan kurang diimbangi dengan deregulasi atau kebijaksanaan pada sektor riil, sehingga pada gilirannya akan menimbulkan kesenjangan antara kedua sektor tersebut. Hal ini menjadi potensi timbulnya kesulitan pada sektor riil untuk dapat berperan serta dalam menunjang eksistensi sektor perbankan sendiri. Di sisi lain terdapat pegeseran pola permintaan masyarakat akan jasa-jasa pelayanan perbankan yang jauh lebih baik, fleksibel dan cepat. Oleh karena itu perbankan konvensional masa kini akan lebih berorientasi pada fee based income daripada pendapatan yang diperoleh dari bunga pinjaman semata (Samosir, 2003).

2. Perbankan dan Ekonomi Islam

Gagasan Ibnu Taimiyah tentang “harga ekuivalen”, pengertiannya terhadap ketidaksempurnaan pasar dan pengendalian harga, tekanannya pada peranan negara untuk menjamin dipenuhinya kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat, dan gagasannya mengenai hak milik, memberikan sejumlah petunjuk penting tentang teori kebijakan ekonomi Islam pada zaman kita sendiri.

Menurut Karim (2000) mengatakan bahwa ketika ilmu ekonomi Islam diperkenalkan kembali ke dunia akademik, tidak sedikit para ekonom bersikap sinis, bahkan mengatakan bahwa ekonomi Islam sekedar satu utopia dan baru akan terwujud bila kita semua telah menjadi malaikat. Para ekonom tersebut, termasuk yang muslim, tampaknya sukar menerima

kenyataan bahwa akar ilmu ekonomi adalah kitab suci Al-Qur’an. Karim (2000) juga menunjukkan bukti secara obyektif bahwa Al-Qur’an memuat lebih banyak ayat tentang ekonomi dibanding Injil, tanpa menyebutkan nominalnya. Bahkan Karim (2000) menandaskan bahwa, seandainya saja Samuelson membaca dengan seksama buku Adam Smith yang berjudul *The Wealth of Nation* dan bersikap obyektif, niscaya beliau akan mengalami adanya kontribusi para pemikir ekonomi Islam dan pengetahuan ilmu modern sebagaimana diakui oleh Adam Smith.

Dominasi pemikiran ekonomi konvensional menjadikan ekonomi Islam kurang mampu berkembang sebagaimana yang diharapkan. Padahal ekonomi Islam berisi tuntunan dan pedoman ideal yang mampu mengakomodir kebutuhan hidup manusia di dunia maupun di akhirat. Dengan jaminan mayoritas penduduk di negara muslim tentunya akan mampu menerima ekonomi Islam, tetapi perkembangan ekonomi Islam tidak semulus yang diharapkan walaupun bisa dikatakan hal tersebut sebagai fenomena umum sebagai suatu “sistem ekonomi baru” yang mau menanamkan pengaruhnya di tengah masyarakat yang telah lama menerima sistem ekonomi konvensional (Sudarsono, 2002).

Hafiduddin (2005) mengatakan bahwa keunggulan sistem ekonomi Islam banyak sekali, diantaranya memiliki 3 (tiga) prinsip dasar yakni: pertama, tidak boleh melakukan transaksi yang bersifat gharar (penipuan); kedua, tidak boleh melakukan bisnis dengan maksud menimbun (ihtikar); ketiga, larangan berbisnis yang bersifat ribawi. Masih menurut Didin, etika bisnis Islam dalam sistem syari’ah terletak dalam prinsip dasar kesediaan untuk saling menguntungkan. Dalam

kondisi apapun, misalnya menghadapi orang yang sangat awam terhadap barang tertentu, si penjual tetap diwajibkan untuk menjual dengan harga standar, bukan menggunakan asas “aji mumpung”.

Sistem ekonomi dalam Islam, kini mulai banyak dibicarakan dan dikaji di berbagai tempat dan lembaga. Hal ini terjadi setelah lembaga keuangan berdasarkan syari'ah seperti Bank Muamalat Indonesia (BMI), ditambah dengan lembaga keuangan yang lain mulai Asuransi Takaful sampai dengan Pegadaian Syari'ah mampu eksis dan bahkan lebih unggul dibandingkan keuangan konvensional di tengah gelombang badai krisis ekonomi yang mendera Indonesia. Hal ini menurut Karim, Antonio dan Perwataatmadja (1999), disebabkan karena perbankan ini menggunakan sistem bagi hasil (profit and loss sharing) sebagai pengganti bunga pada bank konvensional, dan ini pulalah salah satu trend maraknya pendirian perbankan syari'ah di tanah air.

Namun demikian, sistem ekonomi syari'ah tetap lebih unggul dari sistem yang lainnya. Menurut Antonio (2001), keunggulan sistem syari'ah yang terletak pada sistem bagi hasil akan mendorong lahirnya transparansi. Secara tidak langsung, mekanisme bagi hasil itu merupakan bentuk yang lebih riil terhadap pelaksanaan manajemen terbuka dan melalui pola itulah, setiap nasabah bisa melakukan pemantauan terhadap kinerja perbankan.

Pada sisi lain, masih banyak masyarakat yang salah persepsi terhadap lembaga keuangan syari'ah, dengan beranggapan bahwa bank syari'ah adalah bank khusus untuk orang Islam, menyimpan uang di bank syari'ah tidak menguntungkan karena tidak ada bunganya, sehingga bank syari'ah masih dianggap bukan sebagai pilihan alternatif. Bahkan ada yang

beranggapan bank syari'ah sebagai Baitul Maal. Persepsi lain yang juga masih berkembang di masyarakat adalah bahwa bank syari'ah lebih mahal dan rumit dibandingkan dengan bank konvensional. Semua itu merupakan kenyataan yang menuntut respons dari para pengelola bank syari'ah, salah satunya adalah meningkatkan pengetahuan dan promosi yang lebih gencar kepada masyarakat. Sebagai industri baru di Indonesia, persepsi seperti ini bisa dimengerti karena masyarakat belum memahami benar, tentang apa itu lembaga keuangan syari'ah, sistem yang dipakai, jenis produknya, serta apa keunggulan lembaga keuangan syari'ah dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

3. Perbankan Syari'ah

Pada umumnya yang dimaksud dengan bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.

4. Prinsip perbankan Syari'ah

Perbankan syari'ah dalam istilah internasional dikenal sebagai Islamic banking atau lebih dikenal sebagai bank tanpa bunga atau interest-free banking (Saad, 1996). Peristilahan dengan menggunakan kata Islamic tidak terlepas dari respon kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berusaha untuk mengakomodir desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia lembaga intermediasi dana dan jasa keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip

syari'ah Islam, yang berkaitan dengan pelanggaran praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian (maysir), ketidakjelasan (gharar) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam bertransaksi, serta keharusan penyaluran pembiayaan dan investasi pada kegiatan usaha yang etis (ethical investment) dan halal secara syari'ah (Antonio, 1999).

5. Perilaku Nasabah

Menurut The American Marketing Association (AMA) menyebutkan bahwa perilaku nasabah merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Berdasarkan pada pengertian di atas, terdapat tiga hal penting tentang perilaku nasabah, yaitu bahwa perilaku nasabah adalah dinamis, perilaku nasabah melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di lingkungan sekitar, serta perilaku nasabah melibatkan pertukaran dalam lingkungan mereka. (Setiadi, 2003).

Studi tentang perilaku nasabah akan menjadi dasar yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Hasil kajian tentang perilaku nasabah tersebut akan membantu para pemasar dalam hal-hal sebagai berikut:

- a. Merancang bauran pemasaran.
- b. Menetapkan segmentasi.
- c. Merumuskan *positioning* dan diferensiasi produk.
- d. Memformulasikan analisis lingkungan bisnisnya.
- e. Mengembangkan riset pemasarannya.

Selain itu, analisis perilaku nasabah juga memainkan peranan penting dalam merancang kebijakan publik. Dengan mengetahui perilaku nasabah dapat dimanfaatkan untuk kepentingan

pengembangan kemampuan seorang pemasar dalam menjalankan tugasnya. Studi tentang perilaku nasabah akan menghasilkan tiga informasi penting yaitu:

- a. Orientasi atau persepsi nasabah.
- b. Berbagai fakta tentang perilaku berbelanja.
- c. Konsep atau teori yang memberi acuan pada proses berfikirnya manusia dalam mengambil keputusan.

6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah

Keputusan pembelian dari seorang nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari nasabah. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Menurut Kotler (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Faktor kebudayaan, kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.
- b. Faktor Sosial, sebagai tambahan atas faktor budaya, perilaku seorang nasabah dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok acuan seseorang merupakan semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
- c. Faktor Pribadi, keputusan seorang nasabah juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut adalah usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri nasabah. Konsumsi

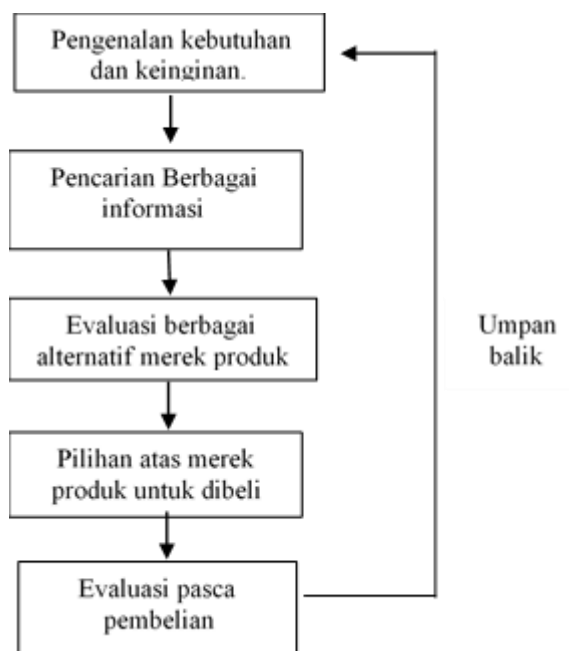
seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Faktor Psikologis, pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian.

7. Keputusan Nasabah

Untuk meraih keberhasilan, para pemasar harus memperhatikan bermacam-macam unsur yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pengetahuan mengenai bagaimana nasabah melakukan keputusan pembelian. Secara khusus, para pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis-jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian. Pengambilan keputusan oleh nasabah untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang oleh Assael (2001) disebut need arousal.

Terdapat empat jenis perilaku pembelian yaitu perilaku pembelian yang rumit, perilaku pembelian pencari variasi, perilaku pembelian dengan keterlibatan tinggi, dan perilaku pembelian dengan keterlibatan rendah. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh nasabah melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia. Proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam benak nasabah, salah satu produk dipilih.

Setelah dibelinya produk perbankan tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena nasabah akan melakukan evaluasi pasca pembelian. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah nasabah merasa puas atau tidak atas keputusan pembeliannya. Seandainya nasabah merasa puas, maka kemungkinan untuk melakukan pembelian kembali pada masa depan akan terjadi, sementara itu jika nasabah tidak puas atas keputusan pembeliannya, dia akan mencari kembali berbagai informasi produk yang dibutuhkannya. Proses tersebut akan terus berulang sampai nasabah merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produk perbankannya.



Sumber: Pawitra dalam Sutisna (2003)

Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan Nasabah

8. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang perbankan syari'ah di Indonesia masih sangat terbatas. Penelitian Ratnawati et al (2000), tentang potensi preferensi dan perilaku masyarakat terhadap Bank Syari'ah di

Wilayah Jawa Barat yang juga memberikan andil terhadap keberadaan perbankan yang berbasis syari'ah di tanah air.

Sampling responden dalam penelitian ini secara garis besar meliputi jumlah responden yang mengetahui prinsip bank Syari'ah (mencakup sejumlah proporsi responden yang benar-benar menerapkan prinsip Syari'ah), serta responden lain yang mengetahui prinsip Syari'ah, bank konvensional, dan yang tidak menggunakan jasa bank sama sekali.

Hasil analisis model logit yang mereka lakukan menunjukkan bahwa secara umum kinerja bank syari'ah saat ini masih kalah jauh dibandingkan dengan bank-bank konvensional. Hal tersebut ditandai dengan: (1) orang yang memilih bank karena pertimbangan pelayanan, fasilitas, kredibilitas, dan status bank, cenderung tidak mau menggunakan bank syari'ah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas bank syari'ah masih dianggap kurang dibandingkan dengan bank-bank konvensional, dan masih banyak yang masih meragukan status dan kredibilitas bank syari'ah. (2) orang-orang yang terbuka terhadap informasi dan memiliki aksesibilitas yang luas cenderung tidak meneruskan menjadi nasabah bank syari'ah (bagi yang sudah mengadopsi) atau tidak mau mengadopsi bank Syari'ah (bagi yang belum menjadi nasabah). Hal ini juga menunjukkan bahwa kinerja bank syari'ah di mata masyarakat masih di bawah bank-bank konvensional, karena semakin terbuka seseorang terhadap informasi akan semakin meninggalkan bank syari'ah.

Penelitian lain adalah apa yang telah dilakukan oleh Naser, Jamal, dan Al-Khatib (1999) menunjukkan bahwa faktor yang mendorong nasabah memilih

bank syari'ah adalah karena reputasi bank, dan alasan agama. Bank syari'ah tidak hanya menawarkan fasilitas yang sama dengan bank konvensional tapi juga menerapkan prinsip syari'ah, kemampuan bank untuk menjaga kerahasiaan, dan alasan agama dan keuntungan. Sedangkan faktor-faktor yang mendorong nasabah memilih bank syari'ah dan bank konvensional adalah untuk mendiversifikasikan investasinya, jam buka bank syari'ah yang terbatas, dan keterbatasan jumlah cabang menyebabkan nasabah memiliki banyak bank dari kedua jenis bank tersebut. Kesimpulan dari penelitian ini adalah: nasabah memiliki bank syari'ah karena faktor agama dan keuntungan (faktor agamis dan ekonomi).

Metawa dan Almossawi (1998) menemukan bukti bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank adalah karena lebih didorong faktor agama, dimana nasabah menekankan pada ketaatannya terhadap prinsip-prinsip Islam. Selanjutnya juga didorong oleh faktor keuntungan, dorongan keluarga dan teman, dan lokasi bank. Berdasarkan faktor-faktor tersebut selanjutnya dihubungkan dengan karakteristik responden, seperti umur, pendapatan, dan pendidikan. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa secara signifikan untuk menaati prinsip-prinsip Islam (faktor agamis) mempengaruhi keputusan responden untuk memilih bank syari'ah.

Apa yang diungkapkan di atas merupakan sebuah potret tentang persepsi masyarakat terhadap bank syari'ah. Berdasarkan penelitian-penelitian di atas dapat diringkas beberapa temuan-temuan antara lain yaitu: (1) nasabah potensial dari bank Syari'ah terdapat di wilayah perkotaan,

(2) Menurut Naser, Jamal dan Al-Khatib (1999) menunjukkan beberapa faktor pendorong nasabah adalah reputasi bank dan alasan agama (Mentawa dan Almosawi, 1998) serta keuntungan ekonomi, (3) Terdapat hubungan negatif antara simpanan Bank Syari'ah dan tingkat bunga bank konvensional. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap Bank Syari'ah. Adapun pengetahuan masyarakat tentang bunga bank hanya merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank syari'ah. Penelitian yang lebih mendalam dan lengkap masih sangat diperlukan untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap bank syari'ah.

Studi lebih lanjut perlu mempertajam seberapa besar pilihan masyarakat kota Blora yang: (1) bersedia berhubungan dengan bank syari'ah dan tidak bersedia berhubungan dengan bank konvensional. Dengan mengetahui tingkat jawaban dari masyarakat kota Blora, hasil studi ini akan menjawab tentang; apakah bank Syari'ah dapat menjadi alternatif setelah bank konvensional, (2) selain itu, untuk memperluas jaringan perbankan syari'ah pada wilayah-wilayah yang dinilai potensial serta membutuhkan produk dan jasa perbankan syari'ah maka pada penelitian ini dapat diketahui apakah terdapat perbedaan preferensi masyarakat Islam terhadap bank Syari'ah dalam menggunakan produk dan jasa bank Syari'ah dibandingkan dengan produk dan jasa pada bank konvensional.

Tabel 2.1

Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat

No	Variabel Atribut	Peneliti	Kesimpulan
1	Pengetahuan Bank Syari'ah	Naser, Jamal dan Al-Khatib, (1999)	Pengetahuan Bank Syari'ah mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah
		Gerrard dan Cunningham (1997)	Pengetahuan Bank Syari'ah mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank.
		Metawa and Almosaw (1998)	Pengetahuan Produk Bank Syari'ah mempengaruhi kepuasan nasabah.
2	Pelayanan Bank Syari'ah	Naser, Jamal dan Al-Khatib, (1999)	Pelayanan Bank Syari'ah terbukti mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah bank Syari'ah
3	Komitmen ke-Islam-an	Naser, Jamal dan Al-Khatib, (1999)	Komitmen ke-Islam-an mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah
4	Tingkat return	Ratnawati, et al. (2000)	Tingkat keuntungan (<i>return</i>) mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah
		Naser, Jamal dan Al-Khatib, (1999)	Tingkat keuntungan (<i>return</i>) mempengaruhi sikap masyarakat terhadap bank Syari'ah

No	Variabel Atribut	Peneliti	Kesimpulan
5	Tingkat risiko	Gerrard & Cunningham (1997)	Tingkat risiko (<i>risk</i>) mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah
		Ebrahim & Joo (2001)	Tingkat risiko (<i>risk</i>) mempengaruhi daya saing bank Syari'ah

Sumber: dari berbagai sumber referensi dalam kolom peneliti

C. METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Blora yang berusia <25 tahun sampai dengan lebih dari 50 tahun yang merupakan usia produktif. Sampel dalam penelitian ini adalah sampel yang diambil secara random sebanyak 100 responden individu yang merupakan nasabah bank konvensional dan bukan merupakan nasabah bank Syari'ah.

2. Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer diperoleh melalui kuisioner yang diisi oleh responden sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan
2. Data sekunder diperoleh melalui majalah, jurnal, surat kabar dan lain-lain.

3. Teknik Analisa Data

Untuk dapat mengetahui pengaruh faktor pengetahuan dan komitmen ke-Islaman masyarakat terhadap preferensi bank syari'ah di kota Blora maka digunakan alat analisis regresi logistik (binary logistic regression). Regresi ini

digunakan untuk memprediksi seberapa jauh model yang digunakan mampu memprediksi secara benar katagori (grup) dari sejumlah individu (Kuncoro, 2004:235). Model logit dengan dua pilihan sering disebut binary logistic regression (Kuncoro, 2004:236). Parameter model akan diestimasi dengan teknik maximum likelihood.

Selain model (binary logistic regression) sebenarnya bisa menggunakan model LPM (Linear Probability Model). Menurut Kuncoro (2001:208) popularitas metode LPM semakin lama menurun dan mulai ditinggalkan. Alasan utama ditinggalkannya LPM karena LPM mempunyai masalah fundamental yang tidak dapat dipecahkan sebagai berikut (Gujarati, 1995:542-6; Kuncoro, 2001:208):

- a. LPM mengandung gangguan (*disturbances*) yang distribusinya tidak normal, yaitu distribusi binomial.
- b. Adanya masalah varians pada gangguan yang heteroskedastik sehingga menyebabkan estimasi model menjadi tidak "efisien". Ini diakibatkan karena varians dari gangguan tergantung dari nilai variabel penjelas.
- c. Tidak adanya jaminan bahwa probabilitas hasil estimasi akan terletak di antara batas nol dan satu. Model logit dan probit, sebaliknya mampu memecahkan masalah ini.
- d. Penggunaan koefisien determinasi sebagai ukuran *goodness of fit* dipertanyakan apabila kita menggunakan model dengan variabel dependen yang bersifat kualitatif.
- e. Adanya titik belok (*bunching up points*) di antara $y=0$ dan $y=1$ (lihat Kuncoro, 2001:209). Nilai estimasi dapat berada di luar interval (0,1) dan kesalahan prediksi menjadi sangat besar.

Berdasarkan pertimbangan di atas maka model binary logistic regression menjadi

pilihan karena dipandang lebih baik daripada model LPM. Dalam kaitan dengan model penelitian ini, variabel dependen preferensi masyarakat Islam yang merupakan data binari (binary) yang diberi kode 1 (satu) dan 0 (nol). Skor 1 diartikan sebagai preferensi masyarakat memilih bank syari'ah dan skor 0 diartikan sebagai preferensi masyarakat memilih bank konvensional. Regresi logistik ini hampir sama dengan model regresi linear tetapi dalam regresi logistik disesuaikan dengan model di mana data model merupakan data ordinal. Koefisien regresi logistik dapat digunakan untuk mengestimasi rasio yang lebih dalam tentang model yang digunakan untuk masing-masing variabel independen. Dalam penelitian ini binary logistic regression diterapkan pada nilai variabel-variabel independen yang digunakan untuk memprediksi apakah dapat menjelaskan variabel preferensi masyarakat terhadap bank syari'ah sebagai variabel dependennya. Seperti halnya dalam multiple regression, formula prediksi termasuk dalam suatu kombinasi linear dari variabel-variabel prediktor, dengan formulanya sebagai berikut:

$$PREF = \beta_0 + \beta_1 \text{KNOW} + \beta_2 \text{COMMIT} + \varepsilon$$

Keterangan:

PREF = Preferensi masyarakat yang merupakan variabel dummy (yaitu pilihan masyarakat terhadap bank syari'ah = 1 dan pilihan masyarakat terhadap bank konvensional = 0)

KNOW = Pengetahuan

COMMIT = Komitmen keislaman

β_0 = Bilangan konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

ε = *disturbance error*

4. Pengujian Hipotesis

Sehubungan model yang digunakan adalah regresi logistik (binary logistic regression), maka pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai Wald. Nilai Wald dalam regresi logistik adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang digunakan dalam model (pengetahuan dan komitmen ke-Islam-an) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (preferensi masyarakat). Adapun langkah-langkah pengujian dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

- Menentukan hipotesis
 $H_0 : b_i = 0$, variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen
 $H_a : b_i \neq 0$, variabel independen mempengaruhi variabel dependen
- Menentukan daerah kritis menggunakan kriteria berdasarkan kemaknaan (*significant*) statistik, yaitu dengan *p-value* (nilai Sig.) lebih kecil dari α yang digunakan yakni 0,05.
- tingkat signifikansi (α) tertentu, dalam penelitian ini α adalah sebesar 5%.
- Pengambilan keputusan
 Jika *p-value* (nilai Sig.) < 5% maka H_0 ditolak
 Jika *p-value* (nilai Sig.) > 5% maka H_0 diterima.

D. HASIL DAN ANALISIS

Dalam penelitian ini jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 100 kuesioner. Kuesioner-kuesioner tersebut dibagikan kepada para nasabah bank konvensional. Tabel 4.1 menunjukkan secara ringkas mengenai jumlah sampel dan tingkat pengembalian kuesioner dari hasil pengumpulan data responden.

Tabel 4.1 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Total Penyebaran kuesioner	100
Total pengembalian kuesioner	100

Keterangan	Jumlah
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
Total kuesioner yang tidak dapat diolah/cacat	0
Total kuesioner yang dapat diolah	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 kuesioner yang disebarkan kepada responden, sejumlah 100 telah dikembalikan kepada peneliti sehingga tingkat pengembalian kuesioner (response rate) penelitian ini adalah 100,0%. Dari keseluruhan kuesioner yang kembali tersebut, semua kuesioner lengkap pengisiannya.

1. Statistik Deskriptif

Analisis yang pertama dilakukan adalah dengan menggunakan analisis deskriptif statistik. Statistik deskriptif adalah statistik yang menggunakan metode numerik dan grafis untuk mengenali pola sejumlah data, merangkai informasi yang terdapat dalam data tersebut, dan menyajikan informasi tersebut dalam bentuk yang diinginkan. Penggunaan analisis deskriptif ini memiliki beberapa keuntungan yaitu (Kuncoro, 2001:30) (1) dapat menyajikan data dalam bentuk tabel dan grafik; (2) dapat meringkas dan menjelaskan data dalam bentuk tendensi sentral serta variasinya. Adapun hasil analisis statistik deskriptif untuk mengenali karakteristik responden yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 4.2 Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persen
SMU	10	10,0
DIPLOMA	24	24,0
S1	56	56,0
S2	10	10,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer (diolah) 2017

Berdasarkan pada statistik deskriptif tersebut, dapat dijelaskan karakteristik data untuk variabel pendidikan bahwa tingkat pendidikan responden bervariasi mulai dari pendidikan lulus SMU, Diploma, Sarjana dan Sarjana Strata Dua. Responden yang memiliki pendidikan SMU berjumlah 10 orang (10%) orang disusul kemudian responden yang berpendidikan Sarjana berjumlah 56 orang (56%). Jumlah responden yang berpendidikan Diploma berjumlah 24 orang (24%), dan responden yang berpendidikan Sarjana Strata Dua berjumlah 10 orang (10%). Maka dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah responden berpendidikan Sarjana sebanyak 56% dan menyusul kemudian responden yang berpendidikan Diploma sebesar 24%.

Tabel 4.3 Frekuensi Umur Responden

Variabel Umur	Frekuensi	Persen
<25 tahun	45	45,0
25-<30 tahun	15	15,0
30-<35 tahun	8	8,0
35-<40 tahun	12	12,0
40-<45 tahun	5	5,0
45-<50 tahun	7	7,0
Lebih dari 50 tahun	8	8,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Karakteristik data untuk variabel umur bahwa responden yang memiliki umur <25 tahun berjumlah 45 orang (45%) orang disusul kemudian responden yang berumur 25-<30 tahun berjumlah 15 orang (15%). Responden yang berumur 30-<35 tahun dan lebih dari 50 tahun masing-masing berjumlah 8 orang (8%). Jumlah responden yang berumur 35-<40 tahun berjumlah 12 orang (12%), responden yang berumur 40-<45 tahun

berjumlah 5 orang (5%) dan responden yang berumur 45-<50 tahun berjumlah 7 orang (7%). Maka dapat diketahui bahwa kelompok umur responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah berumur <25 tahun sebanyak 45% dan menyusul kemudian responden yang berumur 25-<30 tahun sebesar 15%.

2. Pengaruh dari faktor-faktor preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah

Analisis multivariabel digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu mengetahui pengaruh dari Pengetahuan Bank Syari'ah dan Komitmen ke-Islaman, terhadap probabilitas preferensi masyarakat kepada Bank Syari'ah. Analisis multivariat tersebut dilakukan dengan menggunakan uji Regresi Logistik (logistic regression). Teknik analisis multivariat adalah dengan memasukan semua variabel independen secara serentak ke dalam model regresi logistik. Melalui bantuan piranti lunak program statistik teknik tersebut dijalankan dengan metode Enter (Santoso, 2001).

Setelah dilakukan pengolahan data maka diperoleh hasil parameter-parameter regresinya seperti tersaji dalam tabel 4.4.

Tabel 4.4 Ringkasan hasil regresi logistik

Variables in the Equation						
		B	S.E.	Wald	df	Sig.
Step 1 ^a	KNOW	.089	.211	.177	1	.674
	COMMIT	.110	.410	.072	1	.788
	Constant	-.848	1.656	.263	1	.608
						Exp (B)

a. Variable(s) entered on step 1: KNOW, COMMIT.
Sumber: Lampiran

Apabila hasil regresi pada tabel 4.4 di atas

ditulis dalam persamaan regresi menjadi:

$$REF = -0,848 + 0,089KNOW + 0,110COMMIT$$

$$(0,263) \quad (0,177) \quad (0,072)$$

$$Sig. \quad 0,608 \quad 0,674 \quad 0,788$$

Keterangan :

KNOW adalah variabel pengetahuan produk Bank Syari'ah

COMMIT adalah variabel komitmen ke-Islam-an masyarakat

REF adalah variabel preferensi masyarakat

Nilai dalam kurung adalah nilai Wald.

Berdasarkan tabel 4.4 dan persamaan regresi di atas dapat diketahui bahwa hasil analisis multivariat ternyata variabel Pengetahuan Bank Syari'ah (KNOW) dan Komitmen Ke-Islaman (COMMIT) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap probabilitas preferensi bank Syari'ah masyarakat di Blora yang memiliki nilai p-value 0,674 dan 0,788

H₁: Pengaruh Pengetahuan produk Bank Syari'ah pada Preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah

Untuk menguji hipotesis penelitian yaitu pengetahuan produk bank Syari'ah tidak berpengaruh pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah, dengan menggunakan analisis regresi logistik. Adapun uji hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H₀: pengetahuan produk bank Syari'ah tidak berpengaruh pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah.

H_a: pengetahuan produk bank Syari'ah berpengaruh signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah.

Hipotesis alternatif (H_a) diterima secara statistik nilai Sig. (p-value) lebih kecil dari 5%. Hipotesis nol (H₀) diterima secara statistik apabila nilai Sig. (p-value) lebih besar dari 5%.

Berdasarkan hasil regresi logistik diketahui bahwa variabel pengetahuan produk Bank Syari'ah (KNOW) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah (PREF). Hal ini ditunjukkan oleh nilai dari probabilitas variabel KNOW sebesar 0,674 yang lebih besar dari $\alpha = 5\%$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk Bank Syari'ah meskipun mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah. Kecenderungan Pengetahuan masyarakat Blora terhadap produk Bank Syari'ah masih kurang dan sebagai konsekuensinya dibutuhkan sosialisasi dan perhatian khusus yang diberikan oleh Perbankan Syari'ah kepada masyarakat Blora untuk produk-produk perbankannya.

H₂: Pengaruh Komitmen ke-Islam-an pada Preferensi masyarakat pada bank Syari'ah

Pengaruh komitmen ke-Islam-an pada preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah, uji hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H₀: Komitmen ke-Islam-an tidak berpengaruh pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah.

H_a: Komitmen ke-Islam-an berpengaruh signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah.

Dari hasil regresi diketahui bahwa nilai signifikansi nilai Wald (Sig.) dari probabilitas variabel COMMIT sebesar 0,788 yang lebih besar dari $\alpha = 5\%$, sehingga H_a ditolak atau H₀ diterima. Hasil tersebut berarti variabel Komitmen ke-Islam-an masyarakat (COMMIT) meskipun mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah (PREF).

Kecenderungan tersebut terjadi karena Komitmen ke-Islam-an masyarakat Blora masih kurang berpengaruh pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap Bank Syari'ah.

3. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa variabel Pengetahuan (KNOW) dan Komitmen Ke-Islam-an (COMMIT) bank Syari'ah yang berpengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah.

Hasil di atas sangat menarik karena Variabel Pengetahuan produk bank Syari'ah dan Variabel Komitmen ke-Islam-an masyarakat ternyata memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah. Kecenderungan tersebut diduga terjadi karena pengetahuan masyarakat Blora terhadap Produk bank Syari'ah serta Komitmen ke-Islam-an masyarakat tersebut ternyata masih kurang sehingga tidak berpengaruh pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah. Hal tersebut dapat dipahami karena bagaimanapun Lembaga Perbankan adalah lembaga kepercayaan, sehingga salah satu strategi yang diperlukan dalam pengembangan perbankan Syari'ah untuk meningkatkan kompetensi usaha

yang sejajar dengan perbankan konvensional diperlukan penyempurnaan ketentuan hukum yang terkait dengan Operasional Bank Syari'ah (Muhamad et al., 2006:74).

Dari penelitian ini dapat diperoleh pengetahuan lebih lanjut bahwa responden selaku nasabah ternyata pada saat ini masih cenderung lebih mempertimbangkan aspek ekonomis/rasional dalam melakukan preferensi terhadap bank. Hal ini dapat dimungkinkan karena kurangnya sosialisasi dari pihak Perbankan Syari'ah baik yang berkaitan dengan produk maupun sistem yang berlaku pada Bank tersebut. Sehingga Masyarakat kurang berminat untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

Kurangnya minat masyarakat dengan populasi Muslim terbesar di dunia, dapat mempengaruhi kemajuan dan perkembangan Perbankan Syari'ah yang seharusnya dapat menjadi lahan potensial di Negara ini.

4. Kesimpulan Dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa simpulan penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel pengetahuan produk Bank Syari'ah (KNOW) mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah (PREF).
- b. Variabel Komitmen ke-Islam-an masyarakat meskipun mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah. Kecenderungan tersebut terjadi karena Komitmen ke-Islam-an masyarakat Blora ternyata masih kurang berpengaruh. Hal ini dapat

mempengaruhi kemajuan dan perkembangan Perbankan Syari'ah yang seharusnya dapat menjadi lahan potensial di Negara ini.

5. Saran

Berdasarkan analisis data dan simpulan di atas maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini Variabel pengetahuan produk Bank Syari'ah (KNOW) mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah (PREF). Sehubungan dengan hal tersebut disarankan agar bank Syari'ah lebih memberikan pengetahuan melalui Sosialisasi yang lebih baik melalui beberapa media komunikasi yang lebih up to date dengan bahasa yang lebih ringan dan sederhana kepada masyarakat terkait dengan produk, sistem maupun masalah return dalam Bank Syari'ah agar masyarakat lebih memahami perbedaannya dengan bank konvensional.
- b. Meskipun variabel Komitmen ke-Islam-an masyarakat mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan pada probabilitas preferensi masyarakat terhadap bank Syari'ah, disarankan agar bank Syari'ah lebih memberikan pengetahuan yang lebih baik melalui kajian-kajian ilmiah Muslim dengan didukung oleh para Ulama atau tokoh Muslim kepada masyarakat Blora terkait Komitmen ke-Islam-an dan Muamalah agar masyarakat Islam khususnya dapat lebih memiliki komitmen yang lebih besar terhadap perkembangan bank Syari'ah yang pada saat ini pangsa pasarnya masih dibawah 5% di

Indonesia dibandingkan dengan Perbankan Konvensional.

Perspective, Shari'ah Economic & Banking Institute. Jakarta.

E. REFERENSI

Abdul Hadi, Abu Sura'i. 1993, *Bunga Bank dalam Islam*, alih bahasa M. Thalib, Al-Ikhlas, Surabaya.

Antonio, Muhammad Syafi'i. 1999, *Bank Syari'ah Wacana Ulama dan Cendekiawan*, cet 1, Tazkia Institute, Jakarta.

_____, 2001, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktik*, cet II, Gema Insani Press, Jakarta.

Arifin, Zainul. 2000, *Memahami Bank Syari'ah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, Alfabeta, Jakarta.

_____, 2002, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Alfabeta, Jakarta.

Bank Indonesia. 2000, "Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah: Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Timur". Kerjasama dengan Pusat Pengkajian Bisnis dan ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Surabaya.

Bank Indonesia. 2000, "Penelitian, Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Jogjakarta". Kerjasama dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro, Semarang.

Chapra, Muhammad Umer. 2001, *The Future of Economics: An Islamic*

Depdikbud, 1997, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.

Ebrahim, M. Shahid and Joo, Tan Kai. 2001. "Islamic banking in Brunei Darussalam". *International Journal of Social Economics*, Vol. 28 No. 4, 2001, pp. 314-337. MCB University Press.

Gerrard, Philip dan J. Barton Cunningham. 1997. "Islamic banking: a study in Singapore". *International Journal of Bank Marketing*. 15/6 [1997] 204–216. MCB University Press

Haron, Sudin, Norafifah Ahmad and Sandra L. Planisek. 1994, "Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 No. 1, 1994, pp. 32-40. MCB University Press.

Irawan, Faried Wijaya, dan M.N. Sudjoni, *Pemasaran (prinsip dan kasus)*, cet.1, 1996, hal. 61.

Karim, Adiwarmar. 2004, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Cet 2, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Kuncoro, Mudrajat, 2001, *Metode Kuantitatif Untuk Penelitian Bisnis*, BP AMP YKPN, Yogyakarta.

Mannan, Muhammad Abdul. 1995, *Islamic Economic: Theory and Practice*, Yogyakarta, PT. Dana Bhakti Wakaf.

- Metawa, Saad A. and Almossaw, Mohammed. 1998. "Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications". *International Journal of Bank Marketing*. 16/7 [1998] 299–313. MCB University Press
- Metwally, M.M. 1997. "Economic consequences of applying Islamic principles in Muslim societies". *International Journal of Social Economics*, Vol. 24 No. 7/8/9, 1997, pp. 941-957. MCB University Press.
- Muhamad, Syafi'i Antonio, Akyar Adnan, Iwan Triyowono, Dumairy, 2006, *Bank Syari'ah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, Edidi kedua, Ekonisia, Yogyakarta.
- Naser, Kamal. Jamal, Ahmad dan Al-Khatib, Khalid. 1999. "Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan", *International Journal of Bank Marketing*, 17/3 [1999] 135-150, MCB University Press
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Muhammad Syafi'i Antonio. 1999, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, cet.III, Yogyakarta, Dana Bhakti Prima Yasa.
- Ratnawati, Anny, Asep Saefuddin, Widiyanto Dwi Surya, Sumardjo, Hari Wijayanto, I Made Sumertajaya, Sumedi, Debra Murniati, 2000, "Bank Syari'ah Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat di Wilayah Jawa Barat", Lembaga Penelitian IPB. Bogor.
- Samosir, Agunan P. 2003. "Analisis Kinerja Bank Mandiri Setelah Merger dan Sebagai Bank Rekapitalisasi". *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 7, No. 1 Maret.
- Saeed, Abdullah. 1996, *Islamic Banking and Interest*, Nederlands, Ej-Brill.
- Sigit, Suhardi. 1999, *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*, Yogyakarta, Lukman Offset.
- Singarimbun, S. dan Effendi, Sofyan. 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Sjahdeni, Sutan Remy. 1999, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Cet. 1, Jakarta, PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Syaikh Mahmud Syalthut, *Al-Islam, 'Aqidah wal Syari'ah*, cet.1, 1959.
- Sudarsono, Heri. 2002, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Ekonisia Yogyakarta.