

**ANALISIS DETERMINASI PEMAHAMAN
PEMILIHAN PERBANKAN OLEH MASYARAKAT
PONDOK PESANTREN LIRBOYO KOTA KEDIRI
JAWA TIMUR
(Studi Kasus Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Galuh Husadatama
115020507111005**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015**

**ANALISIS DETERMINASI PEMAHAMAN PEMILIHAN PERBANKAN OLEH
MASYARAKAT PONDOK PESANTREN LIRBOYO KOTA KEDIRI JAWA TIMUR
(Studi Kasus Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri)**

Oleh
Galuh Husadatama

Pembimbing
Dra. Marlina Ekawaty, M.Si, Ph.D
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Email: agata_2317@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis Determinasi Pemilihan Perbankan Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo di Kota Kediri Jawa Timur. Periode penelitian dimulai pada tahun 2014, pada masyarakat pondok pesantren yang menjadi sampel sebanyak 87 responden dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis logit regresi. Hasil logit regresi menyebutkan bahwa akses media informasi (cetak, elektronik) terhadap pemilihan jenis bank mempunyai pengaruh negatif. Artinya semakin tinggi akses media informasi baik cetak maupun elektronik, maka peluang responden memilih perbankan syariah akan berkurang. Hasil penelitian tidak dapat membuktikan adanya pengaruh pemahaman terhadap bank syariah dengan pemilihan jenis responden. Hal ini karena walaupun responden memiliki pemahaman mengenai produk bank syariah dengan baik kepatuhan beragama tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Ponpes Lirboyo sendiri mengenai konsep bunga bank dapat dilihat dari pernyataan KH Idris Marzuki yang merupakan pengasuh Ponpes Lirboyo Kota Kediri, menjelaskan mengenai Fatwa MUI tentang bunga bank melalui Rabitha Maahidil Islamiyah (RMI) sudah mengeluarkan tiga opsi tentang bunga bank. Hasil penelitian pada usia terhadap pemilihan jenis bank dapat dikatakan semakin matang usia responden dan yang mengindikasikan semakin baiknya tingkat keagamaan responden akan mempengaruhi responden untuk memilih perbankan syariah. Hasil penelitian pada jarak tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini terjadi karena walaupun jarak suatu bank tersebut dekat dengan lokasi tempat tinggal masyarakat, namun jika tidak sesuai dengan keinginan masyarakat tersebut, maka mereka tidak akan menggunakan bank tersebut. Hasil penelitian pada pendidikan tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini karena kebutuhan perbankan tidak dipengaruhi oleh pendidikan seseorang, namun lebih dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan tersebut. Hasil penelitian pada rekan kerja akan memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung kepada rekan bisnisnya. Pengaruh langsung seperti halnya kemudahan dalam bertransaksi, sedangkan pengaruh tidak langsung tercermin dari tindakan rekan kerja.

Kata kunci: Determinasi, Perbankan, Akses Media Informasi, Pemahaman Bank Syariah, Kepatuhan Beragama, Usia, Jarak Perbankan, Pendidikan, Perbankan Rekan Kerja

1. Pendahuluan

Perkembangan Bank syariah didasari oleh perkembangan perekonomian nasional yang telah berkembang secara signifikan, khususnya menurut masyarakat pondok pesantren yang menganggap bahwa bunga bank termasuk dalam kategori riba, sehingga sebagian besar masyarakat pondok pesantren tidak ingin melakukan transaksi dengan bank konvensional. Di Provinsi Jawa Timur Kota Kediri terdapat banyak pondok pesantren sebagai basis masyarakat pesantren. Selama ini masyarakat pondok pesantren masih menggunakan transaksi bank konvensional, oleh karena itu masyarakat pondok pesantren sangat berkeinginan untuk menggunakan transaksi dengan bank syariah tetapi masyarakat pondok pesantren masih menganggap sistem transaksi bank syariah masih sama dengan sistem transaksi bank konvensional. Dengan kekuatan pondok pesantren yang terstruktur seharusnya dapat lebih diberdayakan dalam peningkatan perekonomian baik untuk pesantren itu sendiri, wilayah di sekitarnya maupun yang lebih luas dan tidak menutup kemungkinan bila diberdayakan dengan

benar tentang pemahaman perbankan syariah pesantren akan dapat menjadi kekuatan ekonomi yang dapat menguatkan pondasi perekonomian nasional khususnya dengan prinsip yang Islami.

Di sisi lain ada beberapa umat muslim yang menganggap bahwa bunga bank adalah syubhat, jika terpaksa (tidak ada bank Islam). Syubhat merupakan istilah di dalam Islam yang menyatakan tentang keadaan yang samar tentang kehalalan atau keharaman dari sesuatu. Jika ada sistem perbankan yang tidak menerapkan bunga maka kelompok yang menyatakan syubhat dalam hal bunga bank, akan berpotensi untuk berpindah ke bank syariah. Kelompok tersebut merupakan potensi pasar bagi perkembangan bank syariah (Ratnawati, 2005). Hal tersebut merupakan peluang untuk pengembangan bank syariah. Sebagai Negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengoperasikan dan mengembangkan jasa bank syariah. Sistem perbankan Islam, merupakan sarana pendukung untuk mewujudkan tujuan dari sistem sosial dan ekonomi Islam (Setiawan, 2006).

Bank syariah di Indonesia berkembang dengan landasan hukum UU No. 7 Tahun 1992 tentang Bank Indonesia. Dalam UU tersebut, prinsip syariah sudah dinyatakan meskipun masih samar, sebagai prinsip bagi hasil. Prinsip perbankan syariah secara tegas dinyatakan dalam UU No 10 Tahun 1998 tentang Bank Indonesia yang kemudian diperbaharui dengan UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 Tahun 2004 tentang Perbankan Syariah (Ratnawati, 2005).

Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah bank umum syariah sejak tahun 2011-2013 adalah tetap 11 bank, sementara untuk unit usaha syariah tahun 2011-2012 adalah 24 bank dan turun menjadi 23 bank pada tahun 2013. Namun yang terlihat adanya perkembangan tinggi adalah jumlah kantor bank syariah, yaitu untuk tahun 2011 sebesar 1.737 kantor, meningkat menjadi 2.262 kantor cabang pada tahun 2012 dan meningkat lagi menjadi 2.528 kantor cabang pada tahun 2013. Hal ini menunjukkan bahwa bank umum syariah telah berupaya untuk mengembangkan kegiatan usahanya dengan memperbanyak kantor cabang. Tujuannya adalah untuk semakin mendekatkan diri kepada masyarakat.

Maqashid syariah dapat dicapai dengan terpenuhinya lima kebutuhan dasar manusia. Terdapat tiga tingkatan kebutuhan pada manusia, yaitu: *dharruriyyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyyat* (tersier). Manusia tidak diwajibkan untuk memenuhi ketiga tingkatan kebutuhan manusia, tetapi diwajibkan untuk dapat memenuhi dengan baik kebutuhan dasar atau yang disebut dengan kebutuhan *dharruriyyat*. Maksud memenuhi dengan baik di sini adalah bahwa dalam pemenuhannya harus diusahakan dengan cara-cara yang baik, benar, dan halal. Apabila manusia dapat memenuhi kebutuhan dasarnya tersebut, inilah yang dimaksud dengan *maqashid* syariah. Kebutuhan dasar manusia tersebut terbagi dalam lima hal, yaitu: Terjaga agamanya (*ad-din*), Jiwanya (*an-nafs*), akal pikirannya (*al-aql*), hartanya (*al-maal*), dan keturunannya (*an-nashl*) (Mersilia, 2013).

Kenyataan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah Muslim, dan sebagian besar tidak menyetujui bunga bank, namun dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk, dan jasa perbankan syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat sehingga menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah. BI menargetkan bahwa di tahun 2014 pangsa pasar perbankan syariah akan mencapai 5,25 persen hingga 6,25 persen, capaian itu bisa direalisasikan dengan mempertahankan rata-rata pertumbuhan bank syariah 40 persen per tahun. Pertumbuhan rata-rata bank syariah selama lima tahun terakhir mencapai 40 persen dengan pangsa pasar hampir lima persen. Dengan mempertahankan pertumbuhan itu, lima tahun ke depan pangsa pasar bank syariah bisa mencapai 10 persen. (Bankmandiri, 2014)

Jika ditinjau dari segi fungsinya bank syariah memiliki fungsi strategis dalam aktivitas ekonomi. Namun, tidak demikian kondisi yang terjadi di kota Kediri. Hal ini dibuktikan dengan jumlah bank syariah di kota Kediri yang masih minim yaitu terdapat 5 kantor cabang BUS dan 2 BPRS (kedirikab, 2010), padahal mayoritas masyarakat kota Kediri adalah santri. Dengan 39 pondok pesantren jumlah masyarakat muslim sebanyak 1.444.072 jiwa (Sensus BPS Kota Kediri, 2010). Dengan adanya perkembangan perekonomian masyarakat yang masih menggunakan sistem riba maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari *maqashid* syariah belum terlaksana bahkan peradaban yang dibentuk dengan pondok pesantren tersebut belum berjalan dengan semestinya.

Di sisi lain, peranan bank konvensional yang telah berdiri lebih dahulu dibandingkan bank syariah, telah memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini menjadikan sebagian masyarakat muslim juga telah menggunakan jasa bank konvensional, karena bank konvensional lebih memiliki fasilitas yang lebih lengkap, dan juga cabang yang lebih

tersebar di sebagian besar penjuru kota di Indonesia. Adanya bank syariah di Indonesia memang telah menjadi pilihan bagi sebagian umat muslim di Indonesia untuk menggunakan jasa perbankan syariah, namun masih banyak yang tetap menggunakan bank konvensional dengan berbagai pertimbangan.

Perbandingan kinerja bank konvensional dan bank syariah dapat digambarkan dari tabel kinerja bank konvensional secara umum dan bank syariah secara umum yang dilakukan oleh Bank Indonesia (unit otoritas jasa keuangan/OJK) sebagai berikut.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat pondok pesantren di Kota Kediri. Pemilihan objek penelitian pada pondok pesantren Lirboyo di Kota Kediri karena Kediri merupakan salah satu pusat pondok pesantren di wilayah di Jawa Timur, sehingga dapat mewakili komunitas pondok pesantren sebagai bagian dari lembaga pendidikan Islam di Indonesia. Berdasarkan hal-hal tersebut diambil judul “Analisis Determinasi Pemilihan Perbankan Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo di Kota Kediri Jawa Timur “.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori pilihan rasional (*rational choice theory*).

Teori pilihan rasional memusatkan perhatian pada aktor (manusia) yang mempunyai tujuan (maksud) dan akan melakukan usaha untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan aktor (manusia) dipandang mempunyai pilihan. Dengan demikian teori ini digunakan untuk mencapai tujuan sesuai pilihan aktor (manusia). Klaim utama yang diajukan oleh teori pilihan rasional adalah bahwa pilihan dan keyakinan adalah bersifat eksogen dan tetap, dan bahwa pilihan akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan pada insentif atau biaya yang dihitung sebagai margin. Inti dari penjelasan teori pilihan rasional adalah bahwa pilihan, keyakinan, sumber daya, dan tindakan memiliki hubungan satu sama lain (Elster dalam Pradanawati, 2011:1)

2.2 Pemahaman dan Preferensi

2.2.1 Pemahaman

Paham dapat berarti memiliki pengetahuan yang banyak, mengerti benar akan sesuatu (Kamus besar bahasa Indonesia, 2015). Pemahaman seseorang terhadap suatu produk, dalam hal ini perbankan syariah akan terkait dengan preferensi. Hal ini karena sangat penting membentuk persepsi masyarakat berdasarkan informasi seluas-luasnya tentang bank syariah. Menurut teori preferensi, seorang konsumen dalam membuat keputusan terhadap apa yang ingin dibelinya melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, proses pembelian dan perilaku pasca pembelian. Proses awal dalam pengambilan keputusan adalah mencari tahu tentang manfaat dari produk atau jenis pelayanan yang ditawarkan (Sadhana, 2012:483)

2.2.2 Pengertian Preferensi

Preferensi menurut kamus bahasa Indonesia adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan, prioritas (kata benda). Preferensi juga berarti pilihan, kecenderungan atau kesukaan. (Kamus bahasa Indonesia, 2014). Preferensi adalah kemampuan konsumen dalam memilih yaitu dengan cara mengurutkan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang (Arianty dan Rohmana, 2013:5).

Sedangkan preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Pilihan konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, dalam Hariani 2005:18). Teori preferensi terungkap menunjukkan bagaimana sikap seseorang dalam menentukan pilihan-pilihan apabila harga dan pendapatan yang bervariasi dapat dipakai untuk menentukan preferensi konsumen. Seorang individu di dalam melakukan pilihan (preferensi) yang pertama kali dipertimbangkan adalah anggaran yang dimilikinya. (Arianty dan Rohmana, 2013:5).

2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Preferensi Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen menurut para ahli ekonomi adalah di luar bidang ilmu ekonomi (Gilarso, 2003:110). Sedangkan menurut Umar (dalam Noor dan Sanrego, 2009:66) preferensi dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan faktor psikologis. Faktor lingkungan menyatakan bahwa perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti a) budaya, b) kelas sosial, c) pengaruh pribadi. Faktor Psikologis merupakan proses pengolahan informasi pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari a) motivasi dan keterlibatan, b) proses belajar/pengetahuan, c) kepercayaan, demografi dan sikap.

2.3 Konsep Kualitas Jasa

2.3.1 Pengertian Kualitas Jasa

Kualitas jasa merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Gronroos (1990) kualitas suatu jasa merupakan jasa yang dipersepsikan pelanggan (Tjiptono, 2015:268).

2.3.2 Kriteria atau Dimensi Kualitas Jasa

Granroos (1990) dalam Tjiptono (2015:270) menyatakan kriteria kualitas jasa adalah:

1. *Profesionalism and skills*
2. *Attitudes and behavior.*
3. *Accessibility and flexibility*
4. *Reliability and trustworthiness*
5. *Recovery*

6. *Reputation and credibility*

Menurut Zeithaml et al dalam Umar (2007:153) kualitas barang maupun jasa perlu melalui dimensi-dimensi berikut ini

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*
4. *Emphaty*
5. *Tangibles*.

2.4 Konsep Perilaku Konsumen Terhadap suatu Produk

Perilaku sangat penting bagi strategi pemasaran karena hanya melalui perilaku, penjualan dapat dilakukan dan keuntungan didapatkan (Peter and Olson, 2013:23).

2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut James F Engel (1968) dalam Mangkunegara (2002:3) diartikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Perilaku konsumen merupakan dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan di mana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan (Peter and Olson, 2013:6). Perilaku (*behavior*) mengacu pada aksi fisik konsumen secara langsung yang dapat diamati dan diukur oleh pihak lain (Peter and Olson, 2013:23). Menurut Solomon dalam Dwiastuti, dkk (2012:4) Perilaku konsumen merupakan proses ketika individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya.

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal (Mowen and Minor, 2002:19, Dwiastuti, dkk (2012:43)). Faktor-faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

2.4.2.1 Faktor Internal

Faktor internal meliputi:

1. Kognisi Konsumen

Kognisi mengacu pada hal-hal yang dipikirkan seperti kepercayaan terhadap suatu produk (Peter and Olson, 2013:21). Kognisi juga mengacu pada proses mental dan struktur pengetahuan yang dilibatkan dalam tanggapan seseorang terhadap lingkungannya (Dwiastuti, dkk, 2012:31). Indikator kognisi antara lain adalah

- a. Pembelajaran konsumen
- b. Pengolahan informasi dan persepsi konsumen
- c. Pengetahuan konsumen
- d. Pengetahuan produk
- e. Keterlibatan produk
- f. Motivasi dan kebutuhan konsumen

2. Afeksi Konsumen

Afeksi mengacu pada tanggapan perasaan sedangkan kognisi lebih pada tanggapan mental atau pemikiran. Afeksi adalah keberadaan seseorang atau sesuatu yang dirasakan seseorang. Jenis afeksi adalah emosi, perasaan tertentu, suasana hati dan evaluasi (Dwiastuti, dkk, 2012:65)

- a. Sikap konsumen
- b. Gaya hidup dan psikografik konsumen
- c. Pribadi/Individu
- d. Kepribadian konsumen

2.4.2.2 Faktor Eksternal

1. Lingkungan Sosial Makro

Lingkungan makro adalah lingkungan yang jauh dari konsumen seperti sistem politik dan hukum, ekonomi, sosial, budaya (Dwiastuti, dkk, 2012:94)

- a. Lingkungan dan situasi konsumen
- b. Budaya konsumen
- c. Sub budaya dan Demografi

2. Lingkungan Sosial Mikro

3. Lingkungan fisik konsumen

2.5 Bank Syariah

2.5.1 Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata Italia 'Banco' yang berarti kepingan papan tempat buku (Muslehuddin, 1994:1). Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (UU RI No. 21 Tahun 2008). Sedangkan bank Islam adalah badan usaha yang memberikan jasa dalam bentuk simpanan dan penyaluran kepada masyarakat yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam (Sumari'in, 2012:49).

2.5.2 Fungsi dan Peran Bank Syariah

Peran perbankan secara tradisional adalah menyediakan cadangan (*reserve*) dalam sistem pembayaran nasional yang mana infrastruktur dari sistem pembayaran tersebut di bawah tanggung jawab bank sentral. Peran pertama sebagai institusi penampung dana (*depositories*) yang menerima deposito, membayar untuk dan atas nama deposan dan menyediakan fasilitas penukaran mata uang asing. Peran kedua sebagai perusahaan yang berorientasi profit dimana perbankan menyediakan produk liabilities dan memberikan pinjaman kepada nasabah (*loan*) (Suta, 2008:13)

2.5.3 Tujuan Bank Syariah

Menurut Sumari'in, (2012:53) tujuan bank syari'ah adalah:

- 1) Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara Islam, khususnya muamalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan) dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap ekonomi umat.
- 2) Menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal (orang kaya) dengan pihak yang membutuhkan dana (orang miskin).
- 3) Meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian berusaha (berwirausaha).
- 4) Membantu menanggulangi mengentaskan masalah kemiskinan, berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap. Seperti pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
- 5) Menjaga kestabilan ekonomi/moneter pemerintah.
Menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non Islam (konvensional) yang menyebabkan umat Islam tidak dapat melaksanakan ajaran agamanya secara penuh terutama bidang kegiatan bisnis dan perekonomian.
- 6) Menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non Islam (konvensional) yang menyebabkan umat Islam tidak dapat melaksanakan ajaran agamanya secara penuh terutama bidang kegiatan bisnis dan perekonomian.

2.5.4 Sistem Perbankan Syariah di Indonesia

Sistem perbankan Islam di Indonesia ditegakkan atas kemutlakan larangan dari pembayaran atau penerimaan setiap yang ditentukan (*predetermined*) atas pinjaman atau kredit. Dengan demikian konsep bunga (*interest*) atas hutang secara tegas dilarang. Sistem perbankan Islam di Indonesia lebih condong pada upaya untuk mendorong penerapan *sharing* risiko, mempromosikan kewirausahaan (*entrepreneurship*), melemahkan perilaku spekulatif, dan menekankan kesucian akad. Saluran permodalan yang mungkin bisa digunakan untuk masyarakat Islam dalam membuka usaha adalah perusahaan perorangan (*sole proprietorship*), perusahaan patungan (*partnership*) (termasuk mudharabah dan syirkah) dan perusahaan perseroan (*joint stock company*) (Setiawan, 2006:5).

Bunga (*interest*/fa'idah) merupakan tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang (*al-qardh*) yang diperhitungkan dari pokok-pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan

pemanfaatan/hasil pokok tersebut, berdasarkan tempo waktu, diperhitungkan secara pasti di muka dan pada umumnya berdasarkan persentase. Sedangkan riba adalah tambahan tanpa imbalan yang terjadi karena penangguhan dalam pembayaran yang diperjanjikan sebelumnya. Riba inilah yang disebut riba nasi'ah (Bank Indonesia, 2005:10).

Hukum bunga yang menjadi dasar bagi bank Syariah adalah 1) Praktek pembunga-an uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi saat zaman Rasulullah SAW, yakni riba nasi'ah. Dengan demikian praktek pembunga-an uang ini termasuk salah satu bentuk riba, dan riba haram hukumnya. 2) Praktek pembunga-an tersebut hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh Bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu (Bank Indonesia, 2005:11).

Terkait dengan bunga bank terdapat beberapa pendapat yang menyatakan bahwa bunga bank sepenuhnya haram. Hal ini didasarkan pada Al-qur'an surat Al Baqarah (Q.2:275) yang artinya sebagai berikut:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya

Serta Surat Ali 'Imran (Q.3:130) yang artinya

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan

Beberapa hadis Nabi yang digunakan dasar dalam larangan riba adalah yang dikemukakan oleh HR Muslim sebagai berikut:

Dari Abdullah r.a., ia berkata "Rasulullah s.a.w. melaknat orang yang memakan (mengambil) dan memberikan riba" Rawi berkata saya bertanya: " (apakah Rasulullah mekanat juga) orang yang menuliskan dan dua orang yang menjadi saksinya?" ia (Abdullah) menjawab: kami hanya menceritakan apa yang kami dengan (HR Muslim)

Dari Jabir r.a, ia berkata: "Rasulullah s.a.w melaknat orang yang memakan (mengambil) riba, memberikan, menuliskan dan dua orang yang menyaksikannya. " Ia berkata " Mereka brstatus hukum sama" (HR Muslim).

Dalam ilmu fiqih dikenal ada tiga jenis riba yaitu (Bank Indonesia, 2005:16).

1. Riba fadl

Riba fadl atau *riba buyu* timbul akibat pertukaran barang sejenis yang tidak memenuhi kriteria sama kualitasnya (*mistian bi mistiin*), sama kuantitasnya (*sawa-an bi sawa-in*) dan sama waktu penyerahannya (*yadan bi yadin*). Pertukaran semisal ini mengandung gharar yaitu ketidakjelasan bagi kedua pihak akan nilai masing-masing barang yang diperlukan. Ketidakjelasan ini dapat menimbulkan zalim terhadap salah satu pihak, kedua pihak, dan pihak lain.

2. Riba Nasiyah

Riba nasiyah atau *riba duyun* yaitu riba yang timbul akibat hutang-piutang yang tidak memenuhi kriteria untung muncul bersama resiko (*al ghunmu bil ghurmi*) dan hasil usaha muncul bersama biaya (*al kharaj bi dhaman*). Transaksi ini mengandung kewajiban menanggung beban, hanya karena berjalannya waktu. Nasi ah adalah penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba nasiyah muncul karena adanya perbedaan perubahan atau tambahan antara barang yang diserahkan hari ini dengan barang yang diserahkan kemudian. Jadi *al ghummu* (untukng)

muncul tanpa adanya resiko (*al ghumi*), hasil usaha (*al kharaj*) muncul tanpa adanya biaya (*dhaman*), *al ghummu* dan *al kharaj* muncul hanya dengan berjalannya waktu. Padahal dalam bisnis selalu ada kemungkinan untung dan rugi. Memastikan sesuatu yang di luar wewenang manusia adalah bentuk kezaliman (QS Al Hasyr, 18; QS Luqman 34). Pertukaran kewajiban menanggung beban (*exchange of liability*) ini dapat menimbulkan tindakan zalim terhadap salah satu pihak, kedua pihak dan pihak lain.

3. *Riba jahiliyah*

Riba jahiliyah adalah hutang yang dibayar melebihi dari pokok pinjaman, karena si peminjam tidak mampu mengembangkan dana pinjaman pada waktu yang telah ditetapkan. Riba jahiliyah dilarang karena pelanggaran kaedah 'Kullu Qardim Jarra Manfaah Fahuwa Riba' (setiap pinjaman yang mengambil manfaat adalah riba).

2.6 Sekilas Tentang Pesantren

Istilah pesantren secara terminologi berasal dari India, demikian juga istilah pondok, langgar, (di Jawa), rangkang (Aceh), Surau (Miangkabau) juga berasal dari India. Artinya pendidikan atau pengajaran agama (Steenbrink, 1991:20). Pesantren adalah bagian dari salah satu institusi pendidikan tradisional untuk mendalami ilmu agama Islam sekaligus menjadi tempat mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari (Uyun, 2012:16)

Kehidupan sehari-hari dalam pesantren hampir seluruhnya diatur oleh para santri sendiri. Kyai tidak terlibat langsung dalam kehidupan para santri. Dia hanya mengajar membaca kitab, menjadi imam dan khatib shalat jum'at, menghibur kalau ada orang sakit yang datang kepadanya sambil mencoba menasehati dan mengobati dengan doa-doa. Peraturan sehari-hari di pesantren seluruhnya diurus para santri dan keterlibatan kyai terbatas pada pengawasan yang diam. Sesudah mendapat persetujuan dari kyai, para santri memilih seorang lurah penduduk yang akan bertanggung jawab pada kehidupan bersama para santri. Bersama kyai, lurah pondok menyusun peraturan untuk persoalan-persoalan praktis yang pelaksanaannya diserahkan pada lurah pondok (Steenbrink, 1991:20).

Komunitas pesantren terdiri dari: (Hamidi, 2007:3)

1. Kyai, ustad dan ulama (di pesantren). Fungsi keulamaan dari Kyai dapat dilihat melalui 3 aspek:
 - a) Sebagai pemangku masjid dan madrasah
 - b) Sebagai pengajar dan pendidik
 - c) Sebagai ahli dan penguasa hukum Islam

Misi utama seorang kyai adalah sebagai pengajar dan pengajar dakwa Islam, mengambil peran lanjut orang tua. Kyai berfungsi sebagai guru sekaligus pemimpin rohani keagamaan serta bertanggung jawab untuk perkembangan kepribadian anak didiknya.

Kyai dahulu merupakan pribadi yang multi fungsional. Sekarang fungsi-fungsi tersebut sudah terbagi-bagi. Seorang guru yang masih berdinasti dalam organisasi atau departemen agama mempunyai tugas yang terbatas. Dia harus mengikuti bahan dan kurikulum yang sudah ditetapkan (Steenbrink, 1991:163).

2. Santri pondok pesantren, yaitu siswa yang belajar di pondok pesantren, baik santri musiman maupun santri kalong

Santri secara umum merupakan orang yang belajar agama Islam dan mendalami agama Islam di sebuah pesantren yang menjadi tempat belajar bagi santri (Megarani, 2010:19; Kamus Bahasa Indonesia, 2015). Terdapat dua jenis santri (Suisanto (2004:54)

- a) Santri mukim

Yaitu murid-murid yang berasal dari daerah jauh dan menetap di pesantren. Santri yang sudah lama mukim di pesantren, biasanya menjadi kelompok tersendiri dan sudah memikul tanggung jawab mengurus kepentingan pesantren sehari-hari, mengajar santri-santri muda tentang kitab-kitab yang rendah dan menengah.

- b) Santri kalong

Yaitu murid-murid yang berasal dari desa sekelilingnya yang biasanya mereka tidak tinggal di pondok kecuali kalau waktu-waktu belajar (sekolah dan mengaji) saja, mereka bolak-balik dari rumah.

3. Alumni santri dari suatu pondok pesantren, yaitu siswa santri yang telah keluar dari pendidikannya di pesantren
4. Masyarakat yang berada di sekitar lembaga pendidikan Islam tradisional dalam usaha membentuk manusia muslim yang baik dan saleh tidak merasa cukup dengan hanya

memberikan isi pengetahuan kepada para murid. Oleh karena itu lembaga pendidikan berupaya mewujudkan usahanya dengan membentuk suasana yang lingkungannya seperti dalam pesantren (Steenbrink, 1991:206). Sifat kolot dan menjauhkan diri dari dunia modern masih diberikan kepada santri (Steenbrink, 1991:207).

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode deskriptif analitis. Dalam hal ini dengan cara mendeskripsikan Analisis Determinasi Pemilihan Perbankan Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo di Kota Kediri Jawa Timur. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:7). Sedangkan metode deskriptif analitis adalah penelitian yang menggambarkan data-data informasi berdasarkan fakta yang diperoleh di lapangan. Tujuan dari menganalisa penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman masyarakat pondok pesantren Lirboyo Kediri mengenai perbankan syariah, mengetahui jenis perbankan yang dipilih masyarakat pondok pesantren Lirboyo kota Kediri, menganalisa faktor - faktor yang mempengaruhi masyarakat pondok pesantren Lirboyo Kediri dalam memilih jenis perbankan.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan *positivist*. Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis (*hypothesis testing*). Penelitian pengujian hipotesis merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel (Indriantoro dan Supomo, 2009: 89). Melalui pengujian hipotesis, peneliti ingin membuktikan apakah faktor internal dan faktor eksternal mempengaruhi penggunaan sistem perbankan syariah.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti (Sarwono, 2006:111). Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat pesantren Lirboyo di Kota Kediri pada Tahun 2014 yang telah berpenghasilan. Penelitian ini merupakan penelitian sampel. Sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari (Sarwono, 2006:111).

Pemilihan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sample* (*judgment sample*), yaitu cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan membuat kriteria-kriteria (penilaian) untuk memenuhi tujuan. Kriteria yang ditetapkan didasarkan pada informasi yang tersedia, sehingga perwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan (Sarwono, 2006:138).

Adapun kriteria yang digunakan adalah:

- 1 Sampel adalah anggota atau pengurus Ponpes Hidayatul Muhtadi, Lirboyo Kediri
- 2 Sampel berada di Pondok pesantren minimal telah lebih dari 3 bulan, untuk menyakinkan bahwa responden adalah benar-benar masyarakat Ponpes Hidayatul Muhtadi, Lirboyo Kediri
- 3 Sampel telah bekerja dan berpenghasilan sendiri, sehingga keputusan menggunakan bank adalah keputusan diri sendiri.

Digunakannya teknik *sampling* ini karena obyek penelitian adalah masyarakat pesantren yang benar-benar ada di pesantren, dan tidak semua anggota pesantren memiliki penghasilan sendiri. Oleh karenanya penelitian ini berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk memilih penggunaan jasa perbankan, maka dalam penelitian ini membatasi pada anggota pesantren yang telah memiliki penghasilan, yang terdiri dari:

1. Kyai, ustad dan ulama (di pesantren).
Kyai berfungsi sebagai guru sekaligus pemimpin rohaniyah keagamaan serta bertanggungjawab untuk perkembangan kepribadian anak didiknya.
2. Pengajar pesantren, yang bukan termasuk dalam kategori kyai, ustad dan ulama.
3. Pengurus pondok pesantren, yaitu pengurus yang berada di pondok pesantren yang telah memiliki penghasilan.

3.3 Jenis, Sumber Data dan teknik pengambilan data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer ialah data yang berasal dari sumber pertama (Sarwono, 2006:129). Data dicari responden dengan menggunakan kuesioner.

Penelitian menggunakan pengumpulan data dengan teknik kuesioner merupakan teknik pengambilan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (Sarwono, 2006:132). Pengukuran

kuesioner untuk variable bebas menggunakan skala ordinal dan rasio. Skala ordinal yang digunakan adalah skala likert dengan skor sebagai berikut : (Sarwono, 2006:96).

1. Skala 1 = sangat tidak setuju
2. Skala 2 = tidak setuju
3. Skala 3 = netral/ragu-ragu
4. Skala 4 = setuju
5. Skala 5 = sangat setuju

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 61). Variabel bebas yang dipakai pada penelitian ini yaitu: Akses media informasi (cetak, elektronik), pemahaman terhadap bank syariah, keagamaan, usia, pendidikan, lokasi bank, orang tua dalam pemilihan bank konvensional/bank syariah, teman dalam pemilihan bank konvensional/bank syariah.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Penggunaan jenis perbankan merupakan variable dummy. Jika responden menggunakan jasa perbankan konvensional diberi nilai 0. Sedangkan jika responden yang menggunakan jasa bank syariah diberi nilai

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu metode statistik deskriptif dan statistik inferensial. Metode statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan deskripsi jawaban responden yang dijadikan sampel, bisa berupa rata-rata dan distribusi frekuensi.

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji kuesioner digunakan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono,2008:178). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Tolak ukur validitas yang digunakan apabila koefisien korelasi (r) hitung $>$ dari r tabel pada taraf signifikan 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sementara itu syarat minimum instrumen dinyatakan valid dan tidak valid menurut Sugiyono (2008:178): Bila koefisien korelasi di bawah 0,30, maka dapat disimpulkan butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Dengan demikian instrumen dianggap memenuhi syarat validitas apabila $r > 0,3$. Apabila korelasi antara butir (item) dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam penelitian tersebut dinyatakan tidak valid dan berlaku sebaliknya

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawab seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar 0,6 (Ghozali, 2007:41-42).

3.5.2 Uji Rentang skala (untuk X_2)

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk mengetahui pemahaman masyarakat pondok pesantren lirboyo terhadap perbankan syariah dengan menggunakan rumus rentang skala Umar (2003:225)

3.5.3 Pengujian Model persamaan (Uji – t)

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode statistik inferensial yang terdiri dari pengujian univariate dan pengujian multivariate dengan kriteria sebagai berikut.

1) Pengujian univariate

Pengujian univariate dilakukan untuk menguji lebih lanjut secara statistik apakah variabel-variabel independen berbeda secara signifikan di antara responden yang menggunakan system perbankan syariah dan yang tidak menggunakan system perbankan syariah

Dalam pengujian univariate ini pertama-tama dilakukan uji normalitas data dengan One-Sample Kolmogorov Smirnov Test untuk mengetahui distribusi data untuk mengetahui apakah dua kelompok sampel independen berasal dari populasi yang sama. Uji yang dilakukan sesuai dengan hasil uji normalitas data.

2) Pengujian multivariate

Pengujian multivariate dilakukan dengan menggunakan regresi logistik (logistic regression). Regresi logistik dipakai untuk menguji apakah persepsi dan preferensi masyarakat pondok pesantren berpengaruh terhadap penggunaan system perbankan syariah.

Regresi logistik umumnya digunakan apabila asumsi multivariat distribusi normal tidak dipenuhi (Ghozali, 2007:225). Model regresi logit yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$PL = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + B_6 D_1 + B_7 D_2 + e$$

Keterangan:

$$PL = \text{Ln} \left[\frac{PL}{1-PL} \right]$$

di mana $\text{Ln} \left[\frac{PL}{1-PL} \right]$ = simbol yang menunjukkan penggunaan sistem perbankan syariah yang diproksikan dengan variabel dummy (kategori 1 untuk responden pengguna sistem perbankan syariah, dan kategori 0 untuk responden bukan pengguna sistem perbankan syariah)

α = konstanta.

β_1 - β_5 dan d_1 - d_2 = koefisien regresi.

e = kesalahan pengganggu.

Tahapan pengujian regresi logistik adalah sebagai berikut:

a. Menguji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Pengujian keseluruhan model dilakukan dengan membandingkan nilai antara -2 Log Likelihood (-2LL) pada awal (block number = 0), yaitu untuk model yang hanya memasukkan konstanta dengan nilai -2 Log Likelihood (-2LL) pada akhir (block number = 1), yaitu untuk model yang memasukkan konstanta dan variabel bebas. Pengurangan nilai antara -2LL awal (initial -2LL function) dengan nilai -2LL pada langkah berikutnya (-2LL akhir) menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data. Menurut Ghozali (2007:233), adanya penambahan variabel bebas ke dalam model dapat memperbaiki model fit.

b. Menguji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan oleh nilai Nagelkerke R Square. Nagelkerke R Square merupakan modifikasi dari koefisien Cox dan Snell untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 (nol) sampai 1 (satu). Hal ini dilakukan dengan cara membagi nilai Cox dan Snell's R Square dengan nilai maksimumnya. Nilai Nagelkerke R Square dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 (R Square) pada multiple regression (Ghozali, 2007:233).

c. Menguji Kelayakan Model Regresi

Pengujian kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test. Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga dapat dikatakan model fit dengan data). Jika nilai statistik Hosmer and Lemeshow's Goodness of fit sama dengan atau kurang dari 0,05 ($\text{sig} \leq 5\%$), maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga Goodness fit model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik Hosmer and Lemeshow's Goodness of fit lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 5\%$), maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena sesuai dengan data observasinya (Ghozali, 2007:233).

d. Estimasi Parameter dan Interpretasinya

Estimasi maksimum likelihood parameter dari model dapat dilihat pada tampilan output variable in the equation (Ghozali, 2007:234). Koefisien regresi dari tiap variabel yang diuji menunjukkan bentuk hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai probabilitas (sig) dengan tingkat signifikansi (α).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Pengaruh Akses Media Informasi (Cetak, Elektronik) Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Media informasi baik dalam bentuk media cetak maupun elektronik merupakan sumber bagi pembelajaran konsumen dalam memahami suatu produk, termasuk perbankan. Pembelajaran konsumen adalah suatu proses belajar yang dialami konsumen baik berasal dari pengalaman penggunaan suatu produk/jasa maupun hasil pemahaman konsumen dari media (TV, radio, cetak, maupun internet), sehingga terjadi perubahan persepsi yang berujung pada tindakan konsumen.

Proses belajar merupakan salah satu tahap penting yang dilalui konsumen secara sadar maupun tidak sadar dari pengalaman yang didapat (Dwiastuti, dkk, 2012:34)

Hasil penelitian berhasil membuktikan adanya pengaruh akses media informasi (cetak, elektronik) terhadap pemilihan jenis bank dengan pengaruh negatif. Artinya semakin tinggi akses media informasi baik cetak maupun elektronik, maka peluang responden memilih perbankan syariah akan berkurang. Hal ini terjadi karena dengan banyaknya informasi yang dimiliki responden baik dari media cetak atau elektronik, akan digunakan untuk membandingkan satu bank dengan bank lain, sehingga dapat menumbuhkan persepsi atas suatu produk jasa perbankan. dan anggapan bahwa layanan yang diberikan antara bank konvensional dan bank syariah, relatif sama, sehingga responden menggunakan bank jenis bank berdasarkan kebutuhannya.

Jika dilihat dari deskriptif responden yang sebagian besar menggunakan bank syariah namun beberapa diantaranya juga masih menggunakan bank konvensional, maka pengaruh negatif antara akses media informasi (cetak, elektronik) terhadap pemilihan jenis bank juga dipengaruhi oleh keadaan responden yang belum sepenuhnya memilih bank syariah sebagai bank untuk melayani jasa perbankan, namun juga masih menggunakan beberapa bank konvensional, yang memiliki fasilitas lebih baik, ataupun karena lebih banyak memiliki cabang di daerah-daerah, seperti BRI, BCA, BNI, Bank Mandiri.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ratnawati dkk (2001:18) yang juga menunjukkan adanya pengaruh negatif akses media informasi terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini mungkin disebabkan karena pada masyarakat yang terbuka informasi akan mendapatkan informasi bank-bank alternatif yang lebih banyak, sehingga tuntutan terhadap pelayanan perbankan juga tinggi. Pada masyarakat yang demikian, bank syariah bukan merupakan alternatif utama karena umumnya pelayanan bank syariah dianggap masih kurang profesional dibandingkan dengan bank-bank konvensional (Ratnawati, dkk, 2001:18).

4.2 Pengaruh Pemahaman Bank Syariah Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Pemahaman terhadap bank syariah dimulai dengan pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan sebuah produk atau jasa. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian (Dwiastuti, dkk, 2012:50). Pengetahuan tersebut meliputi pengetahuan mengenai atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk dan pengetahuan mengenai kepuasan yang didapat dari suatu produk jasa perbankan (Peter and Olson, 2013:70).

Hasil penelitian tidak dapat membuktikan adanya pengaruh pemahaman terhadap bank syariah dengan pemilihan jenis responden. Hal ini karena walaupun responden memiliki pemahaman mengenai produk bank syariah dengan baik, namun jika lokasi bank tidak dapat dijangkau (bank jauh dari lokasi rumah atau kantor) ataupun fasilitas bank kurang lengkap, maka masyarakat akan tidak menggunakan bank tersebut, dan lebih memilih bank yang memiliki banyak fasilitas, sehingga memudahkan aktivitas perbankan masyarakat.

Jika dikaitkan analisis deskriptif tentang jenis produk perbankan yang digunakan, yaitu dalam bentuk tabungan, kredit, ataupun transfer dana, maka tidak berpengaruhnya pemahaman mengenai produk bank terhadap jenis bank dipengaruhi oleh fasilitas bank syariah yang masih terbatas, sehingga responden menggunakan bank syariah sekaligus bank konvensional untuk mempermudah transaksi perbankannya.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Noor dan Sanrego (2009) yang mampu membuktikan adanya pengaruh positif dari pengetahuan dengan preferensi masyarakat pondok pesantren. Pengetahuan mengenai produk perbankan akan menimbulkan pemahaman bank syariah.

4.3 Pengaruh Kepatuhan beragama Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Karakteristik kepatuhan beragama yang dimiliki seseorang akan tercermin dalam kehidupannya, termasuk dalam menentukan bank yang digunakan untuk membantu melakukan transaksi perbankan. Kepatuhan beragama yang tinggi menunjukkan pemahaman seseorang yang lebih baik dalam menjalankan aturan agama, sehingga semua itu mendasari dalam perbuatannya. Seorang yang memiliki sifat keagaamannya yang taat akan berusaha menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama, dan berupaya untuk mewujudkan semua aturan agama dalam kehidupannya. Bagi masyarakat yang beragama Islam, suku bunga yang haram akan menjadi dasar bagi mereka untuk menghindari perbankan konvensional, sehingga mereka lebih cenderung untuk mencari bank

syariah yang menerapkan konsep Islam dalam perbankan. Oleh karenanya sifat kepatuhan beragama yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi jenis perbankan yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan beragama tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa terbuka soal bunga bank. Melalui Ketua Komisi Fatwa MUI Ma'ruf Amin, lembaga kumpulnya para ulama itu menyatakan soal haramnya bunga bank konvensional, tentu masalah itu akan mengundang pendapat di masyarakat. Pasalnya masih terjadi khilafiyah (perbedaan) soal hukumnya, yaitu ada yang mengharamkan dan membolehkan. Artinya, jangan sampai muncul hanya satu paham yang benar diakui oleh satu lembaga keagamaan dengan tidak melihat realitas perbedaan yang muncul.

Pada Tahun 2000, Dewan Syariah Nasional kemudian mengeluarkan fatwa yang menegaskan soal bunga bank. Namun hanya berbunyi: bunga bank tidak sesuai dengan Syariah. Namun demikian tetap saja akan menimbulkan pro dan kontra, menyusul masih munculnya dua pendapat antara yang menghalalkan maupun mengharamkan. Tak berlebihan untuk mengantisipasi melebarinya pro dan kontra itu, Wapres Hamzah Haz menetralsir, pendapat ulama bahwa bunga bank hukumnya haram tidak perlu dipersoalkan, karena umat Islam punya beberapa alternatif dalam urusan perbankan. (Sumber : diakses pada <http://blkb04.blogspot.com/2012/10/pro-kontra-tentang-keharaman-bunga-bank.html>).

Oleh karena itu ada beberapa ulama yang mengharamkan bank konvensional karena adanya praktik riba dalam tabungan atau kredit, walaupun ada sejumlah layanan perbankan yang tidak mengandung unsur bunga sehingga halal seperti layanan transfer, kartu ATM, menyewakan lembar besi, mempermudah hubungan antar negara. Sedangkan mereka yang membolehkan bank konvensional dengan alasan darurat. Dengan kondisi ini maka sebagian masyarakat akan tetap memanfaatkan fasilitas bank konvensional untuk mempermudah transaksi perbankan mereka.

Jika dikaitkan dengan Ponpes Lirboyo sendiri, mengenai konsep bunga bank dapat dilihat dari pernyataan KH Idris Marzuki yang merupakan pengasuh Ponpes Lirboyo Kota Kediri. Menjelaskan mengenai Fatwa MUI tentang bunga bank adalah tidak tepat waktu. Pasalnya sejak akhir tahun 1990an PBNU melalui Rabitha Maahidil Islamiyah (RMI) sudah mengeluarkan tiga opsi tentang bunga bank. Opsi pertama bunga bank dinyatakan haram karena secara mutlak memang tidak diperbolehkan dalam Al Quran. Opsi kedua bunga bank dinyatakan halal karena masyarakat modern sekarang ini tidak bisa menghindari hubungan dengan pihak bank. Selain itu bank masih menjadi satu-satunya lembaga keuangan yang dianggap paling aman. Kalaupun ada bunga, itupun tidak disebutkan dalam aqad (transaksi). Yang penting kita menitipkan uang tanpa menanyakan berapa bunganya. Memang secara tertulis ada besar bunganya tetapi dalam syariah itu bukan termasuk aqad sehingga bunga bank menjadi boleh. Dan opsi terakhir adalah syubhat atau makruh, dimana opsi ini berlaku bagi orang yang ragu-ragu. Selain itu ditambahkan bahwa kalangan pondok pesantren sudah banyak yang menjalin hubungan dengan bank-bank umum baik swasta maupun milik pemerintah. (Lazismu, 2003)

Adanya pernyataan tersebut dan didukung dengan adanya kerjasama Ponpes Lirboyo dengan berbagai bank, menjadikan masyarakat pesantren Lirboyo tidak hanya menggunakan bank syariah sebagai bank untuk memenuhi transaksi jasa perbankan, tetapi juga menggunakan bank konvensional.

Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu, maka tidak berpengaruhnya kepatuhan beragama juga ditunjukkan oleh penelitian Ratnawati (2001) yang menunjukkan bahwa secara umum sikap masyarakat terhadap sistem suku bunga masih relatif tinggi, karena tingkat bunga bertentangan dengan syariah Islam. Sedangkan dalam melakukan transaksi perbankan, masyarakat masih menggunakan sistem konvensional. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pemilihan perbankan oleh konsumen lebih dipengaruhi oleh keperluan transaksi perbankan, dan tidak didasarkan atas kepatuhan beragama.

4.4 Pengaruh Usia Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Siklus hidup konsumen akan ditentukan oleh usianya. Konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Oleh karenanya pemasar harus dapat memahami kebutuhan dari konsumen dari berbagai usia, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan usia yang dituju. (Dwiastuti, dkk, 2012:105).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank konvensional banyak digunakan kelompok usia 19 – 25 tahun atau 26 – 32 tahun, sedangkan bank syariah digunakan oleh seluruh usia dengan kelompok pengguna tertinggi pada usia 19 – 25 tahun atau 26 – 32 tahun. Hal ini ditunjukkan dengan responden yang menggunakan bank syariah sebanyak 48 orang (55,17%), sedangkan responden yang menggunakan bank konvensional sebanyak 31 orang (34,48%). Jika dikaitkan dengan latar belakang responden Pondok Pesantren Lirboyo maka dapat dikatakan semakin matang usia responden dan yang mengindikasikan semakin baiknya tingkat keagamaan responden akan mempengaruhi responden untuk memilih perbankan syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini karena aktivitas perbankan tidak dibatasi oleh usia, namun lebih kepada kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan, seperti tabungan, transfer, pembiayaan, ataupun jasa perbankan lainnya dan fasilitas perbankan yang dimiliki suatu bank.

Variabel usia merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu, sehingga tidak dapat dikaitkan dengan hasil penelitian terdahulu.

4.5 Pengaruh Jarak Perbankan Syariah Terdekat Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Lokasi geografik seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya. Konsumen yang tinggal di desa akan memiliki akses terbatas kepada berbagai produk dan jasa, dan sebaliknya konsumen di kota lebih mudah memperoleh semua barang dan jasa yang dibutuhkannya. Oleh karenanya pemasar harus memahami dimana konsumen tinggal agar pemasar dapat memfokuskan kemana produknya akan dijual (Dwiastuti, dkk, 2012:105).

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian responden memilih bank karena kedekatan jarak kurang dari 1 Km. Hal ini ditunjukkan dengan responden yang menggunakan bank syariah sebanyak 38 orang (43,67%), sedangkan responden yang menggunakan bank konvensional sebanyak 26 orang (29,8%)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jarak tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini terjadi karena walaupun jarak suatu bank tersebut dekat dengan lokasi tempat tinggal masyarakat, namun jika tidak sesuai dengan keinginan masyarakat tersebut, maka mereka tidak akan menggunakan bank tersebut. Masyarakat akan lebih memilih bank yang sehat, memiliki fasilitas yang beragam, dan sesuai dengan prinsipnya, misalnya syar'i.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hamidy dkk (2007) yang menyatakan bahwa faktor penyebab utama masyarakat santri non nasabah tidak memilih bank syariah karena jarak bank yang terlalu jauh, dan lokasi lembaga keuangan lain lebih dekat dan terjangkau dengan tempat tinggal. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian Noor dan Sanrego (2009) yang berhasil membuktikan adanya pengaruh positif akses terhadap preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank syariah. Akses dalam penelitian Noor dan Sanrego (2009) dapat diartikan sebagai jarak Perbankan Syariah Terdekat.

4.6 Pengaruh Pendidikan Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Pendidikan akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang. Tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi cara berpikir, cara pandang bahkan persepsi konsumen terhadap suatu masalah. Oleh karenanya pemasar harus memenuhi kebutuhan konsumen dengan memperhatikan tingkat pendidikan yang berbeda. (Dwiastuti, dkk, 2012:105)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian status pendidikan responden rendah yang menggunakan bank syariah sebanyak 51 orang (58,62%) , sedangkan status pendidikan tinggi responden yang menggunakan bank syariah sebanyak 3 orang (3,44%), sedangkan status pendidikan responden rendah yang menggunakan bank konvensional sebanyak 32 orang (36,78%), sedangkan status pendidikan tinggi responden yang menggunakan bank konvensional sebanyak 1 orang (1,14%).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank. Hal ini karena kebutuhan perbankan tidak dipengaruhi oleh pendidikan seseorang, namun lebih dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan tersebut, seperti tabungan, transfer ataupun jasa perbankan lainnya. Masyarakat yang berpendidikan rendah ataupun tinggi akan membutuhkan jasa perbankan seiring dengan kebutuhan mereka, seperti karena alasan menyimpan dana, atau karena kegiatan bisnis.

Hasil penelitian mendukung penelitian Noor dan Sanrego (2009) yang juga tidak mampu membuktikan adanya pengaruh pendidikan dengan preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah.

4.7 Pengaruh Bank Pilihan Rekan kerja Terhadap Pemilihan Jenis Bank

Rekan kerja merupakan partner yang dikaitkan oleh hubungan bisnis. Setiap rekan kerja mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian maupun pengkonsumsian suatu produk dan jasa. Antar rekan kerja akan saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu sama lain dalam membuat pilihan pembelian. Oleh karenanya pemasar perlu mengetahui peran apa yang dilakukan oleh masing-masing rekan kerja (Dwiastuti, dkk, 2012:113).

Uraian tersebut menunjukkan bahwa rekan kerja akan memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung kepada rekan bisnisnya. Pengaruh langsung seperti halnya kemudahan dalam bertransaksi, sedangkan pengaruh tidak langsung tercermin dari tindakan rekan kerja. Keputusan rekan kerja dalam menggunakan jenis bank, juga akan dicontoh oleh rekan bisnisnya. Berdasarkan uraian tersebut maka ditetapkan hipotesis sebagai berikut. Maka hubungan ini menunjukkan bahwa jika rekan kerja menggunakan perbankan syariah maka peluang responden memilih perbankan syariah semakin besar. Sehingga informasi perbankan yang disampaikan seperti kesehatan bank, kelebihan dan kemudahan fasilitas, banyak digunakan masyarakat, akan mempengaruhi responden untuk turut menggunakan perbankan syariah.

Sebagaimana variabel usia, variabel pilihan rekan kerja juga merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu, sehingga tidak dapat dikaitkan dengan hasil penelitian terdahulu.

5. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Implikasi Penelitian

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memahami perbankan syariah, yang ditunjukkan dengan sebagian besar responden menggunakan jasa perbankan syariah, baik untuk menyimpan uang, ataupun transaksi perbankan lainnya.
2. Sebagian besar masyarakat pondok pesantren Lirboyo Kediri menggunakan bank syariah dan ada sebagian yang menggunakan bank syariah dan bank konvensional, namun beberapa diantaranya juga masih menggunakan bank konvensional, karena alasan mempermudah transaksi dengan rekan bisnis, dan karena masih adanya keterbatasan fasilitas bank syariah, seperti kurangnya penyebaran bank syariah di berbagai lokasi/daerah. Selain itu bank masih menjadi satu-satunya lembaga keuangan yang dianggap paling aman. Walaupun ada bunga, itu pun tidak disebutkan dalam akad (transaksi), yang penting kita menitipkan uang tanpa menanyakan berapa bunganya. Memang secara tertulis ada besar bunganya tetapi dalam syariah itu bukan termasuk akad sehingga bunga bank menjadi boleh. Dan ada sebagian yang menganggap syubhat atau makruh, dimana anggapan ini berlaku bagi orang yang ragu-ragu. Selain itu ditambahkan bahwa kalangan pondok pesantren sudah banyak yang menjalin hubungan dengan bank-bank umum baik swasta maupun milik pemerintah. Adanya kerjasama Ponpes Lirboyo dengan berbagai bank, menjadikan masyarakat pesantren Lirboyo tidak hanya menggunakan bank syariah sebagai bank untuk memenuhi transaksi jasa perbankan, tetapi juga menggunakan bank konvensional.
3. Faktor yang mempengaruhi masyarakat pondok pesantren Lirboyo Kediri dalam memilih jenis perbankan adalah Akses media informasi (cetak, elektronik) dan Bank Pilihan Rekan Kerja. Sedangkan faktor lainnya (Pemahaman terhadap bank syariah, Kepatuhan beragama, Usia, Jarak Perbankan Syariah terdekat, Pendidikan) tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis bank.

5.2 Keterbatasan

Penelitian yang telah dilakukan tentu tidak terlepas dari berbagai macam kekurangan. Beberapa kekurangan tersebut disebabkan oleh keterbatasan yang dialami selama mengerjakan laporan ini utamanya dalam proses pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan menggunakan data primer dengan teknik kuesioner. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat tergantung kepada interpretasi peneliti tentang makna yang tersirat dalam kuesioner, sehingga kecenderungan untuk bias masih tetap ada.

5.3 Implikasi Penelitian

Implikasi dalam penelitian ini merupakan implikasi metodologi yaitu implikasi yang bersifat operasional dan mampu menyajikan refleksi penulis mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Implikasi metodologi bertujuan untuk menyajikan prosedur penelitian yang perlu dikembangkan untuk memecahkan kesulitan yang sebenarnya belum tergambar pada metode penelitian.

Berkaitan dengan subyektifitas yang ada dalam proses pengumpulan data, perlu dilakukan proses triangulasi data secara spesifik. Proses triangulasi berfungsi untuk mengurangi bias informasi meliputi triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara *cross check* data dan fakta dari informan yang berbeda. Sedangkan metode dilakukan dengan cara menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu metode teknik kuesioner. Sehingga data yang dapat diperoleh dari informan akan lebih akurat dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mushlih, Abdullah dan Shalah ash Shawi. 2004. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Penerjemah Abu Umar Basyir. Darul Haq. Jakarta.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah Dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arianty, Dewi dan Yana Rohmana. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Provider Indosat di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung. *Jurnal Upi edu*. Hal 1-12.pdf. www.jurnal.upi.edu/.../faktor-faktor-yang-mempengaruhi-p..
- Bank Indonesia dan IPB. 2004. *Potensi, Preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di wilayah Kalimantan Selatan*. Jakarta; Direktorat Perbankan Syariah BI
- Bank Indonesia Padang dan Lembaga Penelitian Universitas Andalas. 2001. *Potensi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Sumatera Barat*. pdf.
- Bank Indonesia. 2006. *Buku Saku Perbankan Syariah*. Jakarta: PKES.
- Bank Indonesia. 2014. *Laporan Tahunan Bank Indonesia 2013*. tanggal 22-5-2014. [www.bi.go.id/id/ruang manajemen](http://www.bi.go.id/id/ruang%20manajemen).
- Bronantamalan, Sella Yuke. 2013. *Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image KFC (Studi Kasus: KFC Kawi, Malang)*. Jurnal Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya.pdf.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka 1988 hal 783).
- Dwiasuti, Rini, Agustina Shinta dan Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. UP Press. Malang.pdf. www.shinta.lecture.ub.ac.id/.../PERILAKU-KONSUMEN.pdf...
- Fajriyah, Neneng. 2013. *Pengaruh promosi, Reputasi dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro*

Sektor III. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. Skripsi dipublikasikan.pdf.

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegor. Semarang.

Gilarso, T. 2003. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.

Hamidi, Jazim, dkk. (Tim Bank Indonesia). 2007. Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Bank Indonesia*. Hal 1-16. Pdf. www.bi.go.id/.../perbankan.../8a93f28...

Harisah, Affah dan Zulfitria Masiming. 2008. Persepsi Manusia Terhadap Tanda, Simbol dan Spasial. *Jurnal SMARTek*, Vol. 6, No. 1, Pebruari 2008: 29 – 43.pdf.

Hariyani, Ana Lusi. 2005. *Analisis preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Bebas Residu Pestisida (Studi kasus di PT Hero Supermarket, Surakarta)*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.pdf.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi: Yogyakarta.

Iskandar. 2011. *Respon Komunitas Pondok Pesantren Madura Terhadap Bank Syariah (Studi Atas Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan dan Annuqoyah Guluk Guluk Sumenep)*. Tesis dipublikasikan. Program Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga .pdf

Kamaruddin. Mujuono dan Yunelly asra. 2012. Analisis persepsi konsumen tentang kualitas layanan jasa rumah sakit pada rumah sakit umum daerah bengkalis. *Jurnal ilmiah mahasiswa volume 1, no 1, des, 2012. hlmn 28-37.pdf*.

Kamus Bahasa Indonesia.2014.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2015.www.kbbi.web.id/santri

Lazismu. 2003. *KH Idris Marzuki: 'Fatwa MUI Tidak Tepat Waktu*. Senin 20/12/2003. www.nu.or.id/a,public-m,dinamic-s,detail-ids,1-id,103

Mangkunegara, AA. Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama, Bandung.

Megarani, Rizqi Respati Suci. 2010. *Strategi Pemberdayaan Santri Di Pondok Pesantren Hidayatullah Donoharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta*. Skripsi dipublikasikan Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam. Fakultas Dakwa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mersilia, Elfi.2013. *Aplikasi Maqashid Syariah dalam Praktik Bank Syariah* [online]. <http://elsimh-feb11.web.unair.ac.id/>

Muslehuddin, Muhammad. 1994. *Sistem Perbankan Dalam Islam*. Penerjemah Aswin Simamora. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

Noor, Fahd dan Yulizar Djamaludin Sanrego. 2009. Preferensi Masyarakat Pensantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta). *Jurnal TAZKIA Islamic Business and Finance Review*. Hal 65-79.pdf.

Pradhanawati, Ari. 2011. Potensi dan Preferensi Terhadap Perilaku Memilih Pegadaian Syarih. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Edisi Maret 2011. Vol XII No. I. ISSN 1412-3681. No.52/DIKTI.Kep/2010. Hal 1-7.pdf. www.eprints.undip.ac.id/.../Potensi_dan_Preferensi_terhada.

- Putra, Zico Dian Paja Putra. 2008. *Gambaran Persepsi*. www.lib.ui.ac.id/file?file...Gambaran%20Persepsi...pdf - T
- Ratnawati, Anny, Asep Saefuddin, Widiyanto Dwi Surya, Sumardjo, Hari Wijayanti, I Made Sumertajaya, Sumedi, Debra Murniati. Lembaga Penelitian IPB. 2001. *Bank Syariah. Potensi Preferensi dan Perilaku Masyarakat Di Wilayah Jawa Barat*.pdf.
- Ratnawati, Anny. 2005. Potensi dan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. Vol 2. No. 1 Maret 2005. Hal 73-80.pdf.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta. pdf. www.ppmpplp.files.wordpress.com/.../metode-penelitian-kuantitatif-dan-kualita...
- Setiawan, Aziz Budi. 2006. Perbankan Syariah: Challenges dan Opportunity Untuk Pengembangan di Indonesia. *Jurnal Kordinat Edisi Vol VIII. No. 1 April 2006*. Peneliti pada The Indonesia Economic Intelligenc. www.iei.or.id/.../Perbankan%20Syariah,%20Challenge...
- Srimariyati. 2009. Perkembangan Regulasi Perkembangan Syariah Di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Hukum Syiar Madani. Volume XI. No. 1. Maret, 2009*. Hal 21-38. ISSN : 1410-9832. <https://nenisriimaniyati.files.wordpress.com/.../perkem...>
- Srimariyati. 2009. Perkembangan Syariah Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Hukum Syiar Madani. Volume XI No. 1 Maret*. Hal 21-38. ISSN: 1410-9832.
- Steenbrink, door Karel A. 1991. *Pesantren, Madrasah, Sekolah*. Diterjemahkan oleh Karel A Steenbrink dan Abdurrahman. Cetakan Kedua. Unit Percetakan LP3ES. Jakarta.
- Sudarwan, Danim. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suisanto. 2004. *Menelusuri Jejak Pesantren*. Yogyakarta: Alief Press.
- Sumari'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suta, I Putu Gede Ary. 2008. *Membedah Krisis Perbankan*. Cetakan Kedua. Yayasan Sad Satria Bhakti. Jakarta.
- Taswan. 2010. *Manajemen Perbankan. Konsep, Teknik & Aplikasi*. Edisi II Januari 2010. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Teori Perilaku Konsumen file.upi.edu/.../perilaku_konsumen.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: ANDI.
- Ujang sumarwan Buku perilaku konsumen.www.ujangsumarwan.blog.mb.ipb.ac.id/.../Perilaku-Konsumen, Bogor.
- Umar, Husein. 2005. *Evaluasi Kinerja Perusahaan. Teknik Evaluasi Bisnis dan Kinerja Perusahaan Secara Komprehensif, Kuantitatif, dan Modern*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan syariah.
- Uyun, Qurrotul. 2012. *Determinasi Persepsi dan Preferensi Santri Pondok Pesantren Babakan Ciwaringin Cirebon Terhadap Pemanfaatan Produk Bank Syariah*. Ringkasan Tesis dipublikasikan. Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.Hl 1-24. pdf.
- www.bankmandiri.co.id
- Yulie, Agnes. 2008. *Persepsi Terhadap Kualitas Produk 'Daihatsu Xenia Dengan Kepuasan Konsumen*. Fakultas Psikologi Universtias Katolik Soegijapranata. Semarang.pdf.