

Preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo Terhadap Perbankan Syariah di Gorontalo

Mustofa

mustofatok@gmail.com

IAIN Sultan Amai Gorontalo

Abstrak

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, adapun Populasi dari penelitian ini adalah seluruh dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo yang terdaftar di SIAK yang berjumlah 174 orang, dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 20% dari sejumlah populasi sebanyak 34,8 yang dibulatkan menjadi 35 orang. Yang dibagi secara proporsional berdasarkan jumlah dosen pada masing-masing fakultas, yaitu: Fak. Tarbiyah sebanyak 16 Orang, Fak. Syariah Sebanyak 11 Orang dan Fak. Uhluddin sebanyak 8 Orang.

Dari hasil penelitian, terdapat lima faktor yang menjadi fokus pada penelitian ini, yaitu: trust, profit, service, religius, dan promosi. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa (1) Faktor Trust/kepercayaan, tingkat kepercayaan dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap perbankan syariah tergolong **tinggi/baik**. (2)) Faktor profit/keuntungan, Preverensi/kecenderungan dosen IAIN untuk memilih bank syariah dengan asumsi bahwa bank syariah sangat menguntungkan tergolong **sedang/cukup**. (3) Faktor service/pelayanan, Preverensi/kecenderungan dosen IAIN untuk memilih bank syariah karena faktor pelayanan tergolong **sedang/cukup**. (4) Faktor religius/agama, Preverensi/kecenderungan dosen IAIN untuk memilih bank syariah karena faktor religius/agama tergolong **tinggi/baik**. (5) Faktor Promotion/promosi, Preverensi/kecenderungan dosen IAIN untuk memilih bank syariah karena faktor promosi tergolong **sedang/cukup**.

A. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, merupakan pasar potensial bagi pengembangan bank syariah. Keberadaan umat Islam dengan berbagai macam atribut keislamannya yang penuh dengan nilai-nilai syariah membutuhkan sebuah wadah dalam aplikasi muamalahnya yang berdasarkan pada konsep syariah, dan wadah tersebut berupa bank syariah.

Apa yang menjadi keinginan itu kemudian ditampung dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 sekalipun belum dengan istilah yang tegas, tetapi baru dimunculkan dengan istilah bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Baru setelah Undang-undang no. 7 tahun 1992 itu diubah dengan undang-undang No. 10 Tahun 1998, istilah yang dipakai lebih terang-terangan yakni bank berdasarkan prinsip syariah..¹ dan akhirnya setelah melalui pembahasan intensif UU Perbankan Syariah berhasil diselesaikan, dan mulai diberlakukan per 16 Juli 2008, menyusul telah diberlakukannya UU No.19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara pada 7 Mei 2008.²

Sejatinya masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan menganggap bahwa bunga adalah riba. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an yaitu dalam Surat Al-Baqarah ayat 278-279, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ
۲۷۸ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَکُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۲۷۹

Terjemah:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (QS. Al Baqarah: 278-279)³

Fatwa MUI No 1 tahun 2004 tentang keharaman bunga bank yang menyamakan antara bunga dengan riba, menjadi penegas bagi eksistensi perkembangan perbankan syariah kedepan. Fatwa ini diharapkan mampu memajukan industri perbankan syariah, karena memacu perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan akses layanannya. Fatwa ini juga

¹ Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Islam*, (Jakarta: Grafiti, 1998), h. 20.

² Arief R. Permana, S.H., M.H.1 dan Anton Purba, S.H., LL.M, *Sekilas Ulasan UU Perbankan Syariah*, Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan, Volume 6, Nomor 2, Agustus 2008

³ Kementerian Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*. (Bandung : Nur Publishing, 2007), h. 77

diharapkan bisa memotivasi masyarakat untuk menyalurkan aspirasinya finansialnya berinvestasi dan menggunakan layanan bank syariah.

Preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal (Kotler, 1997) terdiri dari: (1) Produk, (2) Harga, (3) Promosi, (4) Tempat.

Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Bukan hanya faktor psikologis, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi.⁴ Tingkat pemahaman agama/religiusitas juga menjadi salah satu faktor yang mampu mempengaruhi dan mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi.⁵

Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo, memiliki beragam latar belakang dan motif untuk berinteraksi dengan perbankan. Yang menarik justru pemahaman terhadap agama dan pengetahuan yang cukup tentang agama dan perbankan syariah tidak menghalangi sebagian dari dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo untuk memiliki afiliasi terhadap bank konvensional yang nota bene berbasis bunga. Fatwa MUI No 1 tahun 2004 tentang keharaman bunga bank yang menyamakan antara bunga dengan riba tidak berpengaruh terhadap keinginannya untuk berintegrasi dengan bank konvensional.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :“Faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi preferensi dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo dalam berhubungan dengan Bank syariah?”

⁴ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*,(Jakarta: Rineka Cipta, 1990), h. 88.

⁵ Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'h di Semarang, Kumpulan Makalah ACIS “Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa”*(Palembang, 2008), h. 48

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, adapun Populasi dari penelitian ini adalah seluruh dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo yang terdaftar di SIAK yang berjumlah 174 orang, dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 20% dari sejumlah populasi sebanyak 34,8 yang dibulatkan menjadi 35 orang. Yang dibagi secara proporsional berdasarkan jumlah dosen pada masing-masing fakultas, yaitu: Fak. Tarbiyah sebanyak 16 Orang, Fak. Syariah Sebanyak 11 Orang dan Fak. Uhluddin sebanyak 8 Orang.

B. Bank Syariah

Perbankan syariah atau Perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami dll), dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional. Bank syariah berarti juga bank yang tatacara pengoprasianya berdasarkan tata cara bermuamalah secara Islami, yakni mengacu kepada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁶

Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang kemudian diubah dengan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan, diatur bahwa fungsi utama perbankan nasional adalah sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam Undang-undang tersebut dijelaskan asas dan tujuan perbankan syariah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Perbankan mempunyai fungsi intermediasi yaitu sebagai media yang menghubungkan pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak-

⁶ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia UII, 2004), h.20

pihak yang kekurangan dana.⁷

Bank Syari'ah di tanah air mendapatkan pijakan yang kokoh setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983. Hal ini karena sejak saat itu diberikan keleluasaan penentuan tingkat suku bunga, termasuk nol persen. Dengan demikian kesempatan ini belum dimanfaatkan karena tidak diperkenankannya pembukaan kantor baru. Hal ini berlangsung sampai tahun 1988 dimana pemerintah mengeluarkan Pakto 1988 yang memperkenankan berdirinya bank-bank baru. Kemudian posisi perbankan syari'ah semakin pasti setelah disahkan UU perbankan No.7 tahun 1992 dimana bank diberikan kebebasan untuk menentukan jenis imbalan yang akan diambil dari nasabahnya baik bunga ataupun keuntungan-keuntungan bagi hasil.⁸

Dengan terbitnya PP No. 77 tahun 1999 tentang bank bagi hasil yang secara tegas memberikan batasan bahwa "bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berasaskan prinsip bagi hasil (bunga) sebaliknya pula bank yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil, maka jalan bagi operasional perbankan syari'ah semakin luas. Kini titik komulasi telah tercapai dengan disahkannya UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang membuka kesempatan bagi siapa saja yang akan mendirikan bank syari'ah maupun yang ingin mengkonversi dari sistem konvensional menjadi sistem syari'ah. UU No. 10 ini sekaligus menghapus pasal 6 pada PP No. 72/1992 yang melarang dual sistem. Dengan tegas pasal 6 UU No. 10/1998 membolehkan bank umum yang melakukan kegiatan secara konvensional dapat juga melakukan kegiatan usaha dengan berdasarkan prinsip syari'ah melalui :

- a. Pendirian kantor cabang atau dibawah kantor cabang baru
- b. Perubahan kantor cabang yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional menjadi kantor yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan

⁷ UU Perbankan Syariah dan Surat Berharga Syariah Negara, Fokus Media, 2008, h.13

⁸ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, h. 4.

prinsip syari'ah.⁹

Bank syari'ah memiliki keistimewaan yang membuatnya berbeda dengan bank-bank konvensional, yaitu:

- a. Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabahnya sehingga timbul rasa kebersamaan dalam menghadapi risiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.
- b. Dengan adanya keterikatan secara religi, maka semua pihak yang terlibat dalam Bank Islam akan berusaha sebaik-baiknya sebagai pengamalan ajaran agamanya sehingga berapapun hasil yang diperoleh diyakini membawa berkah.
- c. Adanya fasilitas pembiayaan (*Al-mudharabah* dan *Al musyarakah*) yang tidak membebani nasabah sejak awal dengan kewajiban membayar biaya secara tetap. Hal ini akan memberikan kelonggaran psikologis yang diperlukan nasabah untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh.
- d. Dengan diterapkannya sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga, maka tidak ada diskriminasi terhadap nasabah yang didasarkan atas kemampuan ekonominya sehingga aksesibilitas bank Islam menjadi sangat luas.
- e. Dengan adanya sistem bagi hasil maka untuk penyimpanan dana telah tersedia peringatan dini tentang keadaan banknya yang bisa diketahui sewaktu-waktu dari naik turunnya jumlah bagi hasil yang diterima.
- f. Adanya fasilitas pembiayaan pengadaan barang modal dan peralatan produksi (*Al-murabahah* dan *Al-bai bitsaman ajil*) yang lebih mengutamakan kelayakan usaha dari pada jaminan sehingga siapapun baik pengusaha ataupun bukan, mempunyai kesempatan yang luas untuk berusaha.
- g. Dengan diterapkannya sistem bagi hasil maka *cash push inflation* yang ditimbulkan oleh perbankan sistem bunga dihapuskan sama sekali.

⁹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, h.5

Dengan demikian bank Islam akan dapat menjadi pendukung kebijaksanaan moneter yang andal.

- h. Penerapan sistem bagi hasil dan ditinggalkan nya system bunga menjadikan bank Islam lebih mandiri dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun luar negeri.
- i. Dengan diterapkannya sistem bagi hasil maka persaingan antar bank Islam berlaku secara wajar yang ditentukan oleh keberhasilan dalam membina nasabah dengan profesionalis medan pelayanan yang terbaik.
- j. Tersedianya fasilitas kredit kebijakan (*Al-qardul hasan*) yang tidak membebani nasabah dengan biaya apapun kecuali biaya yang dipergunakan sendiri seperti bea materai, biaya akta notaris, dan biaya studi kelayakan. Dana fasilitas ini diperoleh dari hasil pengumpulan zakat, infaq, shodaqoh para amil zakat yang masih mengendap di bank menunggu saatnya disalurkan kepada yang berhak.¹⁰

Fungsi dan peran Bank Syari'ah yang di antaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang di keluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut :

- a. Manajer investasi, Bank Syari'ah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, Bank Syari'ah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang di percayakan padanya
- c. Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, contoh: Kewajiban mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana sosial lainnya.¹¹

Perbankan syari'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syari'ah. Beberapa prinsip

¹⁰ Karnaen Perwaatmadja dan M syafi'i Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1992), h. 47- 48

¹¹ M. Sholahuddin, *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Surakarta: UMS Press, 2006), h. 19.

hukum yang dianut oleh sistem perbankan syariah antara lain :

- a. Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan
- b. Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
- b. Islam tidak memperbolehkan "menghasilkan uang dari uang".
- c. Uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinsik.
- d. Unsur gharar (ketidak pastian, spekulasi) tidak diperkenankan.
- e. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.
- f. Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam.
- g. Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan syariah¹²

Adapun produk-produk perbankan syariah terdiri dari produk penyaluran dana dan produk pelayanan jasa. (a) Produk Penyaluran dana, produk penyaluran dana di bank Syariah dapat dikembangkan dengan tiga model yaitu:

- 1) Transaksi pembiayaan yang ditunjukkan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.
- 2) Transaksi pembiayaan untuk mendapatkan jasa yang dilakukan dengan prinsip sewa.
- 3) Transaksi pembiayaan yang ditunjukkan untuk usaha kerja sama yang ditunjukkan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil¹³.

(b) Produk pelayanan jasa, terdiri dari:

¹² syariahbank.blogspot.com/2008_07_01_archive.htmw (UUBS), 13 juli 2011

¹³ M. Sholahuddin, h. 34

- 1) Alih utang-piutang (*Al-Hiwalah*), fasilitas hiwalah lazimnya digunakan untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya
- 2) Gadai (*Rahn*), memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dan memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria; milik nasabah sendiri, jelas ukuran, sifat dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai-nilai pasar, dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.
- 3) Pinjaman Kebaikan (*Al-Qardh*), digunakan untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek. Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial, dana ini diperoleh dari zakat, infaq dan sodaqoh.
- 4) *Wakalah*, nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer dan sebagainya.
- 5) *Kafalah*, bank garansi digunakan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn bisa juga dengan prinsip wadi'ah¹⁴

C. PREFERENSI

Secara umum, preferensi diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang digunakan. Kotler (2002) berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk dan atau jasa yang ada. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler, Preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional

¹⁴ M. Sholahuddin, h. 36

dan kecenderungan bertindak melalui obyek atau ide. Sementara Schiffman dan Kanuk menyatakan sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang dan setuju atau tidak setuju terhadap obyek.¹⁵ Dalam konsep perilaku konsumen, persepsi dari suatu obyek tersebut melalui perasaan dari penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan dan rasa. Akhirnya persepsi yang sudah mengendap dan melekat akan menjadi preferensi.

Preferensi adalah seperangkat obyek yang dinilai sesuai atau mendekati kesesuaian dengan persyaratan yang dikehendaki oleh konsumen. Konsep ini mengasumsikan bahwa seperangkat stimulasi yang diterima, seperti merek, produk, harga dan lainnya dapat disajikan dalam bentuk titik dalam suatu peta atau ruang multidimensi.¹⁶

Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk barang atau jasa dengan sumber daya terbatas, maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.¹⁷

Jadi preferensi adalah proses seseorang dalam memilih suatu informasi yang lebih disukai. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kesukaan, pilihan atau suatu yang lebih disukai oleh konsumen yang dalam hal ini adalah dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo

Seorang nasabah/konsumen didalam memperoleh barang atau jasa, tidak hanya ingin memiliki barang atau jasa, tetapi ada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seorang nasabah, yaitu:¹⁸

¹⁵ Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ed. 10, (Jakarta: Prehalindo 2000), h. 154

¹⁶ Titis Shinta Dhewi, *Analisis penentuan Posisi Merek Mobil Jenis Cry Car berdasarkan Persepsi dan Preferensi Konsumen di Kota Malang*, (Jakarta: Jurnal Ekonomi dan Manajemen: 2005), h. 58

¹⁷ Sri Hartoyo, *Persepsi, Preferensi dan Prilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa terhadap Pembayaran Non Tunai*, (Jakarta: Jurnal Ekonomi Bank Indonesia: 2006), h. 74

¹⁸ Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat: 2000), h.224

- a. Pengaruh kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang, faktor ini dipengaruhi oleh kelompok, keagamaan, nasionalisme, ras, dan letak geografis.
- b. Kelas Sosial, ada 4 hal yang mendasar timbulnya kelas sosial dimasyarakat, yaitu:
 1. Kekayaan
 2. Kekuasaan
 3. Kehormatan
 4. Tingkat penguasaan ilmu pengetahuan
- c. Kelompok referensi¹⁹

Kelompok referensi bagi seseorang akan memberikan pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang kelompok yang memberikan pengaruh langsung terdiri dari dua yaitu primer dan sekunder. Kelompok primer adalah kelompok yang didalamnya terjalin interaksi yang berkesinambungan dan cenderung bersifat informal. Contohnya keluarga, kawan, tetangga dan rekan kerja. Kelompok sekunder adalah kelompok yang didalamnya kurang terjalin interaksi yang berkesinambungan dan cenderung formal seperti: organisasi, keagamaan dan himpunan profesi

- d. Faktor Pribadi, Yang mempengaruhi faktor ini adalah:
 1. Umur dan Tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang dibentuk oleh tahapan siklus keluarga, orang dewasa biasanya mengalami perubahan tertentu ketika mereka menjalani hidupnya.
 2. Pekerjaan
 3. Ekonomi, yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya
 4. Gaya hidup, gaya hidup seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya, juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

¹⁹ Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 181

5. Kepribadian, merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

Selain faktor-faktor diatas perilaku-prilaku yang terbentuk dari seseorang dipengaruhi juga oleh persepsi. Persepsi menurut Willian J. Stanton adalah mana yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman lalu, stimulasi yang kita terima melalui indra..²⁰

Ada sejumlah sumber informasi yang digunakan seseorang dalam mengakses informasi, menurut kotler dan Amstrong ada empat sumber informasi yang menentukan untuk mengadopsi produk, yaitu²¹: pertama sumber pribadi, meliputi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan. Kedua sumber komersial, yaitu iklan. Ketiga, sumber publik, yaitu media masa, organisasi, penilai konsumen. Keempat, sumber eksperimental diantaranya penggunaan, penanganan produk.

Masing-masing informasi tersebut memberikan pengaruh yang berbeda-beda kepada seseorang dalam mengadopsi produk. Setelah mengenal seseorang mulai menimbang baik dan buruk, untung rugi dalam melakukan sesuatu atau memanfaatkan produk. Dalam tahap ini biasanya seseorang akan melakukan informasi dan membandingkan sesuatu atau produk tersebut dengan yang lain. Keyakinan terhadap sesuatu mendorong untuk mencoba produk tersebut. Proses ini sangat penting karena menentukan seseorang menerima atau menolak produk itu. Dalam proses mencoba, biasanya seseorang merasakan langsung dampak dari apa yang ia coba. Dari situlah seseorang akan menetapkan keputusan untuk menerima atau menolak. Apabila ia merasakan kecewa terhadap sesuatu, maka ia akan menolak.²²

Banyak orang yang menerima suatu produk dengan berbagai alasan. Mereka puas karena telah mendapatkan yang sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari

²⁰ TIM UIN dan Bank Indonesia, *Laporan Hasil Penelitian*, Jakarta, 2003, h. 48

²¹ Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 182

²² Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 185

perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan terhadap yang akan diterimanya setelah memakai suatu produk barang atau jasa. Sedangkan kinerja yang disampaikan adalah persepsi nasabah terhadap yang diterimanya setelah ia memakai suatu barang atau jasa. Ada beberapa faktor dalam memuaskan pelanggan (nasabah) yaitu²³:

1. Produk, pelanggan atau nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan produk berkualitas
2. Pelayanan, pelanggan atau nasabah akan merasa puas bila mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

Adapun Faktor-faktor yang menjadi dasar analisis preferensi nasabah/dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap Perbankan Syariah pada penelitian ini meliputi:

1. Trust (kepercayaan)
2. Religious (agama)
3. Provit (keuntungan)
4. Service (Layanan)
5. Promotion (Promosi)

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai preferensi nasabah terhadap Perbankan syariah. Disini akan dibahas secara deskriptif faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap Perbankan syariah.

1. Faktor Trust (Kepercayaan)

Kepercayaan masyarakat merupakan modal pokok dari kegiatan usaha bank, sementara dilain pihak bahwa bank merupakan urat nadi bagi kelancaran

²³ Rambat Lupyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 160

kegiatan perekonomian melalui fungsinya sebagai intermediary service. Menciptakan dan memelihara kepercayaan masyarakat terhadap bank, tidak hanya menjadi tanggung jawab industri perbankan, akan tetapi menjadi tanggung jawab pemerintah dengan lembaga-lembaga terkait. Dengan demikian kepercayaan masyarakat terhadap bank merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menjaga kontinuitas usaha bank, menciptakan dan menjaga kestabilan moneter disatu pihak dan stabilitas ekonomi dilain pihak.

Dari data penelitian yang berhasil dihimpun melalui melalui perhitungan skor yang diambil dari quisioner yang disusun berdasarkan beberapa indikator variabel. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, maka diperoleh data skor rata-rata indikator trust/kepercayaan adalah sebesar 20.23, skor minimum adalah sebesar 12 dan skor maksimum adalah 28 dengan standart deviasi 4.33, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 72.24 %. Ini berarti bahwa tingkat kepercayaan dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo tergolong **tinggi/baik**.

2. Faktor Profit/keuntungan

Yang membedakan antara investasi konvensional dengan investasi dengan sistem perbankan syariah adalah keuntungan yang diperoleh nasabah. Jika investasi konvensional mengenal keuntungan berupa bunga, lain halnya dengan investasi syariah yang menggunakan persentase bagi hasil atau nisbah. Sistem bagi hasil pada investasi syariah ini memberikan efek keadilan bagi para investor dan nasabah bank. Diawali dengan rasa kepercayaan dan dilengkapi dengan sistem perbankan ekonomi Islam yang memberikan rasa keadilan bagi para nasabah, investasi syariah ini berlaku universal bagi siapapun. Dikatakan menguntungkan karena dengan sistem bagi hasil dapat meminimalisir terjadinya kerugian akibat tingginya nilai bunga dan fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar yang sering kali membebani nasabah.

Dari data penelitian yang berhasil dihimpun melalui melalui perhitungan skor yang diambil dari quisioner yang disusun berdasarkan beberapa indikator variabel. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif,

maka diperoleh data skor rata-rata faktor profit/keuntungan adalah sebesar 10.00, skor minimum adalah sebesar 7 dan skor maksimum adalah 19 dengan standart deviasi 2.24, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 52.63%. Ini menunjukkan bahwa kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah dengan asumsi bahwa bank syariah sangat menguntungkan tergolong **sedang/cukup**.

3. Faktor Service/pelayanan

Hampir semua bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah, karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini, bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Yang *pertama* adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (*Customer Service Officer*) yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, Customer Service Officer harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya. *kedua* adalah faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung di atas, saling menunjang satu sama lainnya.

Dari data penelitian yang berhasil dihimpun melalui melalui perhitungan skor yang diambil dari quisioner yang disusun berdasarkan beberapa indikator variabel. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif,

maka diperoleh data skor rata-rata faktor service/pelayanan adalah sebesar 14.89, skor minimum adalah sebesar 10 dan skor maksimum adalah 25 dengan standart deviasi 3.01, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 59.54%. Ini menunjukkan bahwa kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah karena faktor pelayanan tergolong **sedang/cukup**.

4. Faktor Religius/agama

Faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya atau tetap loyal pada bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip-prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Faktor agamis, yaitu: adanya pemahaman terhadap agama yang dianut; merasa yakin bahwa yang dilakukan tidak bertentangan dengan agama atau sesuai dengan perintah agama. Nasabah memilih bank syariah adalah karena dia yakin bahwa bank syariah telah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan terbebas dari riba/bunga yang nota bene diharamkan oleh agama.

Dari data penelitian yang berhasil dihimpun melalui melalui perhitungan skor yang diambil dari quisioner yang disusun berdasarkan beberapa indikator variabel. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, maka diperoleh data skor rata-rata faktor religius/agama adalah sebesar 12.14, skor minimum adalah sebesar 7 dan skor maksimum adalah 15 dengan standart deviasi 2.17, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 80.95%. Ini menunjukkan bahwa kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah karena faktor religius/agama tergolong **tinggi/baik**.

5. Faktor Promosi/Promotion

Promosi merupakan kumpulan kiat insentif yang beraneka ragam. Kebanyakan berjangka pendek dirancang untuk pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen ataupun nasabah. Dari definisi ini maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh produsen atau pemasar untuk menginformasikan, mempengaruhi serta membujuk para calon pembeli tentang keberadaan suatu produk barang dan

jasa yang dihasilkan, agar konsumen tertarik untuk membeli serta menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Dari data penelitian yang berhasil dihimpun melalui melalui perhitungan skor yang diambil dari quisioner yang disusun berdasarkan beberapa indikator variabel. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, maka diperoleh data skor rata-rata faktor Promotion/promosi adalah sebesar 17.86, skor minimum adalah sebesar 5 dan skor maksimum adalah 23 dengan standart deviasi 4.20, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 77.64%. Ini menunjukkan bahwa kecenderungan dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo untuk memilih bank syariah karena faktor promosi tergolong **sedang/cukup**.

A. KESIMPULAN

Setelah melewati pembahasan pada beberapa bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap perbankan syariah terdapat lima faktor yang menjadi fokus pada penelitian ini, yaitu: trust, profit, service, religius, dan promosi.
2. Faktor Trust/kepercayaan, Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif menunjukkan, bahwa prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 72.24 %. Ini berarti bahwa tingkat Preverensi/kepercayaan dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap perbankan syariah tergolong **tinggi/baik**.
3. Faktor profit/keuntungan, Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif menunjukkan, bahwaProsentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 52.63%. Ini menunjukkan bahwa Preverensi /kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah dengan asumsi bahwa bank syariah sangat menguntungkan tergolong **sedang/cukup**.

4. Faktor service/pelayanan, dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif menunjukkan, bahwa Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 59.54%, Ini menunjukkan bahwa Preverensi/kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah karena faktor pelayanan tergolong **sedang/cukup**.
5. Faktor religius/agama, dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif menunjukkan, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 80.95%. Ini menunjukkan bahwa Preverensi/kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah karena faktor religius/agama tergolong **tinggi/baik**.
6. Faktor Promotion/promosi, dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif menunjukkan, Prosentase skor rata-rata terhadap skor maksimum adalah sebesar 77.64%. Ini menunjukkan bahwa Preverensi/kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah karena faktor promosi tergolong **sedang/cukup**.

DAFTAR PUSTAKA

- Hariahbank.blogspot.com/2008_07_01_archive.htmw (UUBS), 13 juli 2011
- Harian Republika, 15 Agustus 2002,*
- Hartoyo, Sri, *Persepsi, Preferensi dan Prilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa terhadap Pembayaran Non Tunai*, Jakarta: Jurnal Ekonomi Bank Indonesia: 2006.
- Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung : Nur Publishing, 2007.
- Kerlinger, Fred N., *Aspek-aspek Penelitian Behavioral*. Terjemahan oleh Landeng R. Simatupang. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1990
- Kotler, Philips, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat: 2000.
- Lupyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Moch Darsyah Sinungan, Manajemen Dana Bank, Jakarta: Rineka Cipta, 1990.*
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia UII, 2004.

- Permana, Arief R. dan Anton Purba, *Sekilas Ulasan UU Perbankan Syariah*, Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan, Volume 6, Nomor 2, Agustus 2008
- Purwaatmadja, Karnaen dan M syafi'i Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1992.
- Rahmawaty, Anita, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'h di Semarang*, Kumpulan Makalah ACIS "Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa", Palembang, 2008.
- Sholahuddin, M., *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*, Surakarta: UMS Press, 2006
- Sjahdeini, Sutan Remi, *Perbankan Islam*, Jakarta: Grafiti, 1998.
- Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 1994
- TIM UIN dan Bank Indonesia, *Laporan Hasil Penelitian*, Jakarta, 2003.
- UU Perbankan Syariah dan Surat Berharga Syariah Negara*, Fokus Media, 2008.