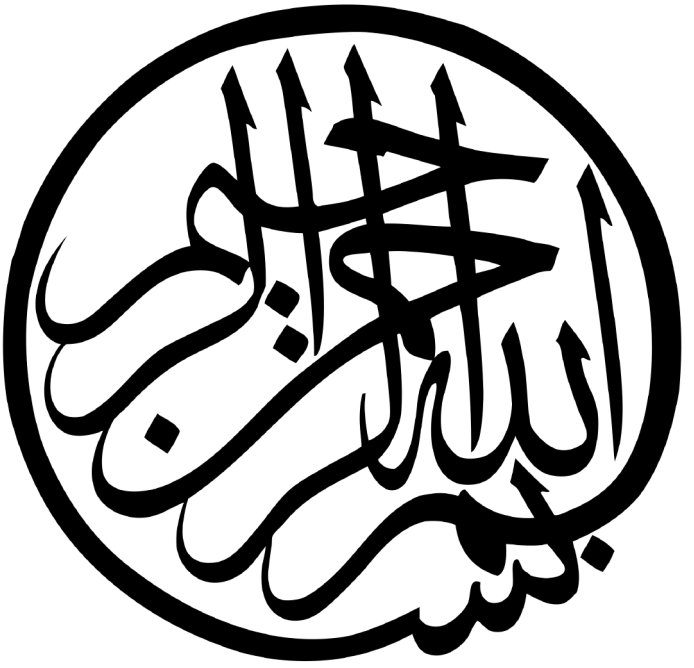
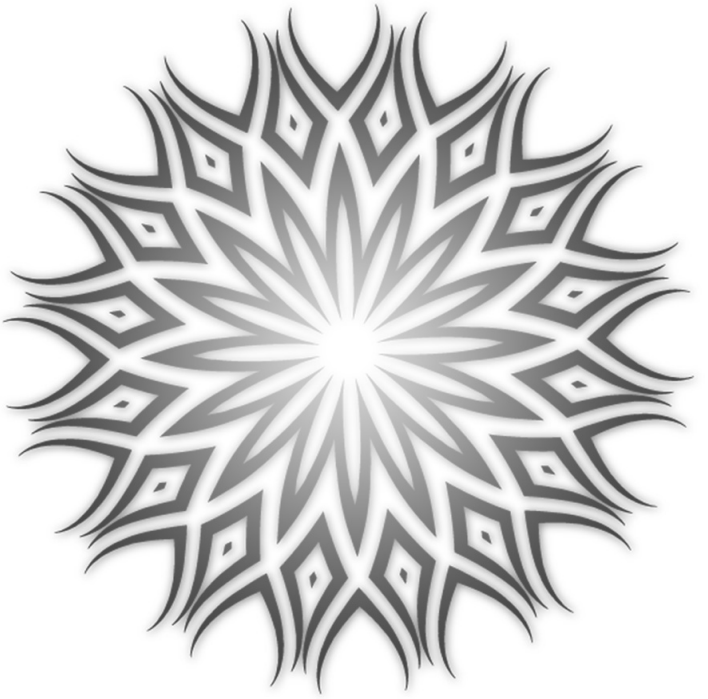

بسم الله الرحمن الرحيم

JURNAL
HUKUM ISLAM



Volume 14, No. 2, Desember 2016

P-ISSN: 1829-7382; E-ISSN : 2502-7719 Volume 14, Number 2, Desember 2016

Jurnal Hukum Islam (*Journal of Islamic Law*) – JHI, is a periodecally scientific journal publised by the Syariah and Islamic Economic Department, Islamic State College of Pekalongan Central Java Indonesia. The journal focuses its scope on the issues of islamic law. We invite scientist, scholars, researches, as well as profesionals in the field of Islamic law to publish their researches in our journal. This journal is published every June and December annually.

No part of this publication may be reproduced in any form without prior written permission from Jurnal Hukum Islam (JHI), to whom all request to reproduce copyright material should be derected. Jurnal Hukum Islam (JHI) grants authorisation for individuals to photocopy copyright material for private research use. This authorisation does not extend to any other kind of copying by any means, any form, and for any purpose other than private research use.

OPEN ACCES JOURNAL INFORMATION

Jurnal Hukum Islam (JHI) (*Journal of Islamic Law*) is commited to principle of knowledge for all. The journal provides full acces content at e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi

Mailing Address:
Jurnal Hukum Islam (JHI)
Syariah and Islamic Economic Department
Islamic State College of Pekalongan
Kusuma Bangsa Street Number 9 Pekalongan Regency, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418 Pekalongan Central Java Indonesia
Email (correspondence) : online.jhi@gmail.com
Website: e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi

EDITOR IN CHIEF

Mohammad Hasan Bisyri

EDITORIAL BOARD

Ahmad Tubagus Surur, AM Hafidz Ms, Kuat Ismanto, Agus Fakhrina, Isriani Hardini, Zawawi, Susminingsih

ADVISORY EDITORIAL BOARD

Dr. Asyari Hasan, M.Ag., IAIN Batusangkar Sumatera Barat, Indonesia.
Dr. Rosihan R., SH., M.Hum., Universitas Sultan Agung Semarang, Indonesia.
Dr. Ita Musyarofah, MA., UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia.
Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., MH., IAIN Pekalongan, Indonesia
Dr. Triana Sofiani, SH., MH., IAIN Pekalongan Jawa Tengah, Indonesia.
Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., IAIN Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia.
Dr. Ali Trigiyatno, M.Ag., IAIN Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia.
Dr. Akhmad Jalaludin, MA., IAIN Pekalongan Jawa Tengah Indonesia, Indonesia.

Staff

Mujiburrahman, Nafilah

P-ISSN: 1829-7382;
E-ISSN : 2502-7719

Daftar Isi

Kejahatan Seksual Pedofilia dalam Perspektif Hukum Pidana dan Islam

Eko Setiawan..... 1-25

Peran Politik Ekonomi Islam Dalam Melaksanakan Globalisasi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)

Ifdlolul Maghfur..... 27-52

Preferensi Masyarakat Terhadap Gadai Syariah (Studi Kasus Gadai Emas BRI Syariah Yogyakarta)

Muhammad Aris Safi'i 53-72

Kebijakan Distribusi dalam Pembangunan Ekonomi Islam

Naerul Edwin Kiky Aprianto..... 73-96

Perilaku Produksi Industri Batik Kota Pekalongan

Menurut Etika Produksi Islam

Tamamudin..... 97-114

The Impact of Religiousity To Preferences of Muslim's Investor In Capital Market

Rinda Asytuti..... 115-133

Zakat Profesi Antara Pendukung dan Penentangnya

Ali Trigiyatno 135-151

Perjuangan Ideologi dalam Fatwa (Studi terhadap Fatwa Tarjih Muhammadiyah)

Mohammad Hasan Bisyri 153-173

Preferensi Masyarakat Terhadap Gadai Syariah (Studi Kasus Gadai Emas BRI Syariah Yogyakarta)

Muhammad Aris Safi'i
IAIN Pekalongan Jawa Tengah Indonesia
ares.safe2@gmail.com

Abstract

Product diversification Islamic bank as one of services can encourage the emergence of customer preference towards Islamic Bank, and one of the products is the pledge of gold. The diversity of the people's choice for a product make marketing as the most important part, and the important stage of marketing is to analyze the behavior of customers. Through this research, we can know "the factors affecting customer referrers against pawn of gold in BRI Syariah Yogyakarta branch". The author attempted to examine and analyze five (5) factors; trust, religious, profit, service, and promotion. This study is a field research with qualitative methods based on primary and secondary data. The sampling method used purposive sampling, in which the data were collected through interviews to the management and customers, bank document tracking and deployment questionnaire to the respondent. The data analysis technique used is the analysis of frequency analysis which test the validity and reliability of the data questioner. The result found there were five factors in order are as follows: religious and trust get a high score, profit, service, and promotion.

Keywords: gold pawn sharia, preferences, sharia bank

Abstrak

Penganekaragaman produk bank syariah sebagai salah satu bentuk layanan yang dapat mendorong timbulnya preferensi nasabah terhadap Bank Syariah dan salah satu produknya adalah gadai emas. Hal ini

menjadikan setrategi pemasaran produk sebagai bagian terpenting, dan tahapan penting pemasaran adalah menganalisa perilaku nasabah. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini berfokus pada faktor yang mempengaruhi tingkat pereferensi nasabah terhadap gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Dengan menguji dan menganalisis 5 (lima) faktor yang diduga mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas yaitu faktor *trust*, *religious*, *profit*, *service*, dan *promotion*. Penelitian ini merupakan *field research* dengan metode kualitatif mendasarkan pada data primer dan sekunder dari observasi dan wawancara kepada pihak manajemen bank dengan sampel secara *simple purposive sampling*. Adapun tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis frekuensi yang menguji tingkat validitas dan reabilitas data koesioner. Ditemukan jawaban dari permasalahan penelitian ini yaitu lima faktor preferensi nasabah gadai emas mempunyai pengaruh dalam menggadaikan emas pada BRI Syariah Cabang Yogyakarta, faktor-faktor itu secara berurutan adalah sebagai berikut: religius dan *trust* dengan skor tinggi selanjutnya *profit, service*, dan *promotion*.

Kata kunci: gadai emas syariah, preferensi, bank syariah

1. Pendahuluan

Sejak jaman dulu emas dipercaya sebagai pelindung aset, karena dari dulu sampai sekarang harga emas naik terus. Dan emas akan diborong orang ketika terjadi kepanikan pasar yang bisa membahayakan profit negara, seperti inflasi tinggi, krisis keuangan dan perang. Emas mempunyai korelasi dengan instrumen investasi lain, emas sebagai pelindung aset yang aman dan *marketable* menginspirasi beberapa bank syariah untuk menerbitkan tabungan dalam bentuk investasi emas dengan model gadai emas. Dan penabung pun nantinya bisa mendapatkan emas 24 karat dari hasil tabungan emasnya.

Di beberapa negara Islam termasuk diantaranya adalah Malaysia, akad *rahn* telah dipakai sebagai alternatif dari pegadaian konvensional, Bank Islam Malaysia misalnya, mengeluarkan produk dengan nama *Ar-Rahnu Scheme*. Dalam skim ini, bank memberikan pinjaman *alqard* kepada pemohon dan pemohon memberikan barangnya sebagai jaminan

atas pinjaman tersebut. Bank menjamin keamanan barang tersebut dan mengenakan kepada nasabah *fee* atau upah atas jasa pemeliharaannya. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka produk gadai atau *ar-rahn* ini dapat diadopsi menjadi salah satu produk perbankan syariah. Mengenai gadai atau *rahn* ini telah disebutkan secara eksplisit di dalam UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan dan Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Kantor Bank Syariah dari Bank Indonesia.

Produk gadai emas sangatlah menguntungkan karena dengan memanfaatkan nilai gadai emas, nasabah dapat membeli emas logam mulia kembali dan mengadakan berbagai pola investasi dengan melakukan beberapa perhitungan sederhana. Misalnya, dengan menggadaikan emas 100 gram, akan mendapatkan maksimum 93% *value* dari nilai taksiran emas tersebut, nasabah bisa mendapatkan dana segar untuk kembali membeli emas. Produk gadai emas syariah mulai banyak dilirik nasabah sebagai alternatif sumber pembiayaan. Sejumlah penyedia jasa gadai emas syariah mengaku pengguna jasa ini tumbuh signifikan selama beberapa bulan belakangan.

Pada awalnya tabungan emas ini dipelolori oleh Bank HSBC Syariah, namun sekarang Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah pun tak mau ketinggalan dengan menerbitkan tabungan investasi emas yang menggunakan portofolio emas 24 karat. BRI Syariah terus mengembangkan program "berkebun emas" yaitu investasi berupa gadai logam mulia emas. Investasi dalam bentuk emas sangat menguntungkan karena harganya terus naik. Gadai Emas Syariah - BRI Syariah atau disebut juga pembiayaan Rahn merupakan penyerahan jaminan/hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) kepada bank sebagai jaminan atas pembiayaan (*qardh*) yang diterima. Peminat produk ini mengalami pertumbuhan cukup tinggi di BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Nasabah mulai banyak melirik produk ini karena bisa dijadikan sebagai alternatif sumber pembiayaan, dan menjadi salah satu produk unggulan di BRI syariah. Walaupun masih banyak masyarakat yang memandang miring bank syariah beserta produk-produknya, dengan menganggap perbankan syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional.

Struktur pengetahuan dan preferensi masyarakat yang sudah terbangun sejak lama tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada hanya perbankan yang bersaskan syariah Islam dengan alasan ini dirasa penting untuk dilakukan penelitian guna mengungkapkan tentang faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keberhasilan BRI Syariah dalam meraih omzetnya dari perencanaan semula. Apakah ada preferensi yang menonjol dalam BRI Syariah tersebut. Dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pada BRI syariah Cabang Yogyakarta, karena penulis melihat BRI Syariah tersebut sedang berkembang dengan pesatnya pada sektor gadai emas. Terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan. Kotler menetapkan faktor-faktor utama yang banyak mempengaruhi perilaku konsumen adalah; faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi (Kotler, 1997: 153).

Dalam Islam perilaku konsumen menekankan sikap untuk mengutamakan kepentingan orang lain. Hal ini sangat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam berkonsumsi, yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, murah hati, dan moralitas. Islam tidak menganjurkan umatnya untuk mencintai materi tetapi menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya. Sehingga dalam Islam, pemenuhan kebutuhan batiniah merupakan cita-cita tertinggi manusia dalam hidupnya dengan tidak meninggalkan pemenuhan kebutuhan jasmaninya (Mannan, 1999).

Preferensi nasabah terhadap bank syariah dipengaruhi oleh faktor religiusitas yang sangat dominan dalam pemilihan nasabah dan ini berdampak pada perkembangan BRI Syariah Yogyakarta yang cukup signifikan (Musyafa, 2005).

Preferensi nasabah pegadaian syariah dipengaruhi oleh lima faktor; *trust*, profit, *service*, religius, dan promosi yang mempengaruhi kecenderungan atau preferensi nasabah (Sahal, 2006). Kemudian penelitian mengenai preferensi nasabah *funding* di bank Muamalat Yogyakarta yang menyajikan hal-hal yang berhubungan dengan preferensi yang mendukung penelitian ini dalam mendeskripsikan tentang preferensi (Hidayatullah, 2006). Penelitian ini lebih difokuskan pada preferensi nasabah BRI Syariah cabang Yogyakarta terhadap

produk gadai emas syariah. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi fokus bahasan ini, yaitu apakah faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk gadai emas di BRI Syariah.

Ada beberapa tujuan dari pembahasan ini *pertama*, mengkaji permasalahan tentang perilaku nasabah dalam melakukan pilihan atas berbagai alternatif, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pilihan nasabah, faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan-permasalahan yang dimaksud adalah permasalahan yang berkaitan dengan variabel preferensi nasabah gadai emas syariah dengan indikator-indikator yang meliputi: *trust* (kepercayaan/keamanan), *riligious* (agama), *profit* (keuntungan), *service* (layanan), *promotion* (promosi). *Kedua,* mengetahui faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan nasabah dalam memilih berbagai alternatif diperlukan karena akan sangat membantu industri perbankan sebagai informasi untuk memahami nasabah, memasarkan produk perbankan kepada masyarakat. *Ketiga,* diharapkan menjadi bahan keilmuan dan referensi dalam penyusunan strategi untuk menangkap *floating Market* agar masyarakat mulai tertarik menggunakan produk gadai emas. Bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan kajian tentang preferensi nasabah bank syariah untuk dikembangkan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), pengumpulan data dengan observasi atau peneliti mengamati secara langsung perilaku nasabah dalam konteks preferensi nasabah dan melakukan wawancara yang terstruktur kepada pimpinan, pegawai bagain gadai emas dan *customer service* serta kepada nasabah gadai emas syariah. Cara mengambil sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebanyak 30 responden atau nasabah. Bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk gadai emas di bank Syariah. Hipotesis sementara mencoba menguji dan menganalis 5 (lima) faktor yang diduga mempengaruhi preferensi nasabah yaitu faktor *trust*, *religious*, *profit*, *service*, dan *promotion*.

3. Hasil Penelitian

3.1. Analisis Statistik Nonparametik Test dengan Chi-Square

Setelah dilakukan perhitungan dengan bantuan SPSS 17,0 dengan analisis data Statistik Nonparametik Chi-Square (Morgan,2004). Melalui cara memasukkan data hasil penelitian lapangan atas preferensi nasabah gadai emas terhadap BRI Cabang Yogyakarta terhadap 5 faktor yang diteliti, yaitu: *trust, profit, service, religius* dan promosi.

Berdasarkan analisis data Statistik Nonparametik Chi-Square dan probabilitas dapat diambil kesimpulan yang sama, yaitu Ha atau Hipotesis diterima, atau bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah cabang Yogyakarta yaitu: *trust, profit, service*, *religiuos*, dan *promotion* adalah diterima.

3.2. Analisis Hasil Penelitian Per Faktor

Berdasarkan ke lima faktor tersebut, selanjutnya dilakukan analisis per-atribut. Gambaran mengenai preferensi nasabah gadai emas diwujudkan dalam jawaban: (1) sangat setuju; (2) setuju; (3) Ragu-ragu; (4) tidak setuju; (5) sangat tidak setuju. Hasil penelitian lapangan akan dianalisis dengan dua model, yaitu pertama per faktor dan kedua membandingkan semua faktor yang telah ditentukan:

3.2.1. Trust

Kepercayaan (*trust*) menjadi katalisator bagi transaksi gadai emas yang membuat nasabah memiliki harapan besar untuk puas terhadap hubungan gadai tersebut. *Trust* menentukan putusan konsumen untuk menggadaikan emasnya di bank syariah. Faktor *trust* ini diwakilkan dengan tiga indikator di bawah ini.

1) Bertanggung Jawab Terhadap Resiko Nasabah

Tanggung jawab bank terhadap resiko yang dihadapi nasabah merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih gadai emas di BRI Syariah. Tanpa kepercayaan ini tentu nasabah enggan untuk melakukan transaksi gadai emas di BRI Syariah. Pemerintah juga telah menyatakan menjamin keamanan aset nasabah yang disimpan di bank. Namun demikian tetap perlu diteliti apakah nasabah gadai emas BRI Syariah Cabang Yogyakarta merasa bahwa BRI Syariah Cabang Yogyakarta bertanggungjawab pada

resiko yang dihadapi nasabah. Sebanyak 4 nasabah gadai emas atau 13,3% nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju; (2) sebanyak 23 nasabah atau 76,6% nasabah menyatakan setuju: (3) 3 nasabah atau 10 % nasabah gadai emas yang menyatakan ragu-ragu (4) untuk tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju, tidak ada satupun nasabah yang menjawab demikian.

Hal ini membuktikan bahwa tingkat kepercayaan nasabah tinggi ketika ada rasa aman karena adanya manajemen resiko yang baik dari bank. Sehingga faktor psikologi sebagai dasar dari indikator *trust* memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah gadai emas dalam menggadaikan emasnya di BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

2) Menjamin Keamanan Nasabah

Keamanan bank juga merupakan faktor yang sangat penting yang menjadikan nasabah menggadaikan emasnya di bank. Berdasarkan tanggapan nasabah gadai emas atas preferensi nasabah terhadap keamanan BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) sebanyak 4 nasabah gadai emas atau 13,3% nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju bahwa menjadi nasabah gadai emas karena terjamin keamanan nasabah; (2) sebanyak 22 nasabah atau 73,3% nasabah menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah gadai emas karena terjamin keamanan nasabah dan (3) 4 nasabah gadai emas atau 13,3% nasabah menyatakan keraguan menjadi nasabah karena jaminan keamanan; tidak ada nasabah atau 0% yang menjawab (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan BRI Syariah Cabang Yogyakarta mampu menjamin keamanan sehingga menjadi faktor preferensi nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah.

3) Tidak Berindikasi Pailit

Berdasarkan tanggapan nasabah gadai emas atas preferensi bahwa BRI Syariah Cabang Yogyakarta tidak berindikasi pailit adalah sebagai berikut: (1) sebanyak 22 nasabah gadai emas atau 73,3% nasabah gadai emas menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena tidak berindikasi pailit; (2) tidak ada nasabah menyatakan setuju dan; tidak ada nasabah atau 0% yang menjawab (3) ragu-ragu, (4) tidak setuju ada 8 nasabah atau 26,6% ;

(5) tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju menjadi nasabah karena tidak berindikasi pailit.

Berdasarkan uraian di atas membuktikan bahwa tingkat kepercayaan nasabah tinggi ketika ada rasa aman atau keamanan bank, keamanan terhadap resiko, tindak pidana dan pailit. Dan faktor *trust* mempunyai pengaruh positif terhadap preferensi nasabah gadai emas syariah dalam menggadaikan emasnya di BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Sehingga faktor psikologi sebagai dasar dari indikator *trust* memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah gadai emas dalam menggadaikan emasnya di BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

3.2.2. Profit

Bagi nasabah tentu tidak hanya mengharapkan keamanan dalam menabungkan dananya ke bank. Namun, terdapat *expected return* lain yang juga ingin mereka peroleh di antara keuntungan-keuntungan tersebut adalah : mendapatkan bagi hasil lebih tinggi dibandingkan bank lain, administrasi rendah, mendapatkan keuntungan lebih besar. Ketiga indikator tersebut merupakan faktor preferensi nasabah memilih produk gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta, hal ini daapat dilihat dari tanggapan nasabah sebagai berikut:

1) Memberikan Bagi Hasil Lebih Tinggi Dibandingkan Bank Lain

Dengan memberikan bagi hasil yang lebih tinggi dari bank lain memberikan pengaruh terhadap preferensi mereka hal ini dapat terlihat dari jawaban nasabah (1) tidak ada nasabah yang menjawab sangat setuju (2) sebanyak 22 nasabah gadai emas atau 73,3 % menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah gadai emas karena BRI Syariah Cabang Yogyakarta memberikan bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank lain; (3) tidak ada nasabah atau nasabah menyatakan ragu-ragu; dan (3) 8 nasabah atau 26,6 % nasabah gadai emas yang menyatakan tidak setuju; (4) untuk sangat setuju dan sangat tidak setuju 0 atau 0%.

2) Administrasi Rendah

Rendahnya biaya administrasi juga termasuk faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menentukan pilihannya. Tinggi rendahnya administrasi ini pula yang mempengaruhi nasabah dalam

menentukan di bank mana dia akan menitipkan uangnya. Berdasarkan tanggapan nasabah gadai emas atas pengaruh rendahnya biaya administrasi pada BRI Syariah Cabang Yogyakarta terhadap preferensi nasabah adalah sebagai berikut: (1) tidak ada atau 0% nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju: (2) sebanyak 4 nasabah atau 13,3% nasabah menyatakan setuju karena administrasinya rendah; dan (3) tidak ada nasabah atau 0% nasabah gadai emas yang menyatakan keraguan; (4) untuk tidak setuju mendapat nilai tinggi yaitu 26,6 atau 26,6% nasabah dan (5) dan 0 atau 0% jawaban nasabah yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini berarti bahwa biaya administrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah.

3) Memberikan Keuntungan Lebih Besar

Berdasarkan tanggapan nasabah gadai emas atas pengaruh keuntungan yang diberikan oleh BRI Syariah Cabang Yogyakarta terhadap preferensi nasabah adalah sebagai berikut: (1) tidak ada nasabah menyatakan sangat setuju; (2) sebanyak 14 nasabah atau 46,6 % nasabah gadai emas yang menyatakan setuju mereka menjadi nasabah gadai emas karena kemampuan dalam memberikan keuntungan lebih besar dibandingkan bank lain; (3) 13 nasabah yang menyatakan keraguannya atau 43,3% (4) untuk tidak setuju terdapat 3 nasabah atau 10 %; dan (5) adapun nasabah yang sangat tidak setuju tidak ada atau 0%.

Profit sebagai salah satu indikator yang mewakili faktor budaya atau merupakan faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas. Memiliki pengaruh yang tidak cukup tinggi namun sudah bisa menjadi faktor penentu dalam mengambil keputusan mengingat gadai emas di BRI Syariah memiliki fasilitas *top up*. Selain nilai agama juga terdapat dalam penerapan pemberian profit seperti dalam sistem bagi hasil sehingga perilaku konsumen yang islami juga dapat terlihat disini.

3.2.3. *Service* **(**pelayanan**)**

Pelayanan yang dilakukan oleh BRI Syariah cabang Yogyakarta dengan memberikan pelayanan yang cepat, mudah, dan bersikap sopan. Demi menarik nasabah para petugas menerangkan dan menjelaskan

produk secara jelas sehingga nasabah paham akan produk gadai emas tersebut. Dan memungkinkan nasabah untuk mengambil keputusan dalam memilih produk emas.

Indikator pelayanan di sini akan terwujud ketika adanya faktor dari dalam atau psikologi yang mendorong untuk menentukan, karena adanya rasa nyaman dari pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah cabang Yogyakarta kepada nasabah. Seperti diungkapkan Kotler bahwa pelayan merupakan tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Namun akan mempengaruhi psikologi seseorang dalam memberikan respon.

1) Dikelola Secara Profesional

Tanggapan nasabah gadai emas, atas pengaruh tingkat profesionalitas pengelolaan layanan yang diberikan oleh BRI Syariah Cabang Yogyakarta terhadap preferensi nasabah adalah sebagai berikut: (1) sebanyak 3 nasabah gadai emas atau 10% nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju bahwa mereka menjadi nasabah karena pengelolaan dilakukan secara profesional; (2) sebanyak 23 nasabah atau 76,6% nasabah menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah karena pengelolaan dilakukan secara profesional; dan (3) 4 nasabah atau 13,3% nasabah gadai emas yang menyatakan keraguan mereka menjadi nasabah karena kemampuan dalam memberikan pengelolaan secara profesional; sedangkan (4) untuk jawaban tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju, tidak ada atau 0% hal ini menunjukkan bahwa BRI Syariah Cabang Yogyakarta telah dianggap telah memberikan pelayanan profesional.

2) Memberikan Kemudahan pada Nasabah

Tanggapan nasabah gadai emas atas pengaruh kemudahan yang diberikan BRI Syariah Cabang Yogyakarta terhadap preferensi nasabah adalah sebagai berikut: (1) tidak ada nasabah gadai emas atau 0 % nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju: (2) sebanyak 22 nasabah atau 73,3 % nasabah menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah karena BRI Syariah Cabang Yogyakarta memberikan kemudahan pada nasabah; (3) tidak ada jawaban tentang keraguan; (4) 8 nasabah atau 26,6 % nasabah menyatakan tidak setuju; serta (5) untuk

sangat tidak setuju, tidak ada nasabah yang memberikan jawaban tersebut atau 0%.

3) Pelayanan yang Memuaskan Nasabah

Tanggapan nasabah gadai emas atas pengaruh pelayanan yang diberikan BRI Syariah Cabang Yogyakarta terhadap preferensi nasabah gadai emas adalah sebagai berikut: (1) tidak ada nilai yang diberikan nasabah gadai emas atau 0 % nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju; (2) sebanyak 14 nasabah atau 46,6 % nasabah menyatakan setuju bahwa bahwa mereka menjadi nasabah gadai emas karena BRI Syariah Cabang Yogyakarta memberikan pelayanan yang memuaskan padas nasabah; sedangkan (3) 13 nasabah atau 43,3 % nasabah yang menyatakan keraguan mereka menjadi nasabah; (4) 3 nasabah atau 10% nasabah menyatakan tidak setuju; serta (5) untuk sangat tidak setuju tidak ada atau 0 %.

Berdasar jawaban nasabah pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap preferensi nasabah gadai emas syariah dalam menggadaikan emasnya di BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Dilihat pada setiap itemnya yang tinggi, ini berarti semakin baik pelayanan yang diberikan maka preferensi nasabah dalam menggadaikan emas semakin tinggi. Jika nilai- nilai yang diharapkan oleh nasabah terpenuhi dari produk gadai emas serta seluruh aspek tersebut yang menyertainya, maka nasabah akan merasa puas terhadap produk tersebut dan menilai bahwa produk tersebut mempunyai kualitas baik.

3.2.4. *Religious*

Perilaku konsumsi yang islami tidak menitik beratkan pada materi tetapi menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya. Faktor religious sebagai salah satu faktor preferensi, tidak hanya bertujuan mendapatkan materi atau keuntungan tetapi juga cara mendapatkan materi yang sesuai dengan prinsip syariah.

1) Beroperasi Sesuai dengan Prinsip Syariah

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan nilai- nilai agama Islam, inilah salah satu di antara perbedaan mendasar dari bank syariah dengan bank konvesional. BRI Syariah

tentu ingin mencitrakan bahwa memang benar-benar menjalankan bank berprinsip syariah, namun juga benar-benar menjalankanya.

Tanggapan nasabah mengenai pengaruh beroperasinya BRI Syariah Cabang Yogyakarta sesuai dengan prinsip syariah terhadap preferensi nasabah gadai emas adalah sebagai berikut: (1) sebanyak 4 nasabah gadai emas atau 13,3% nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju; (2) sebanyak 22 nasabah atau 73,3 % nasabah menyatakan setuju menjadi nasabah karena BRI Syariah Cabang Yogyakarta beroperasi sesuai dengan syariah; dan tidak terdapat satupun nasabah yang memberikan nilai (3) 4 nasabah atau 13,3 % menyatakan ragu-ragu (4) tidak setuju; dan (5) untuk sangat tidak setuju.

2) Produk Tidak Mengandung Riba dan Bunga

Tidak mengandung bunga, karena memang diharamkan. Merupakan salah satu nilai inti yang ditawarkan oleh bank syariah. selanjutnya bank syariah mengubah saluran haramnya bunga tersebut dengan pendapat dari bagi hasil. Pengaruh atas produk BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang tidak mengandung riba dan bunga terhadap preferensi nasabah gadai emas adalah sebagai berikut: (1) tidak ada nasabah atau 0 % nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju; (2) sebanyak 22 nasabah atau 73,3 % nasabah gadai emas menyatakan setuju; (3), untuk ragu-ragu tidak ada nasabah yang menyatakan keraguan, sedangkan untuk (4) tidak setuju sebanyak 8 nasabah atau 26,6 % nasabah yang memberikan nilai tidak setuju atas pengaruh produk BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang tidak mengandung riba dan bunga atas preferensinya dan; (5) untuk sangat tidak setuju tidak terdapat satupun nasabah yang menilai demikian.

3) Menghindari Bisnis Haram

Di antara nilai yang terkandung dalam ajaran Islam yang menjadi dasar operasi bank syariah adalah diharamkanya bisnis yang haram, semisal: jual beli *khamer*, babi, dan segala bentuk kemaksiatan lainnya. Berdasarkan tanggapan nasabah diketahui pengaruh atas produk BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang menghindari bisnis haram terhadap preferensi nasabah gadai emas adalah sebagai berikut: (1) sebanyak 3 nasabah gadai emas atau 10 % nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju bahwa preferensi mereka berdasar pada BRI Syariah Cabang

Yogyakarta menghindari bisnis haram; (2) sebanyak 4 nasabah atau13,3 % nasabah menyatakan setuju; dan (3) ada 4 nasabah atau 13,3 % yang memberikan nilai ragu-ragu; sedangkan untuk (4) sedangkan jawaban untuk tidak setuju sangat tinggi yaitu 26 nasabah yang menyatakan tidak setuju dan (5) untuk sangat tidak setuju tidak terdapat satupun nasabah yang menilai demikian.

Nasabah memilih BRI Syariah Cabang Yogyakarta salah satunya karena faktor agama yaitu untuk menjalan syariat Islam dengan kegiatan perekonomian. Pertimbangan agama yaitu pertimbangan yang mengandung nilai agama (preferensi religiusitas) seperti terungkap dalam item-item di atas. Kesadaran masyarakat akan agama di sini sangat tinggi hal ini terlihat dari pemberian nilai yang dilakukan oleh nasabah. Sehingga tingkat preferensi nasabah terhadap gadai emas syariah di BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang dipengaruhi oleh faktor *religious* sangatlah tinggi.

3.2.5. *Promotion*

Dalam penelitian ini akan diteliti tiga cara promosi yang selama ini dilakukan, dengan harapan akan diperoleh gambaran pengaruh masing-masing jenis promosi. Tiga hal itu adalah: ajakan teman, ajakan karyawan BRI Syariah , dan lewat iklan dan brosur.

1) Mengikuti Ajakan Teman

Besarnya pengaruh ajakan teman terhadap preferensi nasabah atas BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) tidak ada nasabah atau 0 % nasabah gadai emas nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju bahwa mereka menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena mengikuti ajakan teman; (2) sedangkan 22 nasabah atau 73,3% nasabah menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena mengikuti ajakan teman; dan (3) 0 % atau tidak jawab nasabah yang menyatakan ragu-ragu (4) untuk jawaban tidak setuju terdapat 8 nasabah atau 26,6 % ; dan (5) tidak terdapat nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju.

2) Diajak Karyawan BRI Syariah

Komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga

bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator merupakan langkah yang dilakukan pegawai atau karyawan untuk menarik nasabah menggadaikan emas. Besarnya pengaruh ajakan karyawan terhadap preferensi nasabah atas BRI Syariah cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) untuk jawaban sangat setuju, tidak ada nasabah yang memberi nilai; (2) hanya sebanyak 4 nasabah gadai emas atau 13,3 % nasabah gadai emas menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena mengikuti ajakan karyawannya; (3) 0% atau tidak ada nasabah menyatakan ragu-ragu (4) untuk jawaban tidak setuju terdapat 26 nasabah atau 86,6% yang menyatakan bahwa mereka menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena mengikuti ajakan karyawan, dan (5) tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju.

3) Lewat Iklan dan Brosur

Pengaruh dari Faktor adanya iklan atau brosur terhadap preferensi nasabah atas BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) tidak ada nasabah gadai emas menyatakan sangat setuju 0% (2) untuk yang menyatakan setuju sebanyak 8 nasabah atau 26,6 % nasabah gadai emas menyatakan setuju bahwa mereka menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena adanya iklan dan brosur; (3) untuk ragu-ragu, tidak terdapat jawaban (4) untuk menjawab tidak setuju terdapat 22 nasabah atau 73,3 % yang menyatakan bahwa mereka menjadi nasabah gadai emas BRI Syariah Cabang Yogyakarta karena adanya iklan dan brosur; (5) sedangkan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada.

Berdasarkan tiga indikator promosi di atas dapat disimpulkan bahwa promosi sebagai alat komunikasi antara bank dengan nasabah dan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam menggadaikan emasnya di BRI Syariah cabang Yogyakarta, tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dilihat dari pemberian nilai oleh nasabah yang rata-rata memberi nilai yang kecil. Untuk mempromosikan produk gadai emas, salah satunya bank mengadakan seminar tentang gadai emas "berkebun emas". Promosi sebagai wakil dari indikator sosial di sini kurang memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah cabang Yogyakarta.

3.3 Analisis Data Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memaparkan gambaran variabel-variabel penelitian melalui nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Berikut hasil pengolahan analisis statistik deskriptif untuk setiap variabel penelitian.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Trust	30	3.81	.701	2	5
Profit	30	2.72	.887	2	4
Service	30	3.60	.747	2	5
Religiuos	30	3.81	.701	2	5
	30	2.76	.975	2	4

Dari tabel di atas terlihat jelas *mean* dari setiap indikator, standar deviasi, dan nilai minimum serta nilai maksimum, nilai *trust* dan religius yang tertinggi sedangkan nilai profit yang terendah. Dari angket yang disebar sebanyak 30 menghasilkan data bahwa preferensi nasabah terhadap gadai emas di BRI Syariah cabang Yogyakarta dipengaruhi oleh faktor *trust* sebesar 3,81 atau 22,8 %. Nilai tersebut diperoleh dari rata-rata nilai yang diberikan oleh nasabah terhadap tingkat *trust* yang dimiliki bank. Dilihat dari faktor *religious* sebesar 3,81, hal ini dikarenakan responden sadar betul akan pentingnya aktifitas ekonomi yang sesuai syariat Islam yaitu tidat terdapat unsur riba dan melakukan konsumsi tidak hanya berdasarkan *utility* tetapi juga dengan pertimbangan *basic need*.

Selanjutnya faktor *service* yang memiliki nilai rata-rata sebesar 3.60, hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah cabang Yogyakarta nilai memberikan kenyamanan oleh nasabah, meskipun tidak mendapat nilai tertinggi dalam hal faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas. Untuk faktor profit mendapatkan nilai rata-rata 2,72 hal ini karena nasabah merasa profit yang diberikan masih kurang dan biaya administrasi yang menurut para responden masih sama dengan bank- bank lain. Faktor promosi

mendapatkan nilai sebesar 2,76 nilai ini cenderung rendah mengingat promosi merupakan salah satu sarana komunikasi dengan nasabah, di sini nasabah merasa kurang mendapat pengetahuan tentang gadai emas dari bank.

Dari pemaparan di atas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah, tentang analisis faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah *funding* terhadap Bank Muamalat Indonesia. Dimana hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa yang menjadi faktor utama dari pemilihan Bank Muamalat oleh nasabah *funding* adalah *religious.* Dan teori faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau preferensi yang dikemukakan oleh Lutpi dapat di terapkan dalam penelitian ini, faktor *trust*, profit, *service*, religius, dan promosi.

4. Pembahasan

Rahn secara harfiah adalah tetap, kekal, dan jaminan. Secara istilah *rahn* adalah apa yang disebut dengan barang jaminan, agunan, cagar, atau tanggungan. Rahn yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang (Basyir, 1993: 50). Akad *rahn* bertujuan agar pemberi pinjaman lebih memercayai pihak yang berutang. Pemeliharaan dan penyimpanan barang gadaian pada hakekatnya adalah kewajiban pihak yang menggadaikan (*rahin*), namun dapat juga dilakukan oleh pihak yang menerima barang gadai (*murtahin*) dan biayanya harus ditanggung *rahin*. Besarnya biaya ini tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman (Wasilah, 2008: 245).

Barang gadai berupa emas tentu tidak ada biaya pemeliharaan, yang ada adalah biaya penyimpanan. Penentuan besarnya biaya penyimpanan dilakukan dengan akad *ijarah*. Pada saat jatuh tempo yang berutang berkewajiban untuk melunasi utangnya. Apabila tidak dapat melunasinya maka barang gadaian dijual kemudian hasil penjualan bersih digunakan untuk melunasi utang dan biaya pemeliharaan yang terutang. Dalam *Rahn*, barang gadaian tidak otomatis menjadi milik pihak yang menerima gadai (pihak yang memberi pinjaman) sebagai pengganti piutangnya. Dengan kata lain fungsi Rahn di tangan *murtahin* hanya berfungsi sebagai jaminan utang dari *rahin*, barang gadaian tetap milik orang yang berutang.

Saat ini banyak Bank yang berbasis Syariah mengeluarkan produk gadai emas, salah satunya adalah BRI Syariah dengan menerapkan dua model dalam menggadai emas. *Pertama*; menggadai emas secara murni (*rahn*) yaitu menggadai emas yang bertujuan mendapat uang atau modal tidak untuk investasi, dan atau sebagai lindung aset. *Kedua,* menggadaikan emas dengan tujuan berinvestasi, untuk mendapatkan keuntungan di masa datang.

Preferensi diasumsikan sebagai pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari pemeringkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan, kegunaan yang ada atau sumber dari motivasi. Dalam hal ini Ketertarikan nasabah gadai emas sangat dipengaruhi oleh aspek-aspek yang melekat pada bank. Kualitas aspek-aspek tersebut akan menentukan besar kecilnya minat nasabah berhubungan dengan bank. Penelitian ini berusaha mengungkap aspek-aspek tersebut melalui beberapa analisis faktor preferensi sehingga dapat memetakan pengaruh preferensi nasabah gadai emas dari sejumlah faktor yang diteliti di BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

Faktor-faktor yang diteliti adalah sebagai berikut: *Pertama*, *Trust* yang merupakan faktor kepercayaan, kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa (Sunarto, 2006: 236) dengan indikator; bertanggung jawab terhadap resiko nasabah, menjamin keamanan nasabah dan tidak berindikasi pailit. *Kedua, Profit* diartikan sebagai tingkat keuntungan yang di peroleh nasabah dengan indikator; Memberikan bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank lain, Administrasi rendah, dan memberikan keuntungan lebih besar. *Ketiga, Service* yang berkaitan erat dengan kepuasan nasabah dalam menerima layanan dan bagaimana nasabah diperlakukan dengan indikator; dikelola secara professional, memberikan kemudahan pada nasabah, dan pelayanan yang memuaskan. *Keempat, religious* diartikan sebagai suatu cara pandang mengenai agamanya serta bagaimana menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari (Earnshaw, 2000) dengan indikator; beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, produk tidak mengandung riba dan bunga, dan menghindari bisnis haram. *Kelima*, *Promotion* diartikan sebagai segala bentuk komunikasi untuk *to inform, to persuade*, atau mengingatkan tentang produk (Simamora,

2003) dengan indikator; mengikuti ajakan teman, diajak karyawan BRI Syariah, dan lewat iklan dan brosur.

Berdasarkan teori Kotler tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Dapat dilihat dari tiga faktor dasar, yaitu; faktor sosial, faktor psikologis, faktor pribadi dan faktor budaya. Kelas sosial dalam faktor sosial menjadikan indikator profit sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah walaupun tidak berpengaruh besar, setiap individu mempunyai keinginan untuk meningkatkan taraf hidupnya. Sehingga akan menimbulkan stratifikasi sosial, semakin tinggi taraf hidupnya semakin tinggi pula kelas sosialnya. Hal ini menimbulkan motivasi dalam pencarian profit yang tinggi.

Promosi merupakan wakil dari faktor budaya yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah Yogyakarta, karena promosi dilakukan dengan pendekatan budaya atau populer baik melalui media ataupun langsung dari seseorang. Faktor budaya kaitannya dengan preferensi nasabah gadai emas dipahami lingkungan sekitar atau orang di sekitar memiliki peran untuk menentukan keputusan seseorang. Bagi nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta faktor ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan

Faktor psikologis yang mempunyai pengaruh terhadap motivasi, persepsi, pengetahuan serta keyakinan dan pendirian, merupakan kerangka dirumuskannya indikator *trust,* dan *religious* preferensi nasabah akan meningkat atau tinggi ketika memiliki *trust* atau kepercayaan terhadap bank atas keamanan bank baik dari segi likuiditas dan keamanan emas yang digadaikan. Dan Faktor *religious* diartikan sebagai tahap hidup seseorang muslim dalam memperoleh harta yang halal, serta dorongan untuk memilih keputusan yang benar dalam hal berbisnis atau bermuamalah yang dalam hal ini adalah menggadai emas. Bermuamalah yang sesuai syariah untuk mendapatkan ketenangan pribadinya baik lahiriyah atau batiniah. Kedua faktor ini merupakan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah gadai emas di BRI Syariah cabang Yogyakarta.

Pelayanan terhadap nasabah akan mempengaruhi pribadi nasabah dalam memilih produk bank. Faktor pribadi diwakilkan dengan faktor preferensi *service* atau pelayan, rasa aman dan nyaman akan mendorong nasabah untuk memilih gadai emas. Namun faktor ini bukan merupakan faktor utama yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah cabang Yogyakarta.

Perilaku preferensi nasabah yang merupakan studi tentang cara individu, kelompok, organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini memberikan petunjuk dalam memperbaiki dan memperkenalkan produk atau jasa, menetapkan profit, perencanaan pemasaran, dan mengembangkan kegiatan pemasaran. Perilaku nasabah gadai emas BRI Syariah Cabang Yogyakarta lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang terwakili oleh faktor *trust* dan *religious* dengan nilai rata-rata tanggapan nasabah yang tinggi.

5. Kesimpulan

Setelah melewati pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Dari hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta dapat diketahui bahwa: *trust*, *profit*, *service*, *religious*, dan *promotion* merupakan faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau preferensi nasabah gadai emas syariah memilih menggadaikan emasnya di BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Tingkat validitas dari masing-masing faktor memiliki tingkat yang cukup, seperti diungkapkan dalam hasil uji coba validitas instrumen untuk variabel preferensi. Dan indikator *trust* dan *religious* memiliki nilai *mean* yang tinggi sehingga dapat diketahui bahwa preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta lebih banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai *trust* dan *religious*.

Daftar Pustaka

Basyir, Ahmad Azhar. (1993). *Hukum Islam Tentang Riba, Utang-Piutang Gadai*. Bandung: Al-Ma'arif.

Earnshaw, E.L. (2000). "Religious Orientation and Meaning in Life"; An Exploratory Study". Departement of Psychology: Central Modist Collage.

Hidayatullah, M. F (2006). Preferensi Nasabah Funding Terhadap Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta. Tesis. Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

http://www.brisyariah.co.id

Kotler, Philip. (1997). *Manajement Pemasaran, Analisis, Perencanaan,, Implementasi dan Pengendalian*, jilid I, alih bahasa Jaka Wasana, Jakarta: Prenhallindo.

Lutpi, Sahal. (2007). Preferensi Nasabah Pegadaian Syariah di Yogyakarta. *Tesis.* Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: UIN Suka Yogyakarta.

Mannan, Muhammad A. (1999). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Dana Bakti Wakaf, Yogyakarta.

Morgan, George A., dkk. (2004). *SPSS for Intoductory Statistic*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Association.

Mu'alim, Amir, *Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah*, MSI_UII. http://www.ekonomiislam.com.

Musyafa' (2005). Preferensi Masyarakat dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Bank Syariah (Studi atas Bank BRI Syariah Yogyakarta). *Tesis*. Yogyakarta: Progam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sangarimbun, Masri, dkk., (1989). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.

Simamora, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sunarto. (2006). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Cet. 1. Yogyakarta: UST Press.

Wasilah, Sri Nuryati (2008), *Akuntansi Syariah di Indonesia,* Jakarta: Salemba Empat.