

Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)

Fahd Noor

Alumnus Program Studi Ekonomi Islam
STEI Tazkia

Yulizar Djamaludin Sanrego

Staf Pengajar Program Studi Ekonomi Islam
STEI Tazkia

Abstraksi

Sebagai basis pendidikan Islam, pondok pesantren berpotensi besar dalam pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia khususnya di DKI Jakarta. Namun potensi tersebut belum diperhatikan secara maksimal oleh praktisi perbankan syariah. Hal ini dapat diindikasikan dengan masih minimnya masyarakat pesantren yang menjadi nasabah bank syariah. Tulisan ini ingin melihat sejauh mana preferensi masyarakat pesantren terhadap bank syariah khususnya di DKI Jakarta, dengan menggunakan metode regresi logistik (Logit) yang terdiri dari variabel dependen ($Y_0 = \text{Non-nasabah}$ dan $Y_1 = \text{Nasabah}$) dan beberapa variabel independen yang terdiri dari pendidikan, penghasilan, pengetahuan, akses, profesionalitas, fasilitas, popularitas dan bunga bank. Dari hasil hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa pengetahuan dan akses sangat berpengaruh positif terhadap masyarakat pesantren. Sementara profesionalitas dan fasilitas justru berpengaruh negatif, hal ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat pesantren terhadap bank syariah sehingga mereka tidak berminat menggunakan bank syariah bahkan lebih cenderung menggunakan bank konvensional. Sosialisasi akan perbankan syariah di Indonesia khususnya di DKI Jakarta terhadap masyarakat masih sangat minim khususnya masyarakat pesantren, dibutuhkanannya peran dari seluruh *stake holder* untuk mendukung serta mensosialisasikan perbankan syariah secara berkelanjutan dan tepat sasaran.

JEL Classification : G21,

Kata Kunci : Perbankan syariah, Masyarakat pesantren, Preferensi

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari proses perekonomian untuk menunjang hidup di dunia. Adapun sistem perekonomian saat ini semakin maju, sehingga diperlukan langkah-langkah dalam rangka memudahkan manusia bertransaksi. Khususnya segala bentuk transaksi yang sesuai dengan ajaran-ajaran Islam, diantaranya larangan praktek riba. Dengan hadirnya perbankan syariah, masyarakat pesantren telah memperoleh solusi agar terhindar dari transaksi ribawi yang dilakukan perbankan konvensional.

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia khususnya di DKI Jakarta merupakan suatu perwujudan permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan / keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Perkembangan sistem perbankan dan keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya hukum-hukum dasar operasional melalui UU No.7 tahun 1992 tentang Perbankan yang diubah dengan UU No. 10 tahun 1998, UU No.23 tahun 1999 dan UU No.9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia. Pada kenyataannya praktek bank syariah saat ini belum banyak dimengerti oleh masyarakat baik dalam bentuk kegiatan usaha, produk dan jasanya yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah. Keberadaan bank syariah merupakan sesuatu yang relatif baru bagi masyarakat, meskipun sudah sekitar 17 tahun yang lalu sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992.

Di Provinsi DKI Jakarta menyebar pesantren-pesantren sebagai basis masyarakat pesantren. Kekuatan pesantren yang terstruktur seharusnya dapat lebih diberdayakan dalam peningkatan perekonomian baik untuk pesantren itu sendiri, wilayah disekitarnya maupun yang lebih luas dan tidak menutup kemungkinan bila diberdayakan dengan benar pesantren akan dapat menjadi kekuatan ekonomi yang dapat menguatkan pondasi perekonomian nasional khususnya dengan prinsip yang Islami. Maka sesuai latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor pengetahuan, profesionalitas, akses, fasilitas, bunga bank, popularitas, mempengaruhi perilaku masyarakat pesantren yang menjadi nasabah dan non nasabah bank syariah di DKI Jakarta dan Untuk mengetahui faktor manakah yang lebih dominan mendorong masyarakat pesantren untuk memilih bank syariah di DKI Jakarta.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Pengertian 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. *Engel et al. (1994)* mengemukakan beberapa faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam perilaku konsumen dan faktor-faktor penentu tersebut dapat di bagi menjadi dua faktor utama (*Umar Husein, 2005*):

1) Faktor Lingkungan. Perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti:

- a. Budaya,
- b. Kelas sosial,
- c. Pengaruh pribadi.

2) Faktor Psikologis. Faktor ini adalah proses pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari :

- a. Motivasi dan keterlibatan
- b. Persepsi
- c. Proses belajar / pengetahuan
- d. Kepercayaan, demografi dan sikap

2.2. Pondok Pesantren dan Masyarakat Pesantren

Pondok pesantren adalah suatu pendidikan khas Indonesia yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta telah teruji kemandiriannya sejak berdirinya hingga sekarang. Pada awal perdirinya bentuk pondok pesantren masih sangat sederhana kegiatannya hanya berasal dari dalam masjid dan kemudian dibangunlah asrama-asrama untuk tempat tinggal santrinya. Pondok Pesantren memiliki 3 peran utama (*Depag RI*) :

1. Sebagai lembaga pendidikan Islam
2. Lembaga Dakwah
3. Lembaga pengembangan masyarakat

Dalam perkembangannya, pondok pesantren menjelma sebagai lembaga sosial yang memberikan warna khas bagi perkembangan masyarakat sekitarnya. Peranannyapun telah melebar menjadi agen pembaharuan (*Agen of change*) dan pembangunan bangsa. Disamping itu pula sebagai lembaga pemberdayaan ekonomi umat, karena pada beberapa pesantren telah memiliki koperasi dan unit-unit usaha di berbagai bidang misalnya : agribisnis, agroindustri, budidaya dan lainnya.

Adapun yang dimaksud dengan masyarakat pesantren adalah (*Hamidi, 2007*) :

- a. Kyai, ustad, dan ulama : sebagai pengajar dan pengajur dakwah Islam, dan mengambil peran lanjut orang tua.
- b. Santri pondok pesantren : siswa yang belajar di pondok pesantren, baik mereka yang bermukim di pondok maupun yang tidak bermukim.
- c. Alumni pondok pesantren: merupakan mereka yang telah menamatkan program studinya di pondok pesantren.
- d. Masyarakat yang berada di sekitar pesantren : Merupakan masyarakat yang berada di sekitar pondok pesantren.

2.3. Bank Syariah

Menurut Adiwarmanto Karim dalam bukunya *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, bahwa bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang.

“Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak

jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrument atau operasinya bebas dari bunga. Bank syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan social”(Rivai, veithzal 2007).

Di dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak Zaman Rasulullah Saw. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah Saw. Dengan demikian, fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana, dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan umat Islam, bahkan sejak zaman Rasulullah Saw.

Bank Syariah adalah lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika Islam, seperti bebas bunga (riba), bebas dari praktik spekulatif (maysir), dan bebas dari hal yang meragukan (gharar). Seperti yang tertulis dalam Al-Qur’an dengan bunyi:

“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah, dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.” (Q.S. Al-Baqoroh: 276)

2. 3.1 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Berkembangnya perbankan Syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia mengalami kemajuan serta pertumbuhan yang meningkat. Hal ini dibuktikan dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 90-an. Adapun pertumbuhan jumlah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) serta jumlah jaringan kantor dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 2.1. Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia

	2005	2006	2007	2008	Nov-2009
Bank Umum Syariah					
• Jumlah Bank	3	3	3	5	6
• Jumlah Kantor	304	349	401	581	701
Unit Usaha Syariah					
• Jumlah UUS	19	20	26	27	25
• Jumlah Kantor	154	183	196	241	286
Bank Pembiayaan Syariah					
• Jumlah Bank	92	105	114	131	139
• Jumlah Kantor	92	105	185	202	224
Total Kantor	550	637	782	1024	1211

Sumber :Laporan Direktorat Perbankan Syariah BI 2009 dan diolah.

2.2 Studi Literatur

Tabel 2.2. Matrik Studi Literatur

NO	PENELITI / TAHUN	JUDUL	HASIL
1	Bank Indonesia (2001)	<i>Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Barat</i>	Menunjukkan bahwa 20% masyarakat menyatakan bunga haram, 39% menyatakan tidak tahu/ ragu-ragu, dan 41% menyatakan bahwabunga itu tidak haram
2	Irbid dan Zarka (2001)	<i>Faktor yang mendorong masyarakat memilih Bank konvensional dan Syariah</i>	Motivasi nasabah dalam memilih bank syariah cenderung didasarkan kepada motif keuntungan, bukan kepada motif keagamaan.
3	Bank Indonesia dan Pusat Studi Ekonomi Islam dan Bisnis Univ. Brawijaya Malang (2000)	<i>Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Timur</i>	Perbedaan penting masyarakat dalam memilih bank terletak pada faktor kelompok acuan, peran dan status, kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, ukuran produk, jaminan dan periode pembayaran
4	Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor (2004)	<i>Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan</i>	Menunjukkan bahwa 94.5% responden setuju dengan peranan perbankan dalam kehidupan sehari-hari, dengan alasan utama menguntungkan masyarakat dan permodalan. Berdasarkan kelompok responden bank konvensional menyatakan 79,3% sistem bunga bertentangan dengan ajaran agama dan cenderung menyatakan penolakan pada sistem konvensional. namun d isisi lain, mereka adalahnasabah bank konvensional.sehingga terdapat ketidak konsistennannya perilaku konsumen.
5	Dr. Jazim Hamidi, dkk (2006 / 2007)	<i>Persepsi dan sikap masyarakat santri jawa timur terhadap bank syariah</i>	Alasan masyarakat santri di Jawa Timur memilih Bank Syariah adalah : Kesesuaian dengan ajaran Islam, keamanan, dan kepercayaan. Walaupun masih banyak yang menggunakan Bank Konvensional karena faktor lokasi danlain-lain.
6	Bank Indoneia dan Institut Pertanian Bogor (2000)	<i>Bank Syariah : Potensi, preferensi dan perilaku masyarakat di wilayah Jawa Barat</i>	Kecenderungan terhadap perbankan konvensional lebih dominan dibandingkan perbankan syariah, hal ini dikarenakan pertimbangan pelayanan, fasilitas, kredibilitas,dan status bank. Sehingga menganggap fasilitas danpelayanan Bank Syariah masih minim.
7	Bank Indoneia dan Institut Pertanian Bogor (2003)	<i>Potensi, preferensi dan perilaku mayarakat terhadap bank syariah di wilayah Sumatera Selatan</i>	Terdapat ketidak konsistennan didalam perilaku konsumen.Sebagian besar menyatakan dukunganya terhadap BankSyariah dan setuju dengan sistem bagi hasil, namun di sisi lain sebagian besar adalah nasabah bank konvensional.
8	Ascarya (2005)	<i>Pemetaan Hasil Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Indonesia</i>	Motivasi dalam memilih bank syariah pada penghimpunan dana yaitu dalam rangka menjalankan syariah agama yang tidak menggunakan system bunga, alasan dominan berikutnya berupa aspek system bagi hasil yang jelas dan pelayanan yang cepat. Sama halnya di dalam produk pembiayaan.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Sumber Data

Data Sekunder

Diperoleh dari pencatatan dan studi kepustakaan melalui laporan – laporan yang mendukung penelitian, diantaranya data laporan pertumbuhan pesantren, perbankan syariah baik yang diperoleh dari Bank Indonesia, Departemen Agama, Badan Kerjasama Pondok Pesantren se-Indonesia (BKsPPI) maupun instansi lainnya serta membaca literature yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Data Primer

Data ini dikumpulkan dengan cara peneliti menyebar kuisioner kepada para masyarakat pesantren yang merupakan nasabah maupun non-nasabah perbankan syariah.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Dalam hal ini yang mencakup:

a. Populasi pesantren yang berada di Propinsi DKI Jakarta.

Jumlah populasi pesantren di Provinsi DKI Jakarta kurang lebih 45 Pondok pesantren namun pada penelitian ini penulis hanya mengambil populasi pada katagori pondok pesantren modern dan berpengaruh di wilayah DKI Jakarta.

Adapun jumlah pondok pesantren modern di Propinsi DKI Jakarta saat ini berjumlah 5 pondok pesantren, yaitu :

1. Pondok Pesantren Darunnajah, Ulujami Jakarta Selatan
2. Pondok Pesantren As-syidiqiyah, Kedoya Jakarta Barat
3. Pondok Pesantren Al-Itqon, Jakarta Barat
4. Pondok Pesantren Darurrahman, Jakarta Selatan
5. Pondok Pesantren Az-ziyadah, Jakarta Timur

b. Populasi masyarakat pesantren adalah:

1. Santri tingkat akhir
2. Pengurus pesantren (ustadz/ustadzah)
3. Masyarakat sekitar pondok pesantren

Sampel bertujuan atau *purposive sample*

Purposive sampel adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau teknik yang berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Narbuko, 2004)

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, yaitu menanyakan beberapa pertanyaan, selanjutnya jika orang tersebut telah memenuhi kriteria untuk menjadi responden maka orang tersebut diminta kesediaannya untuk diwawancarai atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner penelitian (Umar, 2003). Adapun jumlah responden keseluruhan berjumlah 304 responden dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.1 Karakteristik Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	210	69,1%
2	Guru	51	16,9%
3	PNS	5	1,7%
4	Pegawai swasta	16	5,3%
5	Wiraswasta	6	2,0%
6	Lainnya	16	5,3%
Total		304	100%

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Adapun variabel dependennya adalah preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah dengan asumsi jika $Y = 0$ maka bukan nasabah bank syariah, dan jika $Y = 1$ maka merupakan nasabah bank syariah.

$Y = 0$ = Non-Nasabah bank syariah

$Y = 1$ = Nasabah bank syariah

Variabel Independen

Beberapa variable yang akan menentukan pilihan responden adalah :

1. Pendidikan, pekerjaan dan tingkat penghasilan per-bulan.
2. Pengetahuan : pengetahuan masyarakat pesantren terhadap perbankan syariah.
3. Profesionalitas : pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah secara keseluruhan yang diukur dari pelayanan *front office* maupun *back office*.
4. Akses : kemudahan untuk mengakses produk atau layanan bank syariah.

5. Fasilitas : berupa kemudahan nasabah dalam hal menarik dan atau menyimpan di bank syariah
6. Fatwa MUI tentang Riba : akan mempengaruhi persepsi masyarakat tentang haramnya bunga bank, merupakan aspek moral dan agama.
7. Popularitas atau ketenaran bank syariah : Sejauh mana publikasi, sosialisasi serta kekuatan akan bank syariah saat ini.
8. Keuntungan : besar kecilnya bagi hasil / bunga yang ditawarkan, sehingga akan mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang diperoleh.
9. Produk : variasi dan pilihan produk bank syariah yaitu produk– produk yang ditawarkan oleh bank syariah dengan prinsip penghimpunan dana, seperti tabungan mudharabah, tabungan wadiah, tabungan batara, deposito mudharabah dan sebagainya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket), terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Dalam penyusunan kuisioner ini penulis menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif.

1. Metode Kualitatif

Hal ini dilakukan dengan cara : a.) Analisis karakteristik yang terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan tiap bulan. b.) Analisis variabel produk yang digunakan, meliputi pengetahuan, layanan, akses, bunga bank, fasilitas, popularitas dan produk bank syariah.

2. Metode Kuantitatif

Data yang berasal dari opini responden yang bersifat kuantitatif diubah menjadi angka-angka, sehingga dapat dilakukan analisis secara kuantitatif (*Kuncoro, 2007*), yaitu dengan cara menilai/memberi bobot pada jawaban yang diberikan oleh responden. Adapun metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah model regresi dengan dependen variabel yang bersifat kualitatif, yaitu model logit.

4. Analisis Dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggunakan tabel yang menyajikan sesuatu yang terjadi yang dinyatakan dalam persentase. Dari 304 responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti dapat diketahui perbedaan karakteristik antara responden yang satu dengan yang lainnya.

Tabel 4.1. Distribusi Menurut Jenis Kelamin dan Nasabah

<i>No</i>	<i>Jenis Kelamin</i>	<i>Nasabah</i>	<i>Persentase</i>	<i>Non-Nasabah</i>	<i>Persentase</i>	<i>Jumlah</i>	<i>Persentase</i>
1	Perempuan	20	7	104	34	124	41
2	Laki-laki	73	24	107	35	180	59
	Total	93	31	211	69	304	100

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.2. Distribusi Menurut Tingkat Penghasilan

No	Tingkat penghasilan	Nasabah	Persentase	Non-Nasabah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	0 – Rp. 500.000,00	68	22,4	161	53	229	75,4
2	Rp. 500.001-Rp. 1.000.000	13	4,3	31	10,2	44	14,5
3	Rp. 1.000.001-Rp.1.500.000	7	2,3	9	3	16	5,3
4	Rp. 1.500.001-Rp.2.000.000	3	1	5	1,6	8	2,6
5	Rp. 2.500.000-Rp. 3.000.000	0	0	1	0,3	1	0,3
6	≥. Rp.3.000.000	2	0,7	4	1,3	6	2
	Total	93	30,6	211	69,4	304	100

Tabel 4.3. Distribusi Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Nasabah	Persentase	Non-Nasabah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	65	21,4	145	47,7	210	69,1
2	Guru	18	5,9	33	10,9	51	16,9
3	PNS	2	0,7	3	1,0	5	1,7
4	Pegawai swasta	6	2,0	10	3,3	16	5,3
5	Wiraswasta	1	0,3	5	1,6	6	2,0
6	Lainnya	1	0,3	15	4,9	16	5,3
	Total	93	30,6	211	69,4	304	100

Tabel 4.4. Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Pekerjaan	Nasabah		Non-Nasabah		Jumlah	Persentase
1	SD	1	0,3	7	2,3	8	2,6
2	GSMP/MTS	1	0,3	4	1,3	5	1,6
3	MA / ALIYAH	74	24,3	164	53,9	238	78,3
4	DIPLOMA	2	0,7	20	6,6	22	7,2
5	S1	14	4,6	16	5,3	30	9,9
6	S2	1	0,3	0	0	1	0,3
	Total	93	30,6	211	69,4	304	100

4.2 Analisis data dan pembahasan

Penulis menggunakan metodologi Regresi Logistik (Logit) dengan menggunakan aplikasi SPSS.

H_0 = Model Fit

H_1 = Model Tidak Fit

Dengan hasil pengujian data menggunakan model regresi logistic adalah fit atau sudah sesuai, karena nilai-p (0,623) dimana alpha sebesar 5 . Maka nilai-p(0,623) > alpha 5 maka terima H_0 artinya model regresi logistik fit.

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Regresi Logistik

Hoermer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6,213	8	,623

Tabel 4.7. Hasil Pengaruh Variabel Independen (Keseluruhan)

Variables in the Equation

Step		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95.0% C.I. for Exp(B)	
								Lower	Upper
1	X1			9,958	5	,310			
	X1(1)	,277	,388	,510	1	,475	1,320	,616	2,825
	X1(2)	1,047	1,215	,742	1	,389	2,849	,263	30,844
	X1(3)	,173	,684	,064	1	,800	1,189	,311	4,541
	X1(4)	-,312	1,257	,062	1	,804	,732	,062	8,590
	X1(5)	-2,411	1,270	3,603	1	,058	,090	,007	1,082
	X2			2,202	5	,821			
	X2(1)	-,423	1,039	,166	1	,684	,655	,086	5,019
	X2(2)	-,435	1,080	,162	1	,687	,648	,078	5,375
	X2(3)	,486	1,179	,170	1	,680	1,627	,161	16,387
	X2(4)	-,035	1,293	,001	1	,976	,966	,077	12,167
	X2(5)	-22,234	40192,970	,000	1	1,000	,000	,000	-
	X3	1,238	,290	18,209	1	,000	3,448	1,963	6,089
	X4	-,682	,312	4,772	1	,029	,505	,274	,932
	X5	,901	,258	12,221	1	,000	2,461	1,485	4,078
	X6	-,017	,230	,006	1	,940	,983	,626	1,544
	X7	-,961	,308	9,709	1	,002	,383	,209	,700
	X8	-,116	,182	,408	1	,523	,890	,623	1,271
	Constant	-1,974	1,423	1,923	1	,166	,139		

Dari hasil output di atas dapat diketahui bahwa yang sangat mempengaruhi preferensi masyarakat pesantren terhadap bank syariah adalah X3 = Pengetahuan, X4 = Profesionalitas, X5 = Akses dan X7 = Fasilitas. Dengan interpretasi sebagai berikut :

1. Pengaruh X3 (PENGETAHUAN) nyata terhadap Y, nilai-p (0.000) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X3 (PENGETAHUAN) berpengaruh nyata terhadap Y (Nasabah). Koefisien X3 (1,238) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai PENGETAHUAN maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin tinggi. Dari nilai Odds ratio dengan nilai 3,448 yang artinya setiap kenaikan satu satuan PENGETAHUAN maka meningkatkan peluang untuk menjadi nasabah (1) sebesar 3,448 kalinya dibanding peluang untuk non nasabah (0).
2. Pengaruh X4 (PROFESIONALITAS) nyata terhadap Y, nilai-p (0.029) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X4 (PROFESIONALITAS) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X4 (-0.682) dimana koefisien pengaruh bertanda negatif, artinya semakin tinggi nilai PROFESIONALITAS maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin rendah.
3. Pengaruh X5 (AKSES) nyata terhadap Y, nilai-p (0.000) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X5(AKSES) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X5 (0.901) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai PENGETAHUAN maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin tinggi. Dari nilai Odds ratio dengan nilai 2,461 yang artinya setiap kenaikan satu satuan AKSES maka meningkatkan peluang untuk menjadi nasabah (1) sebesar 2,461 kalinya dibanding peluang untuk non nasabah (0).

4. Pengaruh X7 (FASILITAS) nyata terhadap Y, nilai-p (0.002) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X7(FASILITAS) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X4 (-0.961) dimana koefisien pengaruh bertanda negatif, artinya semakin tinggi nilai FASILITAS maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin rendah. Dari nilai Odds ratio dengan nilai 0,383 yang artinya setiap kenaikan satu satuan FASILITAS maka meningkatkan peluang untuk menjadi nasabah sebesar 0.383 kalinya dibanding peluang untuk non nasabah (0). Artinya peluang menjadi non nasabah lebih besar 0.383 dibanding peluang menjadi nasabah (1).

Dalam bab ini penulis mencoba membahas per-kategori yaitu pelajar dan non-pelajar, dikarenakan jumlah responden secara keseluruhan didominasi oleh pelajar sebanyak 210 responden dari total 304 responden, walaupun hasilnya nanti tidak mencerminkan secara keseluruhan data yang didapat, hal ini dilakukan karena ingin melihat apakah pengaruh antara pelajar dan non pelajar yang telah menjadi nasabah maupun non-nasabah sama dengan hasil secara keseluruhan.

4.2.1 Pelajar

Tabel 4.10. Hasil Pengaruh Variabel Independen (Pelajar)

		Variable in the Equation					95.0% C.I. for EXP(B)		
		B	SE	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Lower	Upper
Step 1	X2			3,292	4	,520			
	X2(1)	-,503	,565	,822	1	,365	,605	,204	1,794
	X2(2)	-,121	1,281	,009	1	,925	,886	,072	10,900
	X2(3)	,848	1,298	,427	1	,514	2,338	,183	28,753
	X2(4)	1,850	1,355	1,864	1	,172	6,353	,447	90,616
	X3	1,185	,369	10,339	1	,001	3,272	1,589	6,740
	X4	-,022	,388	,003	1	,954	,978	,458	2,091
	X5	,978	,317	9,510	1	,002	2,658	1,428	4,948
	X6	-,137	,295	,214	1	,641	,872	,489	1,556
	X7	-1,322	,378	12,248	1	,000	,267	,127	,559
X8	,053	,216	,059	1	,808	1,054	,690	1,610	
	Constant	-3,345	1,250	7,162	1	,007	,035		

a. Variable(s) entered on step 1: X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8.

1. Pengaruh X3 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.001) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X3(PENGETAHUAN) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X3 (1,185) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai PENGETAHUAN maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin tinggi.
2. Pengaruh X5 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.002) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X5(AKSES) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X5 (0.978) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai AKSES maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin tinggi.
3. Pengaruh X7 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.000) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X7 (FASILITAS) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X4 (-1.322) dimana koefisien pengaruh bertanda negatif, artinya semakin tinggi nilai FASILITAS maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin rendah.

4.2.2 Non-Pelajar

Tabel 4.11. Hasil Pengaruh Variabel Independen (Non Pelajar)

Variables in the Equation									
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95.0% C.I. for EXP(B)		
							Lower	Upper	
Step 1	X1		5.362	4	.262				
	X1(1)	.957	1.606	.366	1	.551	2.604	.112	80.497
	X1(2)	-.124	.822	.023	1	.881	.884	.176	4.427
	X1(3)	.186	1.400	.020	1	.887	1.215	.076	18.958
	X1(4)	-3.539	1.639	4.664	1	.031	.029	.001	.721
	X2		1.621	5	.896				
	X2(1)	.631	.705	.802	1	.371	1.880	.472	7.490
	X2(2)	1.076	.960	1.284	1	.257	2.933	.486	18.870
	X2(3)	.206	1.600	.017	1	.896	1.228	.053	28.265
	X2(4)	-22.274	40192.970	.000	1	1.000	.000	.000	.
	X2(5)	-19.281	20757.214	.000	1	.896	.000	.000	.
	X3	2.415	.803	9.038	1	.003	11.185	2.317	53.995
	X4	-2.914	.866	10.632	1	.001	.054	.009	.315
	X5	1.400	.711	3.975	1	.049	4.055	1.007	16.334
	X6	-.009	.501	.000	1	.999	.991	.371	2.646
	X7	.071	.766	.006	1	.926	1.074	.240	4.810
	X8	-1.080	.504	4.688	1	.032	.339	.126	912
	Constant	-.656	2.212	.088	1	.767	.519		

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8.

Dari output diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh X1-4 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.031) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X1-4(Gaji antara Rp. 2.000.000 – Rp 3.000.000) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X1-4 (-3,539) dimana koefisien pengaruh bertanda negatif, artinya semakin tinggi nilai Pendapatan antara Rp. 2 juta – 3 juta maka peluang untuk menjadi non-nasabah (0) semakin tinggi.
2. Pengaruh X3 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.003) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X3(PENGETAHUAN) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X3 (2,415) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai PENGETAHUAN maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin tinggi.
3. Pengaruh X4 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.001) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X4 (PROFESIONALITAS) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X4 (-2,914) dimana koefisien pengaruh bertanda negatif, artinya semakin tinggi nilai PROFESIONALITAS maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin rendah.
4. Pengaruh X5 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.049) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X5(AKSES) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X5 (1.400) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai Akses maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin tinggi.
5. Pengaruh X8 nyata terhadap Y, Nilai-p(0.032) < alpha 5 maka tolak H0 artinya X7(Bunga Bank) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X8 (-1.080) dimana koefisien pengaruh bertanda negatif, artinya semakin tinggi nilai Bunga Bank maka peluang untuk menjadi nasabah (1) semakin rendah.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari analisis data dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa secara umum faktor pengetahuan dan akses berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam memilih serta menabung di perbankan Syariah di DKI Jakarta, sebaliknya fasilitas dan profesionalitas berpengaruh negatif. Analisis penulis menyatakan bahwa penyebab berpengaruh negatifnya fasilitas dan profesionalitas dilandasi dengan minimnya pengetahuan masyarakat pesantren terhadap bank syariah, hal ini dibuktikan dengan minimnya responden yang menjadi nasabah bank syariah. Pengetahuan masyarakat pesantren terhadap bank khususnya bank syariah sangat minim, hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menyatakan belum mengetahui akan bank syariah dan belum menjadi nasabah bank syariah. Responden yang menyatakan sudah menjadi sebanyak 93 nasabah, sedangkan yang belum menjadi nasabah sebanyak 211 responden.

5.2 Saran

Diperlukannya peran seluruh stakeholder ekonomi Islam didalam mensosialisasikan perbankan syariah kepada masyarakat umum dan masyarakat pesantren khususnya secara berkelanjutan dan tepat sasaran. Pengetahuan masyarakat pesantren akan perbankan khususnya perbankan syariah masih sangat minim, perlunya penambahan akan materi ekonomi Islam di dalam kurikulum pesantren guna meningkatkan minat serta membangun pengaruh positif terhadap ekonomi Islam khususnya bank syariah.

Daftar Pustaka

Antonio, M. Syafi'i, 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Gema Insani Press, Jakarta

Ascarya, 2005, *Pemetaan Hasil Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Indonesia* Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, Bank Indonesia. Jakarta

_____, 2006, *Pemetaan Potensi Perbankan Syariah di Indonesia dan Strategi Pengembangannya*. Dipresentasikan dalam "Seminar dan Koloqium Nasional: Perkembangan Sistem Keuangan Syariah di Indonesia Kini dan Tantangan Hari Esok", Institut Teknologi Bandung.

_____, 2007, *Pemetaan Potensi Perbankan Syariah di Indonesia dan strategi Pengembangannya*, Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, Bank Indonesia, Jakarta, dipublikasikan di *TAZKIA Islamic Finance and Business Review*, Vol.2, No.1, Juni, 2007

Bank Indonesia, Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran dengan Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB. 2006, *Persepsi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Non Tunai*.

- _____, 2005, *Laporan Akhir Pemetaan Hasil-Hasil Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan dan Direktorat Perbankan Syariah. Bank Indonesia, Jakarta
- _____, 2003, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Utara*, Bank Indonesia, Jakarta.
- _____, 2003, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Selatan*, Bank Indonesia, Jakarta.
- _____, 2003, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan*, Bank Indonesia, Jakarta.
- _____, 2009, *Laporan Statistik Perbankan Syariah November 2009*. Bank Indonesia, Jakarta
- Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya. 2000. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Timur*. Bank Indonesia, Jakarta
- Departemen Agama RI Direktorat pembinaan perguruan tinggi agama Islam dan Direktorat jendral pembinaan kelembagaan agama Islam, 2000, *Direktori Pondok Pesantren*. Jakarta.
- Departemen Agama RI Direktorat pembinaan perguruan tinggi agama Islam dan Direktorat jendral pembinaan kelembagaan agama Islam, 2008, *Direktori Pondok Pesantren*. Jakarta
- Narbuko, Chalil, Abu Achmadi, 2004, *metodologi penelitian*, Penerbit Bumi Askara, Jakarta.
- Hamidi, Jazim Dr, dkk. *Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur Terhadap Bank Syariah*.
- James F, Roger, dkk. 1994, *Perilaku Konsumen*. Binarup Aksara, Jakarta
- Kuncoro, Mudjarad, 2007, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. IPD STIM YKPN, Yogyakarta
- Ratnawati, Anny, 2000, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Barat*. Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan bekerjasama dengan Institut Pertanian Bogor. Bank Indonesia, Jakarta.
- Suharso, Puguh, 2010, *Model Analisis Kuantitatif*, Indeks, Jakarta
- Umar, Husein, 2005, *Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Pt GramediaPustaka Utama bekerjasama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC).
- Widya, Rani L. 2006. *Preferensi dan Permintaan Masyarakat terhadap Produk – Produk Bank Syariah (Studi Kasus : Bank BTN Syariah dan Bank BNI Syariah di Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta.