

Dr. Ida Nurlaeli, M. Ag



PROBABILITAS KEPUTUSAN MEMILIH Bank Syariah

CV. RIZQUNA



BANK
SYARIAH

CV. RIZQUNA

PROBABILITAS

Keputusan Memilih

Bank Syariah

CV. RIZQUNA

Dr. Ida Nurlaeli, M. Ag



Sangsi pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PROBABILITAS
Keputusan Memilih
Bank Syariah

Probabilitas Keputusan Memilih Bank Syariah

Penulis:

Dr. Ida Nurlaeli, M. Ag

Editor :**Perancang Sampul :**

Tim Rizquna

Layout : Abdi

Penerbit Rizquna

Anggota IKAPI No. 199/JTE/2020

Jl. KS Tubun Gang Camar RT

05/04, Karangsalam Kidul,

Kedungbanteng,

Banyumas, Jawa Tengah

Email: cv.rizqunaa@gmail.com

Layanan SMS: 085257288761

Penerbit dan Agency

CV. Rizquna

Karangsalam Kidul,

Kedungbanteng, Banyumas, Jawa

Tengah

Email: cv.rizqunaa@gmail.com

Cetakan I, April 2022

Temukan Kami di :

 www.rizquna.id

 cv_rizqunaa@gmail.com

 [cv_rizquna](https://www.instagram.com/cv_rizquna)

 085257288761

Hak Cipta dilindungi Undang-undang
All Right Reserved

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

viii + 135 hlm; 14 x 21

ISBN : 978-623-5999-66-1

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari Penerbit Rizquna

Apabila menemukan kesalahan cetak dan atau kekeliruan informasi
pada buku harap menghubungi redaksi Rizquna. Terima kasih.

PRAKATA PENULIS

Alhamdulillah, atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini. Syukur yang tak terkira, setelah melewati waktu yang cukup lama akhirnya penulis dapat merangkai dan mengolah tulisan-tulisan hingga menjadi buku yang jauh dari kata sempurna ini berhasil penulis hadirkan kepada pembaca.

Buku ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang bergelut di bidang ekonomi dan hukum ekonomi Islam, para ekonom, akademisi, praktisi dan para mahasiswa jurusan ekonomi dan hukum ekonomi Islam.

Buku yang berada di tangan pembaca ini berisi beberapa analisis penulis tentang pengaruh perbedaan pendapat tentang hukum bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual dalam memilih dan bertransaksi dengan sebuah lembaga keuangan syariah tertentu, sehingga bermanfaat untuk menentukan arah penetrasi pemasaran lembaga keuangan syariah serta penulis ingin membaginya kepada para pembaca. Tulisan dalam buku ini terbagi

menjadi beberapa bab, dari mulai latar belakang masalah, landasan teori, metode yang digunakan untuk meneliti dan hasil penelitian serta analisis atau solusi atas permasalahan yang ada.

Bersama terbitnya buku ini, penulis ucapkan terima kasih tak terhingga kepada Allah SWT, kepada kedua orangtua yang tak kenal lelah memotivasi. Terima kasih pula kepada sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan semangat dan energi positifnya. Dan tidak lupa kepada suami tercinta Eko Kuswanto Ketawikrama yang senantiasa membantu, memberikan izin dan waktu luang bagi penulis, serta buah hati tercinta kami, Kuntayudha Ahsana, Jaisyul Usrah Haedar, Dahlan Rasyid Ramadhan dan Azamta Zahidan, semoga kelak kalian gemar membaca, menulis dan mendalami ilmu pengetahuan.

Akhir kata, semua kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam buku ini adalah murni kedangkalan analisis penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya, dan sudilah kiranya pembaca memberikan saran dan kritik demi perbaikan. Semoga menjadi semangat penulis untuk senantiasa belajar dan meneliti. Paling akhir, semoga buku ini dapat memberikan manfaat baik kepada penulis sendiri maupun pembaca umumnya. Aamiin....

Dr. Ida Nurlaeli, M. Ag.

DAFTAR ISI

PRAKATA PENULIS	v
Daftar Isi	vii
BAB I	
Sikap Masyarakat terhadap Produk Bank Syariah dan Kecilnya Marketshare	1
BAB II	
Variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.....	
13	13
1. Pengambilan keputusan.....	13
2. Pandangan tentang bunga bank.....	24
3. Tingkat Pendidikan.....	33
4. Kecerdasan Spiritual.....	36

BAB III

Indikator Perbedaan Pendapat tentang Bunga Bank, Tingkat Pendidikan dan Kecerdasan Spiritual.....	57
--	-----------

BAB IV

Pengaruh Perbedaan Pendapat tentang Hukum Bunga Bank, Tingkat Pendidikan dan Kecerdasan Spiritual terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah....	71
1. Keputusan memilih bank syariah.....	73
2. Uji Hipotesis	76
Daftar Referensi.....	103
Daftar Istilah / Glosarium.....	121
Index	131

CV. RIZQUNA

BAB I

SIKAP MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH DAN KECILNYA MARKETSHARE

Perkembangan bank syariah di Indonesia diawali dengan lahirnya bank Muamalat di Jakarta sebagai bank syariah yang berdiri pada tahun 1992, didukung UU (Undang-undang) nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Kini jumlah Bank Umum Syariah (BUS) berlipat ganda, baik bank-bank syariah baru maupun bank-bank nasional konvensional dengan *dual-sistem*.¹ Perkembangan perbankan syariah tersebut dapat dilihat dari pendistribusiannya, yang relatif sudah tersebar di seluruh Indonesia. Konsep perbankan yang mulanya hanya merupakan diskusi teoritis, kini telah menjadi realitas faktual yang tumbuh dan berkembang.

Lembaga Keuangan Syariah memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi pada perekonomian melalui dua aspek utama, yakni pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan inklusif, serta stabilitas perekonomian dan keuangan yang lebih baik. Prinsip bagi hasil dan risiko dalam keuangan syariah yang dipandang sangat sesuai dengan pembiayaan sektor riil terutama usaha kecil dan menengah

¹ A Riawan Amin, Seminar: *Prospek dan Tantangan Perbankan Syariah di Era Ekonomi Global*, Balai Tawangarum Sabtu 14 Mei 2011, 11

(UKM) dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkualitas. Sedangkan prinsip bagi hasil dan risiko serta *asset-based financing* akan mendorong manajemen risiko yang lebih baik serta menghindari terjadinya *credit booms*. Adapun total aset (khusus BUS dan UUS) sebesar Rp. 443,03 triliun, aset pertumbuhan Perbankan Syariah nasional mencapai 14,04%, *market share* 5,72%.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan bank syariah, terdiri dari faktor-faktor yang berkaitan dengan pengambilan keputusan nasabah/konsumen antara lain efisiensi, pendidikan dan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah dan bunga bank, regulasi, fatwa bahwa bunga bank adalah riba dan haram, bank syariah terbukti unggul menghadapi krisis, integrasi lembaga keuangan syariah, daya saing perbankan syariah, sosialisasi dan fasilitas yang tersedia. Meningkatnya kesadaran keIslaman masyarakat dan masyarakat muslim terbesar di dunia yang ada di Indonesia merupakan pasar potensial bagi bank syariah,² dengan diiringi semakin baiknya kesejahteraan masyarakat.

Faktor-faktor penghambat yang berkaitan dengan penerapan suatu sistem perbankan yang baru antara lain, pertama; pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah, kedua; belum lengkapnya ketentuan perbankan, instrumen moneter dan pasar keuangan yang mendukung operasional bank syariah, ketiga; terbatasnya jumlah dan distribusi kantor cabang bank

² Syamsul Arifin, *Islam Indonesia (Sinergi Membangun Civil Islam dalam Bingkai Keadaban Demokrasi)*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2003,153

syariah,³ keempat; kecilnya *marketshare* dan kelima; Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memiliki keahlian.⁴

Bank syariah dituntut untuk meningkatkan jumlah nasabah/konsumen salah satunya dengan cara mempengaruhi pengambilan keputusan mereka, melalui cara lebih giat mengembangkan usahanya, baik dalam sosialisasi, inovasi instrumen, dan produk bank. Pemberian pelayanan yang memuaskan dan memfungsikan bank syariah juga bukan hanya sekedar sebagai lembaga finansial dan komersial tapi juga lembaga keuangan sosial karena dengan masuknya bank syariah dalam kegiatan sosial akan melahirkan sentimen positif dalam berbagai hal,⁵ maka bank syariah harus memiliki daya saing tinggi dengan tetap berpegang pada nilai-nilai syariah, mampu berperan secara signifikan dan menjadi institusi yang handal.

Keputusan memilih bank syariah menjadi faktor pendukung tingginya atau tercapainya *market share* bank syariah, sedangkan faktor-faktor yang menyebabkan *market share* bank syariah tidak tercapai antara lain: 1) Pemahaman atau pengetahuan masyarakat yang belum tepat terhadap operasional bank syariah, 2) Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia di bank syariah, dan 3) kurangnya

³ M Arie Mooduto, *Kondisi Umum Perbankan Syariah di Indonesia, dari Sisi Pengamat*, makalah disampaikan SEMINAR NASIONAL Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indoneia BANK INDONESIA Jakarta, 11 Sya'ban 1426H / 15 September 2005

⁴ Anny Ratnawati, *Potensi dan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia*, JHI, volume 9, nomor 2, 2012

⁵ Muhammad Kamal Zubair, *Akselerasi Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia*, Millah Vol. Vm, No. /, Agustus 2008, 6

inovatif dalam mengembangkan produk.⁶ Sebagaimana di sebutkan sebagai penghambat perkembangan Bank Syariah.

Faktor penghambat dan pendukung bank syariah yang berkaitan dengan perilaku nasabah/konsumen dibagi menjadi 2 (dua), yakni pertama: faktor internal yang terdiri; dari pengalaman belajar dan memori (*learning and memory*), kepribadian dan konsep diri (*personality and self-concept*), motivasi dan keterlibatan (*motivation and involvement*), sikap (*attitude*) dan persepsi (*perception*), kedua: faktor eksternal yang terdiri dari; faktor budaya, faktor sosial, faktor ekonomi dan bauran pemasaran.⁷ Kedua faktor tersebut mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah/konsumen. Selain itu belum banyaknya variasi produk simpanan sehingga mengurangi minat masyarakat untuk menabung pada perbankan syariah.⁸ Sedangkan meningkatnya kesadaran masyarakat dan minat terhadap program pendidikan berbasis Ekonomi Islam menjadi salah satu faktor pendukung⁹

Pengambilan keputusan (*decision making*) didefinisikan sebagai pemilihan kebijakan yang didasarkan atas kriteria-

⁶ Siti Maria Wardayati, *Implikasi Syaria Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah*, Walisongo, vol 19 nomor 1 Mei 2011, 4

⁷ Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*, Journal of Indonesian Applied Economics, Volume 4 Nomor 1 Mei 2010, 44-45

⁸ Ida Syafrida, Indianik Aminah, *Faktor Perlambatan Pertumbuhan Bank Syariah dan Upaya Penanganannya*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 14 Nomor 1, 2015, 13

⁹ Alamsyah, Halim, *Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015*, Jakarta, IAEI. I

kriteria tertentu.¹⁰ Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih, karena apabila hanya satu alternatif tidak akan ada pilihan keputusan yang diambil. Pengambilan keputusan menurut J. Reason merupakan suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia.¹¹ Setiap proses dan tahapan pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final yang dipandang sebagai yang terbaik.

Pengambilan keputusan yang dilalui konsumen dalam proses pembelian terdiri dari 5 (lima) tahap yaitu, pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.¹²

Gambar A.1: Proses pengambilan keputusan



Gambar di atas, menyiratkan bahwa konsumen melewati kelima tahap pada setiap pembelian. Namun dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen seringkali melompati atau membalik beberapa tahap ini. Model tersebut menunjukkan semua pertimbangan untuk muncul ketika konsumen menghadapi situasi membeli yang kompleks dan baru. Secara rinci tahapan proses pengambilan keputusan, diuraikan sebagai berikut:

¹⁰ Dagon, M. Save, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN), 2006, 185

¹¹ James Reason, *Human Error*, Ashgat, 1990, ISBN 184014-104-2

¹² Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010

1. Pengenalan masalah, proses ini dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan, pembeli merasakan adanya perbedaan antara yang nyata dan yang diinginkan.
2. Pencarian informasi, seorang konsumen yang timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Jika dorongan konsumen kuat dan produk itu berada didekatnya, mungkin konsumen akan langsung membelinya jika tidak, kebutuhan konsumen ini akan menjadi ingatan saja.
3. Evaluasi alternatif, konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir. Kebanyakan model dari evaluasi konsumen sekarang bersifat logistik, yaitu merek memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merk menimbulkan citra merek.
4. Keputusan pembelian, setelah membeli produk, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan menginginkan produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat sebagai sesuatu yang meningkatkan nilai produk. Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari dekatnya antara harapan dari pembeli tentang produk dan kemampuan dari produk tersebut.

5. Perilaku sesudah pembelian, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas maka kemungkinan akan membeli produk itu lagi, tetapi jika konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan berusaha mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut.

Demikian juga konsumen dalam memilih Bank Syariah sebagai transaksi keuangannya, akan melewati proses-proses tersebut. Hal tersebut juga dapat dilihat pada perilaku pasca pengambilan keputusan nasabah bank syariah di Jawa Tengah, terbagi menjadi 2 (dua) jenis yakni; nasabah berkarakter *emosional-ideologis* yang terdiri dari nasabah yang memutuskan hanya memilih bertransaksi dan hanya memiliki rekening di bank syariah, dan memiliki pemahaman bahwa bagi hasil yang diterimanya bukan semata-mata karena faktor ekonomi, tetapi karena lebih dibenarkan agama, dan nasabah yang berkarakter *rasional-ekonomis* atau *rasional-transaktif* yakni terdiri dari nasabah yang memutuskan bertransaksi dan memiliki rekening di bank syariah dan bank konvensional termasuk di dalamnya yang non muslim, karena memiliki pemahaman bahwa bagi hasil yang diterima lebih kompetitif dibanding dengan pendapatan bunga dari bank konvensional.¹³

Pandangan masyarakat Banyumas terhadap produk-produk bank syariah terbagi menjadi 3 jenis, yaitu *lawfull*,

¹³ Muhlis Yahya, *Perilaku Menabung di Bank Syariah*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2018, 65-73

doubthfull dan *unlawfull*.¹⁴ *Lawfull* terdiri dari masyarakat yang memandang bahwa produk-produk lembaga keuangan syariah sudah syar'i sebesar 30%, *doubthfull* terdiri dari masyarakat yang memandang bahwa produk-produk lembaga keuangan syariah baru setengah syar'i sebesar 50% dan *unlawfull* terdiri dari masyarakat yang memandang bahwa produk-produk lembaga keuangan syariah merupakan bentuk *cloning* dari bank konvensional atau tidak syar'i sebesar 20%.

Marketshare bank umum syariah tingkat daerah Banyumas sebesar 5,72%, meskipun menunjukkan prosentase yang lebih tinggi dibanding *market share* di Purbalingga yang hanya mencapai 1,6%, di Cilacap sebesar 5%, Banjarnegara 5,6% dan Yogyakarta sebesar 7,9%. Namun apabila dilihat dari target *marketshare* sebesar 22% nampaknya pencapaian tersebut masih jauh dari apa yang diharapkan. Dilihat dari tinggi rendahnya rasio angka kredit bermasalah atau *non performing loan* (NPL), kabupaten Banyumas memiliki prosentase yang lebih rendah, yakni di bawah 5%, dan menurut komisi C Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Tengah yang membidangi perbankan dan keuangan, NPL yang bagus yakni tidak mencapai 5%, untuk wilayah Jawa Tengah NPL tertinggi di Tegal yang mencapai 15,33%, Purworejo 11,92% dan Kudus 10,09%.¹⁵

¹⁴ Mintaraga ES, Ida Nurlaeli, *Analisis Pendapat Masyarakat Banyumas tentang Produk-produk Lembaga Keuangan Syariah*, Penelitian tahun 2012 dibiayai oleh LPPM UMP, 35. *Lawfull*: syar'i, *doubthfull*: belum sepenuhnya setengah syar'i dan *unlawfull*: tidak syar'i dapat dilihat pada Imam Ghazali as *microeconomist*, *Heterodox Islamic Economics: the Emergence of an Ethico Economic Theory*

¹⁵ Laporan Tahunan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2018

Total *asset gross*, total pembiayaan, Dana pihak ketiga, FDR Bank Umum Syariah di Banyumas perkembangannya lebih bagus dibanding beberapa daerah disekitarnya sampai 2018.

Tabel 1.1. Total asset gross, total pembiayaan, Dana Pihak Ketiga, FDR Bank Umum Syariah beberapa daerah di Jawa Tengah¹⁶

Aset sebelum set off/ asset gross	Pembiayaan/ financing	DPK	FDR	Daerah
366	356	71	498,95%	Tegal
138	136	122	111,52%	Pati
847	492	453	108,60%	Semarang
100	64	87	73,80%	Kendal
616	355	566	62,71%	Kudus
231	117	221	52,98%	Cilacap
924	558	842	66,35%	Pekalongan
77	62	77	80,26%	Salatiga
1.208	746	1.116	66,80%	Banyumas
3.471	2.917	2.958	98,62%	Semarang
5.609	5.126	3.352	152,95%	Surakarta

Pangsa pasar/*market share* merupakan salah satu indikator utama perusahaan/bank untuk mengukur seberapa baik yang mereka lakukan dibandingkan dengan pesaing. Ukuran pasar dilakukan dengan tahapan riset pasar dan pengembangan strategi bauran pemasaran. Cara meningkatkan *market share* salah satunya dengan membangun strategi bauran pemasaran dan berkaitan erat dengan proses dan keputusan yang diambil oleh nasabah dan calon nasabah. Pendapat Adi Setyawan tentang analisis faktor pengaruh makro ekonomi, pangsa pasar dan karakteristik Bank terhadap *profitabilitas* Bank Syariah menghasilkan bahwa variabel FDR, pangsa

¹⁶ Sharia Statistica, 2018

pasar, CAR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA, sedangkan variabel NPF, BOPO, dan SIZE berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Kemampuan prediksi dari kedelapan variable tersebut terhadap ROA dalam penelitian ini sebesar 12, 9%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian.¹⁷

Amat Yunus berpendapat bahwa faktor pendidikan secara signifikan mempengaruhi peningkatan minat menggunakan jasa Bank Syariah,¹⁸ lebih lanjut Guntur SM memandang bahwa Bank Syariah lebih disukai oleh masyarakat berpendidikan tinggi (sarjana) dan berpenghasilan menengah.¹⁹ Kaitannya dengan pandangan terhadap bunga bank, Hendra Prawira mengatakan bahwa penghimpunan dana masyarakat melalui PT Bank Jabar mengalami kenaikan pasca fatwa MUI 16 Desember 2003 tentang pengharaman bunga bank,²⁰ sedangkan M Sholahuddin menyimpulkan bahwa fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank tersebut belum dapat membuktikan pengaruhnya, meskipun ada perbedaan signifikan rata-rata kuantitas penghimpunan

¹⁷ Adi Setyawan, *Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, UNDIP, 2009, 1

¹⁸ Amat Yunus, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bekasi)*, Jurnal EKSIS vol 1 no 2 April-Juni, 2004

¹⁹ Guntur Mahardika, S, *Analisis Kebutuhan dan Peluang Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal EKSIS vol 1 no 3 Juli-September 2005

²⁰ Hendra Prawira, *Perbandingan Kinerja PT Bank Jabar Syariah Sebelum dan Sesudah Fatwa MUI tentang Haramnya Bunga Bank*, Eksis vol 3 nomor 1, 2007

Dana Pihak Ketiga (DPK).²¹ Amir Muallim berpendapat berdasarkan survei yang dilakukan di wilayah Jawa Barat, 8,1% responden menyatakan bahwa Bank Syariah eksklusif (hanya khusus untuk umat Islam), untuk masyarakat Jawa Tengah faktor pertimbangan agama. Sementara itu pemilihan faktor kecerdasan spiritual, lebih didasarkan karena tidak adanya tulisan yang membicarakan korelasi detail antara kecerdasan spiritual dengan pengambilan keputusan memilih Bank Syariah. Beberapa tulisan hanya membicarakan pengaruh kecerdasan spiritual terhadap pengambilan keputusan secara umum.

²¹ Muhammad Sholahuddin, *Karakteristik Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Syariah Pasca Fatwa Keharaman Bunga Bank*, Eksis, vol 1 nomor 2, 2005

CV. RIZQUNA

BAB II

VARIABEL YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN

1. Pengambilan keputusan

George R. Terry memandang bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.²² Sondang P. Siagian berpendapat bahwa pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling cepat. Sedangkan pengambilan keputusan menurut James A. F. Stoner adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.²³ Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan itu adalah suatu cara yang digunakan untuk memberikan suatu pendapat yang dapat menyelesaikan suatu masalah dengan

²² Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, 4

²³ Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, 5

cara/Teknik tertentu agar dapat lebih diterima oleh semua pihak.

Pengambilan keputusan memiliki empat tingkatan yaitu keputusan otomatis, keputusan yang berdasarkan informasi yang diharapkan, keputusan yang berdasarkan pertimbangan, serta keputusan berdasarkan ketidakpastian ganda.²⁴ Keputusan otomatis merupakan bentuk keputusan yang dibuat dengan sangat sederhana, contohnya seorang pengemudi mobil menghentikan mobilnya pada saat lampu merah. Keputusan berdasarkan informasi yang diharapkan merupakan keputusan yang berdasarkan pada informasi yang sedikit kompleks, artinya informasi tersebut telah memberi sinyal untuk mengambil keputusan, akan tetapi keputusan belum dibuat karena informasi perlu dipelajari terlebih dahulu. Keputusan berdasarkan berbagai pertimbangan merupakan keputusan yang lebih banyak membutuhkan informasi dan informasi tersebut dikumpulkan serta dianalisis untuk dipertimbangkan agar menghasilkan keputusan. Keputusan berdasarkan ketidakpastian ganda, merupakan tingkat keputusan yang paling kompleks, jumlah informasi semakin banyak dan dalam informasi tersebut sudah terdapat ketidakpastian, keputusan seperti ini lebih banyak menimbulkan keraguan.

Pengambilan keputusan dilihat dari jenisnya ada dua jenis, yakni keputusan pribadi dan keputusan bersama.²⁵ Keputusan pribadi adalah keputusan yang diambil untuk

²⁴ J Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik*, Jakarta: Grasindo, 1996, 46-54

²⁵ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004, 10

kepentingan diri sendiri dan dilakukan secara perorangan, sedangkan keputusan bersama merupakan keputusan yang diambil berdasarkan kesepakatan bersama dan untuk kepentingan bersama. Keputusan bersama tidak boleh menguntungkan satu pihak dengan merugikan pihak lain.

Keputusan dilihat dari cara mendapatkan informasi dapat diklasifikasikan menjadi empat yaitu keputusan representasi, informasi, eksplorasi; 1) Keputusan representasi adalah keputusan yang diambil dengan informasi yang cukup banyak dan mengetahui dengan tepat bagaimana mengolah informasi tersebut, 2) Keputusan empiris adalah keputusan yang kurang memiliki informasi, akan tetapi dapat mengetahui cara memperoleh informasi tersebut, 3) Keputusan informasi adalah keputusan yang berdasar atas informasi, tetapi banyak dipengaruhi kontroversi tentang informasi tersebut, 4) Keputusan eksplorasi adalah keputusan yang kurang akan informasi dan tidak ada usaha mencari informasi serta tidak diketahui dari mana usaha pengambilan keputusan akan diambil.

George R. Terry dan Brinckloe menyebutkan dasar-dasar pendekatan dari pengambilan keputusan yang dapat digunakan yaitu²⁶ :1) Intuisi, pengambilan keputusan yang didasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif sehingga mudah terkena pengaruh. Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi ini mengandung beberapa keuntungan dan kelemahan, 2) Pengalaman, pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi

²⁶ Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, George R Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, 16

pengetahuan praktis, karena pengalaman seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat diperhitungkan untung ruginya terhadap keputusan yang akan dihasilkan. Orang yang memiliki banyak pengalaman tentukan lebih matang dalam membuat keputusan akan tetapi, peristiwa yang lampau tidak sama dengan peristiwa yang terjadi kini, 3) Fakta, pengambilan keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dibuat itu dengan rela dan lapang dada, 4) Wewenang, pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya. Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan, 5) Logika/rasional, pengambilan keputusan yang berdasarkan logika ialah suatu studi yang rasional terhadap semua unsur pada setiap sisi dalam proses pengambilan keputusan. Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan. Pada pengambilan keputusan secara logika terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu: Kejelasan masalah, Orientasi tujuan: kesatuan pengertian tujuan yang ingin dicapai, Pengetahuan alternatif: seluruh

alternatif diketahui jenisnya dan konsekuensinya, Preferensi yang jelas: alternatif bisa diurutkan sesuai kriteria, Hasil maksimal: pemilihan alternatif terbaik didasarkan atas hasil ekonomis yang maksimal.

Konsumen sebagai pengambil keputusan, dari perspektif ini, pembeli merupakan hasil di mana konsumen merasa mengalami masalah dan kemudian melalui proses rasional menyelesaikan masalah tersebut. Perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.²⁷

Dalam mengambil keputusan, konsumen dihadapkan pada kondisi tidak pasti, maksudnya faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar informasi sangat rendah, jangka panjang, implikasinya memiliki jangkauan yang jauh dan melibatkan sumber usaha yang penting, adapun kompleks dalam preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.²⁸ Pengambilan keputusan dalam penelitian ini, merujuk pada pengertian yang pertama bahwa pengambilan keputusan merupakan pemilihan alternatif perilaku tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Pengambilan keputusan konsumen mempunyai langkah-langkah sebagai berikut:²⁹

²⁷ Minor, Mowen/ C. MowenJhon, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 Edisi kelima, Jakarta: Erlangga, 2002, 11

²⁸ Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Criteria Majemuk*, Jakarta: PT Grasindo anggota IKAPI, 2004, 10

²⁹ JF Engel, RD Blackwell, dan Miniard, P. W., *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Bina Rupa, 1994, 31

1. Pengenalan kebutuhan, konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.
2. Pencarian informasi, konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapat informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.
3. Evaluasi alternatif, konsumen mengevaluasi pilihan terkait dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.
4. Pembelian, konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima.
5. Hasil, konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

Sebagian besar keputusan konsumen membutuhkan upaya pemecahan masalah terbatas karena sebagian besar konsumen telah memiliki sejumlah besar informasi produk yang berasal dari pengalaman masa lampaunya, maka dasar strategi pemasarannya adalah menyediakan informasi tambahan agar tersedia bagi konsumen ketika dan dimana mereka membutuhkannya.³⁰

Selain langkah-langkah pengambilan keputusan tersebut diatas, terdapat juga perspektif lain dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen menurut Sutisna

³⁰ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010, 430

yaitu:³¹ 1) Prespektif *experiential*. Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen yang didasarkan atas prespektif *experiential* adalah bahwa banyak tindakan yang dihasilkan dari adanya kebutuhan manusia pada perasaan-perasaan dan emosinya. Terdapat dua jenis pembelian ditinjau prespektif *experiential*. (a) *Purchase impulse*, terjadi ketika konsumen mengambil keputusan pembelian yang mendadak, (b) *Variety seeking* yaitu pembelian yang dilakukan ketika konsumen melakukan pembelian secara spontan dan bertujuan untuk mencoba merek baru dari suatu produk, 2) Prespektif *Behavioral influence* (prespektif pengaruh perilaku). Proses pengambilan keputusan ditinjau dari pengaruh perilaku mendasarkan pada alasan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya. Lingkungan dimana konsumen berada akan mempengaruhi perilaku dalam keputusan pembelian.³²

Perilaku konsumen menurut Engel adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.³³

³¹ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kesatu, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.

³² Budhi Satrio, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Konsumen pada Resto & Café Dream Car*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 3 No 8, 2014, 4

³³ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cetke 3 ISBN 978-979-22-0106-8, 2008, 1

Perilaku konsumen dapat di definisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat menggunakan barang-barang dan jasa.³⁴ Dari definisi di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu dan rumah tangga.
2. Perilaku konsumen menyangkut suatu proses pengambilan keputusan sebelum pembeli, serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.
3. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Berkaitan dengan perilaku atau respon masyarakat terhadap sebuah produk lembaga keuangan syari'ah, *American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek dalam hidup mereka. *"The behavior that consumers display in searching for purchasing, using, evaluating, and disposing of products, services, and ideas which they expect to satisfy their*

³⁴ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Bandung: Refika Aditama, 2002, 3

needs"³⁵, yakni perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam pencariannya untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk, jasa dan ide yang mereka kira dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen dapat diarahkan dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya, maka hal itu dapat mendekatkan lembaga keuangan syariah pada nasabah dan calon nasabah serta dapat menciptakan *image* yang baik dan mampu memberikan kepuasan pada nasabah serta membangun loyalitas nasabah.³⁶

Arroba, menyebutkan 5 faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan,³⁷ antara lain: 1) Informasi yang diketahui perihal masalah yang dihadapi, 2) Tingkat pendidikan, 3) Personality, 4) *Coping*, dalam hal ini dapat berupa pengalaman hidup yang terkait dengan pengalaman (proses adaptasi), 5) *Culture*

Sedangkan menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan³⁸ antara lain: 1) Faktor Budaya, yang meliputi peran budaya, sub budaya dan kelas sosial, 2) Faktor sosial, yang meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status, 3) Faktor pribadi, yang termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan

³⁵ G. Schiffman Leon and Lesli Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour*, Engleword Cliffs, NJ: Prebtice Hall, 2004

³⁶ Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syari'ah di Malang*, Journal of Indonesian Applied Economics Vol. 4 No. 1 Mei 2010, 44

³⁷ Arroba, T, *Decision Making by Chinese – US Journal of Social Psychology*, 38, 1998,102-116

³⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke sebelas, jilid 1 dan 2, Jakarta: PT Indeks, 2003, 98

ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, 4) Faktor Psikologis, yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.

Perilaku adalah hasil dari keputusan sadar untuk bertindak dengan cara tertentu. *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* dengan menggunakan sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku tampaknya sangat cocok untuk menjelaskan atau memprediksi niat *whistleblowing* dengan ketepatan yang tinggi. *Whistleblowing* adalah tindakan yang dilakukan didasarkan pada proses psikologis yang sangat kompleks. Selanjutnya Ajzen's mengatakan TPB telah diterima secara luas sebagai alat untuk menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta sebagai niat dan perilaku.

Theory of Reasoned Action (TRA) berbeda dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Reasoned Action* (TRA) hanya digunakan untuk perilaku di bawah kendali seseorang, sedangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) mempertimbangkan kontrol kehendak sebagai variabel, dimana kontrol kehendak berarti seseorang harus memiliki sumber daya, peluang dan dukungan yang tersedia untuk melakukan perilaku tertentu. *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat dibagi menjadi 3 konseptual independen yang mengarah kepada niat perilaku yakni Sikap terhadap Behavior (AAct), Perceived Behavioral Control (PBC) dan Norma Subyektif (SN). Sikap terhadap perilaku mengukur sejauh mana seseorang memiliki evaluasi negatif atau positif, Kontrol Perilaku mengacu pada persepsi dan Norma

Subyektif mengacu pada individu untuk menentukan perilaku tertentu.³⁹

Penggunaan TPB sebagai pendekatan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana perilaku konsumen mencerminkan informasi dan pengetahuan yang sudah diterimanya, sehingga pandangan bunga bank haram dan halal, tingkat pendidikan, persepsi tentang pelayanan, penerimaan promosi dan kecerdasan spiritual berpengaruh terhadap perilaku keputusan memilih bank syariah, dengan alasan-alasannya dan tidak menutup kemungkinan terdapat kesenjangan luas yang diamati antara sikap/persepsi dan perilaku.

Selain teori tentang perilaku tersebut, ada juga teori motivasi. Dimana motivasi itu sendiri merupakan sejumlah proses yang menentukan kemauan seseorang untuk mengalokasikan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Teori motivasi yang digunakan bisa disebut pembaharuan dari teori motivasinya Abraham Maslow (teori hirarki kebutuhan yang berlandaskan psikologi humanistik, dimana perkembangan manusia selalu dimotivasi oleh kebutuhan yang berbeda meliputi kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan diri dan aktualisasi diri), yakni teori motivasi yang disesuaikan dengan nilai-nilai yang dominan bagi masyarakat Indonesia antara lain keharmonisan, kesetiakawanan, kebersamaan, kekeluargaan dan kepatuhan pada orang tua. Nilai-nilai

³⁹ Ann Peru Knabe, B.A., M.A., APR, *Applying Ajzen's Theory of Planned Behavior to a Study of Online Course Adoption in Public Relations Education*, dissertations 2009, Marquette University e-Publications@Marquette, 2012, h 24-26

kebudayaan juga sangat menentukan konsep diri (*self-concept*), jenis kebutuhan, emosi dan motivasi. Sehingga tidak hanya ada kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualization*) tapi juga aktualisasi kolektif (*collective actualization*) yaitu keinginan untuk bergabung dan berpartisipasi dalam suatu kelompok.⁴⁰

Kesimpulannya, keputusan memilih Bank Syariah melibatkan faktor intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, logika/rasional dan dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dalam penelitian yang sudah dilakukan dalam rangka penyusunan makalah komprehensif, faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih Bank Syariah di Banyumas, sehingga penulis menitik beratkan pada faktor yang lain yakni faktor pribadi dan psikologis, meliputi variabel-variabel yang terdiri dari pandangan terhadap bunga bank, tingkat pendidikan, persepsi pelayanan, penerimaan promosi dan kecerdasan spiritual.

2. Pandangan tentang bunga bank

Pandangan menurut bahasa berarti jawaban mengenai suatu kejadian atau peristiwa (memberikan jawaban yang tegas terhadap segala peristiwa yang terjadi di masyarakat).⁴¹ Pandangan tentang bunga bank merupakan salah satu faktor sikap keberagamaan dalam bidang ekonomi, dimana

⁴⁰ Fuad Mas'ud, *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam (Islamic Worldview-Based Business Management)*, Semarang, UNDIP Press, 2017, 267-270

⁴¹ Yusuf Qardhawi, *Fatwa: Antara Ketelitian dan Kecerobohan*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, 5

sikap keberagaman itu sendiri merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai ketaatannya pada agama yang dianutnya.

Dalam menyikapi bunga bank, terdapat sebagian pendapat bunga bank hukumnya haram karena termasuk dari riba, pendapat ini didukung oleh sebagian ulama salaf maupun ulama kontemporer,⁴² sebagian berpendapat diperbolehkan karena merupakan bentuk keuntungan dari usaha bisnis dan sebagian lagi berpendapat boleh sepanjang besarnya bunga tidak melebihi besarnya modal pokok.

Bunga bank secara leksikal sebagai terjemahan dari *interest*, secara istilah sebagaimana diuraikan dalam kamus "*interest is charge for financial loan, usually a percentage of amount loaned*". Bunga adalah tanggungan pada pinjaman uang, yang biasanya dinyatakan dengan presentase dari uang yang dipinjamkan. Pendapat lain menyatakan *interest* yaitu sejumlah uang yang dibayar atau dikalkulasi untuk penggunaan modal. Jumlah tersebut misalnya disesuaikan dengan tingkat atau prosentase modal yang bersangkutan dengan itu, sekarang sering dikenal dengan suku bunga modal.⁴³

Hukum bunga bank menjadi masalah *khilafiyah*, para ulama kontemporer berbeda pendapat tentang hukum bunga bank. Pertama, sebagian ulama, seperti Yusuf Qaradhawi,

⁴² Lihat: *Al-Mabsut* juz 14 halaman 36, *Al-Syarh al-Kabir* juz 3 halaman 226, *Nihayatul Muhtaj* juz 4 halaman 230, *Al-Mughni* juz 4 halaman 240, *Al-Tafsir al-Wasit* juz 1 halaman 513).

⁴³ Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, cet I, 2000, 146-147

Mutawalli Sya'rawi, Abu Zahrah, dan Muhammad al-Ghazali, menyatakan bahwa bunga bank hukumnya haram, karena termasuk riba.⁴⁴ Adapun dalil diharamkannya riba adalah firman Allah subhanahu wa ta'ala dalam Surat al-Baqarah ayat 275: وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” Kedua, sebagian ulama kontemporer lainnya, seperti syaikh Ali Jum'ah, Muhammad Abduh, Muhammad Sayyid Thanthawi, Abdul Wahab Khalaf, dan Mahmud Syaltut, menegaskan bahwa bunga bank hukumnya boleh dan tidak termasuk riba.⁴⁵ Mereka berpegangan pada firman Allah subhanahu wata'ala Surat an-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.”

Pada ayat di atas, Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara yang batil, seperti mencuri, menggasab, dan dengan cara riba. Sebaliknya, Allah menghalalkan hal itu jika dilakukan dengan perniagaan yang berjalan dengan saling ridha. Karenanya, keridhaan kedua belah pihak yang bertransaksi untuk menentukan besaran keuntungan di awal, sebagaimana yang terjadi di bank, dibenarkan dalam Islam.

⁴⁴ Yusuf Qaradhawi, *Fawa'id al-Bunuk Hiya al-Riba al-Haram*, Kairo: Dar al-Shahwah, 5-11; demikian juga Fatwa MUI Nomor 1 tahun 2004 tentang bunga bank

⁴⁵ Lihat Majma' al-Buhus al-Islamiyyah tanggal 23 Ramadhan 1423 H, bertepatan tanggal 28 November 2002 M.

Iman Sugema, Toni Bakhtiar dan Zaenal Effendi membandingkan antara sistem berbasis bunga dengan *profit-loss sharing* (PLS), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa di bawah kepastian produksi dan pasar yang kompetitif, PLS dan sistem berbasis bunga bersifat efisien dan adil. Namun, di bawah situasi yang tidak menentu akibat guncangan produktivitas, hanya sistem PLS yang adil, karena sistem ini secara adil mendistribusikan risiko pada tingkat individu di antara pemberi pinjaman dan peminjam.⁴⁶ Meskipun pada prakteknya dilapangan, tingkat partisipasi bank syariah dalam model pembiayaan bagi hasil dan kerugian (mudharabah dan musharakah) masih rendah dan menjadi salah satu masalah dalam pengembangan industri.⁴⁷ Menurut Humayon A. Dar and John R. Presley, ketidakseimbangan antara manajemen dan hak kontrol dikaitkan sebagai penyebab utama kurangnya laba PLS dalam praktek keuangan Islam,⁴⁸ juga masalah internal, yang meliputi manajemen atas sumber daya manusia dan aspek teknis; Kondisi sistem, yang meliputi dominasi bank konvensional, lingkungan yang tidak mendukung dan

⁴⁶ Iman Sugema, Toni Bakhtiar, Jaenal Effendi, *Interest Versus Profit-Loss Sharing Credit Contract: Efficiency and Welfare Implications*, International Research Journal of Finance and Economics, ISSN 1450-2887 Issue 45: 2010, 58, Euro Journals Publishing, Inc. 2010, <http://www.eurojournals.com/finance.htm>.

⁴⁷ Irawan Febianto, *Adapting Risk Management for Profit and Loss Sharing Financing of Islamic Banks*, ModernEconomy, 2012, 3, 73-80 doi:10.4236/me.2012.31011, Published Online January 2012 (<http://www.SciRP.org/journal/me>), 73

⁴⁸ Humayon A. Dar and John R. Presley, *Lack of Profit Loss Sharing in Islamic Banking Management and Control Imbalances*, International Journal of Islamic Financial Services Vol. 2 No.2

persaingan; dan Eksternalitas yang meliputi masyarakat, otoritas dan pelanggan.⁴⁹

Penerapan bunga bank menyebabkan perpecahan dan perasaan tidak puas dalam masyarakat. Menurut Plato bunga bank merupakan alat kelompok kaya untuk mengeksploitasi kelompok miskin, sedangkan Aristoteles menyatakan uang adalah alat tukar, bukan alat untuk menghasilkan tambahan uang melalui bunga, sehingga pengambilan bunga secara tetap merupakan ketidakadilan.⁵⁰ Demikian itu didasarkan pada kenyataan yang rasional bahwa modal/uang tidak mungkin dapat berkembang dengan sendirinya karena faktor waktu semata-mata tanpa disertai kerja dan usaha untuk mengembangkan modal tersebut, dalam kaidah fiqh ekonomi: *"Laba tidak di dapat kecuali dengan 3 hal; harta, usaha/ kerja dan resiko"*

Ahli ekonomi klasik seperti Marshal berpendapat bahwa suku bunga dan tabungan saling berkaitan. Oleh karena suku bunga adalah salah satu faktor terpenting yang mengatur volume tabungan, maka makin tinggi suku bunga makin besar pula imbalan menabung, dengan demikian makin tinggi pula kecenderungan untuk menabung dan sebaliknya. Analisis klasik itu ditolak oleh seorang ahli ekonomi kapitalis terkenal di dunia yaitu Lord Keynes. Dia ragu-ragu terhadap kehebatan suku bunga dalam mempengaruhi volume

⁴⁹ Ascarya, *The Persistent Lack of Profit and Loss Sharing Financing in Indonesia's Islamic Banks*, Awarded Best Paper at "The International Islamic Finance Conference 2013", International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Park Hyatt Hotel, Abu Dhabi, UAE, April 14-16, 2013

⁵⁰ Dwi Hardianto, *Sejarah Ribadari Masa ke Masa*, www.sabili.or.id, 1

tabungan. Dengan tegas dikemukakan bahwa sebenarnya volume tabungan tergantung pada volume investasi yang dilakukan oleh masyarakat bisnis. Suku bunga yang tinggi cenderung mengurangi volume investasi dari masyarakat bisnis, sebagai akibatnya timbullah pengaruh buruk terhadap perdagangan, perniagaan dan industri secara keseluruhan.⁵¹ Karena pukulan langsung pada sistem ekonomi ini, keseluruhan pendapatan uang akan menyusut. Dapat kita sadari bahwa tingginya volume tabungan tergantung pada tingkat pendapatan uang masyarakat, bila pendapatan perkapita masyarakat menyusut, secara otomatis volume tabunganpun akan berkurang.

Keynes mengakui konsep Islam tentang perbankan dan ia menganjurkan agar rakyat memperoleh uang dengan usaha. Menurut Lord Keynes “suatu masyarakat yang teratur sebagaimana mestinya”, disertai dengan sumberdaya teknik modern, dengan demikian akan dicapai keadaan masyarakat dimana perubahan dan kemajuan hanya akibat perubahan teknik, selera, penduduk dan lembaga-lembaga dengan hasil penjualan yang baik dan harga sepadan.⁵² Keynes sadarkan bahwa kekurangan kapitalisme dapat dihilangkan bila bunga dihapus. Ia berkata: “Bila perkiraan saya mengenai bahan baku berlimpahan sehingga efisiensi marjinal modal adalah nol ini benar, mungkin hal itu merupakan cara terpantas untuk membuang banyak ciri-ciri kapitalisme yang tidak menyenangkan” Berkaitan dengan hal ini, Growthier dalam

⁵¹ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997, 166

⁵² Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money, Observasi on Nature and Capital*

bukunya *An Outline of Money* (1958) menyatakan: “suatu penurunan berangsur-angsur dan sangat kecil dalam nilai uang adalah diperlukan untuk memberikan peluang dunia terlepas dari tuntutan riba yang dikenakan sendiri”⁵³ “Dia menghubungkan kenaikan harga di setiap abad berikut, dengan jatuhnya nilai uang yang diperlukan untuk menjaga agar nilai uang yang terus-menerus meningkat tidak menjadi beban”⁵⁴ Sebenarnya apa yang telah dikemukakan oleh Keynes, bahwa bunga tidak ada hubungannya dengan pengaruh atas volume tabungan, telah ditemukan oleh penelitian modern. Tingkat investasilah yang menentukan suku tabungan. Islam melarang bunga tetapi mendorong investasi.⁵⁵ Dalam hal ini mungkin orang membantah bahwa bila bunga tidak dibayarkan untuk deposito, maka mereka lebih suka membiarkan simpanannya menganggur dalam bentuk penimbunan, maka dalam hal ini menurut penulis zakat memainkan peranan yang sangat penting, dengan kata lain Islam menghukum penimbunan harta tersebut dengan zakat.

Pernyataannya yang lebih tegas berkaitan dengan bunga adalah:

1. Bunga adalah riba yang jelas dilarang oleh agama Islam, tidak peduli dalam bentuk nama apapun atau pendiskripsian apapun.
2. Keuntungan dari pinjaman apapun adalah haram, meskipun pinjaman itu digunakan untuk konsumsi ataupun produksi.

⁵³ Growther, *An Outline of Money*, 98

⁵⁴ *An Outline of Money*, 178

⁵⁵ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997, 167

3. Riba adalah dilarang tanpa melihat kualifikasi atau tingkatannya, dan semua tingkatan riba termasuk dalam segala jenis bunga.
4. Bunga dalam tingkatan apapun yang melampaui 0% adalah riba dan itu dilarang oleh syari'at Islam.

Terhadap argumen yang menyatakan bahwa bunga merupakan imbalan dari sejumlah simpanan atau uang yang ditabung, para pakar muslim memberikan respon bahwa pembayaran bunga seperti itu hanya bisa dirasionalisasi dari sisi kepentingan ekonomi. Jika simpanan atau tabungan itu digunakan untuk investasi yang meningkatkan tambahan modal atau kekayaan, maka ketika seseorang menabung, tabungannya tersebut akan memberikan kontribusi terhadap asetnya. Tetapi dalam aturannya, si penabung tidak memiliki wewenang untuk mengatur tabungannya akan berputar seperti apa dan seberapa besar tambahan aset/tabungannya. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka tiadanya pertambahan yang simultan dari investasi baru, baik yang berupa aset maupun hutang menyebabkan simpanan tersebut sebenarnya secara tidak langsung akan beralih kepemilikan tapi tidak akan ada pertambahan kekayaan. Dengan demikian perilaku seperti ini tidak membenarkan hak atas seseorang terhadap bunga.

Terhadap argumen yang menyatakan bahwa bunga sebagai produktivitas atas modal, pakar muslim meresponnya dengan menyatakan bahwa meskipun produktivitas marjinal dan modal dapat berfungsi sebagai salah satu faktor dalam meningkatkan suku bunga, namun presentasi dari suku

bunga tersebut tidak memiliki hubungan atau korelasi yang erat dengan produktivitas dari modal. Sedangkan argumen terhadap pandangan bahwa bunga adalah imbalan uang yang ditabung, pihak yang setuju terhadap bunga merespon bahwa suku bunga tersebut dibayarkan sebagai imbalan atas jasa uang yang dipinjamkan atau disimpan, bukan dalam penyertaan modal. Para pakar muslim berargumentasi bahwa hal ini adalah kesalahan dari teori ekonomi modern yang memberlakukan bunga sebagai pengembalian untuk modal dan juga imbalan jasa untuk pengusaha atau pihak yang mentransformasi simpanan yang potensial menjadi penambahan aset yang aktual, meskipun sebenarnya pihak yang meminjamkan tidak melakukan apapun untuk mengkonversi uang menjadi modal dan menggunakannya menjadi produktif. Argumen yang menyatakan bahwa bunga muncul sebagai konsekuensi yang tidak terelakkan dari selisih antara nilai barang kapital saat ini dengan nilainya di tahun yang akan datang, para pakar muslim merespon bahwa hal ini hanya menjelaskan hal-hal yang tidak dapat dihindari saja dan bukan pada tingkat keakuratan/kebenaran. Hal ini hanya menjelaskan mengapa peminjam berkewajiban untuk membayar bunga dan mengapa pihak yang meminjamkan menuntut pembayaran bunga ini, sementara sebenarnya mereka tidak menghiraukan dan tidak dapat memperkirakan dengan pasti perbedaan nilai barang antara saat sekarang dan masa yang akan datang, maka teori tentang bunga menjadi bersifat abstrak dan tidak realistis. Berdasarkan respon dan argumentasi di atas, para pakar muslim tetap mempertahankan pendapat

bahwa ketika seseorang meminjamkan uang, walaupun dana tersebut digunakan untuk menghasilkan aset ataupun hutang melalui investasi dari uang tersebut, namun tetap tidak ada alasan yang bisa dibenarkan bahwa orang yang meminjamkan tersebut berhak menerima sesuatu imbalan dari pengembalian uangnya.

3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan proses memanusiakan manusia atau membentuk akhlak manusia. Menurut kamus Bahasa Indonesia kata pendidikan berasal dari kata 'didik' dan mendapat imbuhan 'pe' dan akhiran 'an', maka kata ini mempunyai arti proses atau cara atau perbuatan mendidik. Secara bahasa definisi pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

KKNI menyatakan Sembilan jenjang kualifikasi sumber daya manusia Indonesia yang produktif. Deskripsi kualifikasi pada setiap jenjang KKNI secara komprehensif mempertimbangkan sebuah capaian pembelajaran yang utuh, yang dapat dihasilkan oleh suatu proses pendidikan, baik formal, non-formal, informal, maupun pengalaman mandiri untuk dapat melakukan kerja secara berkualitas. Deskripsi setiap jenjang kualifikasi juga disesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, atau seni, serta perkembangan sektor-sektor pendukung perekonomian dan kesejahteraan rakyat, seperti perindustrian, pertanian, kesehatan, hukum, dan aspek lain yang terkait. Capaian

pembelajaran juga mencakup aspek-aspek pembangun jati diri bangsa yang tercermin dalam Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Bhinneka Tunggal Ika yaitu menjunjung tinggi pengamalan kelima sila Pancasila dan penegakan hukum, serta mempunyai komitmen untuk menghargai keragaman agama, suku, budaya, bahasa, dan seni yang tumbuh dan berkembang di bumi Indonesia. Pengelompokan 9 jenjang kualifikasi KKNI terdiri atas jenjang 1-3 dikelompokkan dalam jabatan operator, jenjang 4-6 dikelompokkan dalam jabatan teknisi dan jenjang 7-9 dikelompokkan dalam jabatan ahli.⁵⁶

Penyetaraan capaian pembelajaran yang dihasilkan melalui pendidikan dengan jenjang kualifikasi pada KKNI terdiri atas:⁵⁷

1. Lulusan pendidikan dasar (SMP) setara dengan jenjang 1
2. Lulusan pendidikan menengah (SMA) paling rendah setara dengan jenjang 2
3. Lulusan diploma 1 paling rendah setara dengan jenjang 3
4. Lulusan diploma 2 paling rendah setara dengan jenjang 4
5. Lulusan diploma 3 paling rendah setara dengan jenjang 5
6. Lulusan diploma 4 atau sarjana terapan dan sarjana paling rendah setara dengan jenjang 6
7. Lulusan magister terapan dan magister paling rendah setara dengan jenjang 8

⁵⁶ *Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012*". peraturan.go.id. Diakses tanggal 2018-11-20

⁵⁷ *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2006 – Wikisource Bahasa Indonesia*". id.wikisource.org. Diakses tanggal 2018-11-20

8. Lulusan doktor terapan dan doktor setara dengan jenjang 9
9. Lulusan pendidikan profesi setara dengan jenjang 7 atau 8
10. Lulusan pendidikan spesialis setara dengan jenjang 8 atau 9.

Tingkat pengetahuan (yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun non formal) juga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan masyarakat/nasabah dalam memilih bank syariah, artinya perkembangan bank syariah juga sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat pendidikan masyarakat sekitarnya.⁵⁸ Faktor pendidikan dan ekonomi merupakan faktor yang saling berkaitan erat, dimana keduanya dapat saling mempengaruhi. Semakin tinggi jenjang pendidikan seseorang, maka akan semakin produktif, sehingga akan menghasilkan pendapatan yang tinggi. Semakin banyak masyarakat dalam suatu negara memiliki pendapatan yang tinggi maka akan semakin sejahtera. Tingginya tingkat kesejahteraan masyarakat akan membantu dalam proses pembangunan suatu negara.

Peningkatan pendidikan orang-orang tentang perbankan Islam dapat meminimalisir resiko komersial berupa pergeseran dari bank-bank Islam ke bank konvensional yang ditunjukkan oleh kecenderungan deposit bank syariah untuk menarik dana mereka dan menaruhnya di

⁵⁸ Kristiyadi, Sri Hartiyah, *Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang LKS terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah, Studi Kasus Pada BMT Tamzis Wonosobo*, Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika, Volume 5 Nomor 9 Edisi Februari, 2016, 59

bank konvensional ketika pengembalian riil yang diberikan oleh bank Islam lebih rendah dari tingkat bunga rekan konvensional. Penabung bank syariah yang memiliki pemahaman yang baik tentang semangat bank syariah biasanya lebih peduli pada halal/haram dari transaksi dan pendapatan dari kegiatan bisnis terkait. Dengan demikian, mereka cenderung lebih konsisten dan kurang dipengaruhi oleh pergerakan suku bunga. Perilaku ini mencerminkan apa yang harus disebut sebagai “perilaku deportasi Muslim yang rasional”.⁵⁹ Dengan demikian, kegiatan pendidikan publik harus dilakukan dan didukung oleh semua pemangku kepentingan perbankan Islam.

4. Kecerdasan Spiritual

Kecerdasan spiritual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kecerdasan spiritual Islam (Islamic spiritual intelligence) merupakan kecerdasan yang diperoleh melalui kreatifitas rohani, mengandung pengertian sebagai aspek moral dalam kepribadian, mewujudkan kesempurnaan hidup, lebih dari sekedar mencari kesenangan dan kepuasan, juga memungkinkan pergulatan dengan ihwal baik dan jahat.⁶⁰ Kecerdasan tersebut juga menempatkan perilaku dan kehidupan dalam konteks makna yang lebih luas dan kaya, kecerdasan untuk menilai bahwa tindakan atau jalan

⁵⁹ Rahmatina, Kasri, Salina Kassim, *Empirical Determinants of Saving in the Islamic Banks: Evidence from Indonesia*, JKAU: Islamic Econ., Vol. 22 No. 2, pp: 181-201 (2009 A.D./1430 A.H.), hal 198

⁶⁰ Marshal D Zohar, *SQ (spiritual Intelligence): The Ultimate Intelligence*, London, Blomsburry Publishing, 2000, 37

hidup seseorang lebih bernilai dan bermakna.⁶¹ Dapat disimpulkan juga bahwa kecerdasan spiritual merupakan kemampuan seseorang dalam memilih diantara pilihan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan tepat.

Kecerdasan spiritual merupakan perasaan intuisi yang dalam terhadap keterhubungan dengan dunia luas dalam kehidupan.⁶² Konsep mengenai kecerdasan spiritual memiliki komponen yaitu; kecerdasan spiritual sebagai nilai kehidupan dari dalam diri, sebagai kerja yang memiliki nilai dan komunitas.⁶³ Sehingga dalam segala perilaku dan tindakannya tidak bisa mengabaikan kepentingan individu atau kelompok yang lain, dan mempertimbangkan kemanfaatan untuk individu dan komunitas yang lain.

Model kecerdasan spiritual sudah dikenalkan oleh Al Ghazali, dapat dilihat dalam konsep mukasyafah dan konsep ma'rifah-nya. Menurut Al-Gazali, kecerdasan spiritual dalam bentuk mukasyafah (ungkapan langsung) dapat diperoleh setelah roh terbebas dari berbagai hambatan (dapat dilihat pada pengantar Ihya ulumuddin). Roh tidak lagi terselubung oleh khayalan pikiran dan akal pikiran tidak lagi menutup penglihatan terhadap kenyataan, yang dimaksud hambatan di sini ialah kecenderungan-kecenderungan duniawi dan berbagai penyakit jiwa.

⁶¹ Zohar, *SQ (spiritual Intelligence): The Ultimate Intelligence*, London, Blomsburry Publishing, 2000, 25

⁶² Eckersley, R, *Spirituality, Progress, Meaning and Values*, Paper Presented 3rd Annual Conference on Spirituality, Leadership and Management, Ballarat, 4 Desember 2000, 5

⁶³ Ashmos D and Duchon, *Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure*, Journal of Management Inquiry, volume 8 nomor2, pp.134-45, 2000, 6

Spiritualitas adalah keyakinan dalam hubungannya dengan Tuhan, spiritualitas meliputi aspek sebagai berikut: 1) berhubungan dengan sesuatu yang tidak diketahui atau ketidakpastian dalam kehidupan, 2) menemukan arti dan tujuan hidup, 3) menyadari kemampuan untuk menggunakan sumber dan kekuatan dalam diri sendiri. Kecerdasan spiritual itu kemampuan orang untuk memberi makna dalam kehidupan. Ada juga orang yang mengartikan kecerdasan spiritual itu sebagai kemampuan untuk tetap bahagia dalam situasi apapun tanpa tergantung kepada situasinya.⁶⁴

Kecerdasan spiritual berbeda dengan religiusitas. Religiusitas lebih ditujukan pada hubungan dengan Tuhan sedangkan kecerdasan spiritual lebih terfokus pada suatu hubungan yang dalam dan terikat antara manusia dengan sekitarnya secara luas.⁶⁵ Kecerdasan spiritual dapat memfasilitasi dialog antara pikiran dan emosi, antara jiwa dan tubuh.⁶⁶ Kecerdasan spiritual juga dapat membantu seseorang untuk dapat melakukan transendensi diri. Pengertian lain dari kecerdasan spiritual adalah kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku dan kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia yang seutuhnya dan

⁶⁴ Hamid AchirYani, *Buku Ajar Aspek Spiritual Dalam Keperawatan*. Jakarta: Widya Medika, 2000

⁶⁵ MitroffL.I and Denton, E.A, *A Study of Spiritualityin the Work Place*, *Sloan Management Review*, volume 40 nomor 4 pp.83-92, 1999, 111

⁶⁶ Berman M, *Developing SQ (Spiritual Intelligence) Thought ELT*, <http://www.eltnesletter.com>, 8 Oktober 2017, 98

memiliki pola pemikiran *integralistik* serta berprinsip hanya karena Allah.⁶⁷

Kecerdasan spiritual muncul karena IQ dan EQ dipandang hanya menyumbangkan sebagian penentu kesuksesan seseorang dalam hidupnya. Faktor lain yang lebih berperan yaitu kecerdasan spiritual yang lebih menekankan pada makna hidup dan bukan hanya terbatas pada penekanan agama saja.⁶⁸ Peran SQ adalah sebagai landasan yang diperlukan untuk memfungsikan IQ dan EQ secara efektif.⁶⁹ Sehingga seseorang yang mempunyai SQ tinggi merupakan orang yang mempunyai prinsip dan visi yang kuat.⁷⁰ Artinya seseorang tersebut mampu memberi makna pada setiap sisi kehidupan dan mampu mengelola serta bertahan ketika menghadapi kesulitan dalam hidupnya.

Perkembangan kecerdasan spiritual dalam diri seseorang dapat terhambat oleh beberapa hal, antara lain;⁷¹

- 1) adanya ketidakseimbangan yang dinamis antara ego dan superego, ketidakseimbangan antara ego sadar yang rasional dan tuntutan dari alam tak sadar secara umum,
- 2) adanya orang tua yang tidak cukup menyayangi,
- 3) mengharapkan terlalu banyak,
- 4) adanya ajaran yang

⁶⁷ Ari Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual (ESQ)*, Jakarta: Arga Wijaya Persada, 2001, 57

⁶⁸ Hoffman E, *Psychological Testing at Work*, Mc Graw Hill, New York, 2002, 131

⁶⁹ Ari Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual (ESQ)*, Jakarta: Arga Wijaya Persada, 2001, 57

⁷⁰ Agus Nggermanto, *Quantum Quotient (Kecerdasan Quantum): Cara Tepat Melejitkan IQ, EQ dan SQ Secara Harmonis*, Bandung: Nuansa, 2002, 123

⁷¹ Maria Sumediyani, *Kecerdasan Spiritual dan Problema Bangsa Ini*, www.google.com, 2 Desember 2017

mengajarkan menekan insting, 5) adanya aturan moral yang menekan insting alamiah, 6) adanya luka jiwa, yakni jiwa yang menggambarkan pengalaman menyangkut perasaan terasing dan tidak berharga.

Kecerdasan spiritual ialah pikiran yang mendapat inspirasi, dorongan dan efektivitas yang terinspirasi, penghayatan ketuhanan yang di dalamnya semua menjadi bagian. Prinsip-prinsip kecerdasan emosional dan spiritual itu juga terdapat dalam tasawuf. Selain ada konsep *mahabbah*, ada konsep sabar, ikhlas, muhasabah (introspeksi diri), *raja'* (optimisme), *syaja'ah* (berani karena benar), *itsar* (mendahulukan orang lain), *shidiq* (benar dan jujur), *istiqamah* (konsisten), dan sikap-sikap sufistik lainnya yang sangat positif dalam menjalani hidup ini. Sikap sufistik itu juga bermanfaat dalam kehidupan bisnis, terutama bisnis syariah.⁷² Hal ini karena sikap sufistik ini dapat mendorong SDM bisnis syariah untuk menanamkan rasa memiliki, rasa mencintai pada diri mereka terhadap bisnis yang dijalankannya. Apabila rasa memiliki dan rasa mencintai ada pada diri masing-masing SDM bisnis syariah, maka hal ini dapat menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan dalam bisnis. Sebaliknya rasa kurang memiliki atau rasa tidak cinta SDM bisnis syariah terhadap bisnis ini dikhawatirkan dapat memperlemah kinerja bisnis syariah dalam perkembangannya kedepan.

⁷² Sudirman Tebba, *Menakar Kesiapan SDM Syariah*, Unisia Nomor 48/XXVI/II/2003,126

Berkaitan dengan dunia bisnis, nilai-nilai dan kecerdasan spiritual yang banyak dibutuhkan antara lain:⁷³

1. Mutlak jujur, kata kunci pertama untuk sukses di dunia bisnis selain berkata benar dan konsisten akan kebenaran adalah mutlak bersikap jujur, ini merupakan hukum spiritual dalam dunia usaha.
2. Keterbukaan, keterbukaan merupakan sebuah hukum alam di dalam dunia usaha, maka logikanya ketika seseorang bersikap fair atau terbuka maka ia telah berpartisipasi di jalan menuju dunia yang baik.
3. Pengetahuan diri, pengetahuan diri menjadi elemen utama dan sangat dibutuhkan dalam kesuksesan sebuah usaha.
4. Fokus pada kontribusi, dalam dunia usaha terdapat hukum yang lebih mengutamakan memberi daripada menerima
5. Spiritual non dogmatis, komponen ini merupakan nilai dari kecerdasan spiritual dimana di dalamnya terdapat kemampuan untuk bersikap *fleksibel*, dan kemampuan yang tinggi, kualitas hidup yang diilhami oleh visi dan nilai.

Ciri-ciri orang yang memiliki kecerdasan spiritual berdasar teori Zohar dan Marshall (2001), Sinetar (2001) dalam Lisda (2012), antara lain:⁷⁴

⁷³ Dani Setyawan, *Analisis Pengaruh Kepemimpinan Q (IQ, EQ, SQ) Terhadap Komitmen Organisasi Karyawan*, Univ Katholik Soegijapranata, Semarang: 2004, 13

⁷⁴ Lisda Rahmasari, *Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kecerdasan Intelektual dan Kecerdasan Emosi terhadap Kinerja Karyawan*, Majalah Ilmiah Informatika, Volume 3 Nomor 1, Januari 2012,12

1. Memiliki kesadaran diri, adanya tingkat kesadaran yang tinggi dan mendalam sehingga bisa menyadari berbagai situasi yang datang dan menanggapi
2. Memiliki visi, memiliki pemahaman tentang tujuan hidup dan memiliki kualitas hidup yang diilhami oleh visi dan nilai-nilai.
3. Bersikap *fleksibel*, yaitu mampu menyesuaikan diri secara spontan dan aktif untuk mencapai hasil yang baik, memiliki pandangan yang *pragmatis* (sesuai kegunaan) dan efisien tentang realitas.
4. Berpandangan *holistic*, melihat bahwa diri sendiri dan orang lain saling terkait dan bisa melihat keterkaitan antara berbagai hal. Dapat memandang kehidupan yang lebih besar sehingga mampu menghadapi dan memanfaatkan, melampaui kesengsaraan dan rasa sakit serta memandangnya sebagai visi dan mencari makna dibaliknya.
5. Melakukan perubahan, yaitu terbuka terhadap perbedaan, memiliki kemudahan untuk bekerja melawan konvensi dan status quo dan juga menjadi orang yang bebas
6. Sumber inspirasi, yaitu mampu menjadi sumber inspirasi bagi orang lain dan memiliki gagasan-gagasan yang segar.
7. Refleksi diri, yaitu memiliki kecenderungan apakah yang mendasar dan pokok

Urgensi kecerdasan spiritual antara lain;⁷⁵ 1) spiritual mendorong tumbuhnya integritas dan kejujuran, kedua sifat ini harus dimiliki oleh setiap orang karena pada dasarnya setiap orang adalah pemimpin bagi dirinya sendiri, 2) spiritualitas menimbulkan energi dan semangat, orang yang memiliki kecerdasan spiritual akan senantiasa mendapatkan energi dan semangat untuk menjalankan tugas, posisinya dan berbahagia bermanfaat untuk orang lain, karena sumber energinya adalah berasal dari Tuhannya 3) spiritualitas melahirkan inspirasi atau ide dan inisiatif, ide untuk memfungsikan pendiriannya, inisiatif tersebut dapat lahir karena spiritualitas yang tinggi mampu meminimalkan kepentingan-kepentingan pribadi yang dangkal yang bersifat materialis, 4) spiritualitas menuntun seseorang untuk menjadi *wisdom* atau bijaksana, bijaksana dalam menghadapi konflik maupun dalam mengambil keputusan, 5) spiritualitas mendorong keberanian untuk mengambil keputusan, kecerdasan spiritual akan melahirkan keberanian dalam mengambil keputusan. Orang tersebut tidak akan terbebani dengan rasa takut terhadap konsekuensi hasil keputusannya, karena keputusannya telah melalui pertimbangan yang matang dan objektif sesuai aturan syariah dan keyakinannya.

Variasi pengambilan keputusan yang signifikan ditemukan dalam gaya pengambilan keputusan pribadi, beberapa tema sentral muncul, seperti pentingnya kepekaan terhadap konteks pengambilan keputusan, perhatian pada

⁷⁵ Fauzan, *Memfungsikan Kecerdasan Spiritual dan Kecerdasan Emosional*, google. Com. Hal 4. Diunduh 2 Desember 2017

penyajian informasi dan penggunaan intuisi, penggunaan teknologi pendukung keputusan, penggunaan alat *self-help*⁷⁶ Anahita Malek Mohammadi dan Badarudin Mohammed menegaskan bahwa dalam banyak situasi pengambilan keputusan pembelian memilih melalui pencarian informasi yang luas dan evaluasi alternatif dalam rangka untuk memilih opsi terbaik yang mungkin untuk pembelian berisiko tinggi dan penting.⁷⁷

Bank syariah mampu membuktikan sebagai lembaga keuangan yang dapat bertahan pada kondisi krisis. Saat terjadi krisis moneter di Indonesia tahun 2008, salah satu permasalahan yang muncul adalah bank menghadapi *negatif spread* yakni suku bunga tabungan lebih besar daripada suku bunga pinjaman, hal ini menyebabkan bank sulit memperoleh keuntungan. Bank syariah yang operasionalnya tidak mengandalkan perputaran bunga secara internasional dan masih fokus pada usaha domestik terhindar dari masalah tersebut, hal ini menyebabkan masyarakat tertarik menggunakan produk-produk bank syariah. Perilaku konsumen sebagai nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi mereka.

⁷⁶ SM Turpin, MA Marais, *Decision-making: Theory and practice*, Received: 24 June 2004; Revised: 15 September 2004; Accepted: 6 October 2004, Orion, ISSN 0529-191-X c °2004, Volume 20 (2), pp. 143–160 <http://www.orssa.org.za>

⁷⁷ Anahita Malek Mohammadi, Badarudin Mohammed, *Applying Consumer Behaviour Theory and Grand Models to Attendees Behaviour in Coference Industry*, Book of Proceedings Vol I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve, 2011, hal 158

Hasil survei yang dilakukan oleh tim Bank Syariah tentang alasan masyarakat memilih Bank Syariah di Jawa Barat menunjukkan bahwa 62% responden menyatakan bahwa bunga bank bertentangan dengan ajaran agama, 22% responden menyatakan tidak bertentangan dan sisanya 16% menyatakan tidak tahu. Bank Indonesia tahun 2001 di Sumatera Barat mendapat informasi bahwa 20% masyarakat menyatakan bunga bank itu haram, 39% menyatakan tidak tahu dan sisanya 41% menyatakan bahwa bunga bank tidak haram.⁷⁸

Hendra Prawira berpendapat bahwa pola penghimpunan dana masyarakat melalui Bank Jabar Syariah sesudah fatwa MUI 16 Desember 2003 tentang pengharaman bunga bank, mengalami kenaikan dibandingkan dengan sebelum dikeluarkannya fatwa MUI 16 Desember 2003. Kenaikan penghimpunan dana terbesar didapat dari tabungan mudharabah. Pola penyaluran dana masyarakat melalui Bank Jabar Syariah juga mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut terjadi pada pembiayaan musyarakah sebesar 2%, pembiayaan mudharabah sebesar 0,06% dan SWBI sebesar 11,13%. Secara umum kinerja PT Bank Jabar Syariah sesudah fatwa diharamkannya bunga bank menjadi lebih baik dibandingkan sebelum adanya fatwa MUI.⁷⁹

⁷⁸ Edhi Satriyo Wibowo, Muhammad Syaichu, *Analisis Pengaruh Suku Bunga, Inflasi, CAR, BOPO, NPF terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, Volume 2 Nomor 2 tahun 2013, ISSN 2337-3792, 2

⁷⁹ Hendra Prawira, *Perbandingan Kinerja PT. Bank Jabar Syariah Sebelum dan Sesudah Fatwa MUI tentang Haramnya Bunga Bank*, EKSIS vol. 3 no. 1, 2007

Muhammad Sholahuddin menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan rata-rata kuantitas penghimpunan dana pihak ketiga baik berupa tabungan mudharabah, deposito mudharabah dan giro wadiah perbankan syariah antara sebelum dan setelah fatwa komisi fatwa MUI mengenai keharaman bunga bank. Walaupun kenyataan diatas belum dapat membuktikan bahwa hal tersebut dipengaruhi oleh fatwa. Namun hal itu paling tidak telah mampu mengindikasikan, pasca fatwa ada kenaikan Dana Pihak Ketiga (DPK),⁸⁰ sekaligus membuktikan bahwa fatwa haramnya bunga berpengaruh signifikan terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia, dengan demikian kedepan sosialisasi terhadap fatwa ini seharusnya terus dilakukan, sehingga masyarakat juga semakin tahu bahwa perbankan syariah merupakan solusi kehidupan yang berkah dunia dan akhirat.

Bank Indonesia, bekerjasama dengan beberapa lembaga penelitian dengan memetakan potensi pengembangan bank syariah yang didasarkan pada analisis dan pola sikap/preferensi dari pelaku ekonomi dan jasa bank syariah dengan mengambil lokasi di wilayah Jawa. Selain itu juga untuk mempelajari karakteristik dan perilaku dari masyarakat selaku nasabah dan calon nasabah pengguna jasa perbankan syariah sebagai dasar penetapan strategi sosialisasi dan pemasaran bagi bank syariah, sehingga menghasilkan bahwa 95% responden berpendapat bahwa sistem perbankan penting dan dibutuhkan dalam mendukung kelancaran

⁸⁰ Muhammad Sholahuddin, *Karakteristik dana pihak ketiga di Bank Syariah pasca fatwa keharaman bunga bank*, EKSIS, Vol. 1 No. 2, 2005

transaksi ekonomi. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang bank syariah adalah 1) Bank syariah identik dengan bank dengan sistem bagi hasil tanpa bunga bank, 2) Bank syariah adalah bank yang Islami.⁸¹

Rahmatina, Kasri dan Kassim Salina mengungkapkan adanya risiko komersial yang bergeser antara bank Islam dan bank konvensional yang ditunjukkan oleh kecenderungan deposit bank syariah untuk menarik dana mereka dan menaruhnya di bank konvensional ketika pengembalian riil yang diberikan oleh bank lebih rendah dari bunga tingkat rekan-rekan konvensional (dan sebaliknya). Adanya risiko komersial pengungsi di bank syariah di Indonesia harus diperhatikan terutama oleh manajemen bank syariah dan pembuat kebijakan. Untuk memitigasi risiko komersial yang terlantar, Dewan Jasa Keuangan Islam telah memperkenalkan konsep *Profit Equalization Reserves* (PER) yang merupakan jumlah yang disisihkan oleh lembaga keuangan Islam dari pendapatan kotor mereka untuk mempertahankan tingkat pengembalian tingkat tertentu untuk deposit mereka.⁸² Meskipun konsep PER belum masuk dalam peraturan bank syariah di Indonesia sehingga sebagian besar bankir Islam tidak menyadari bahwa instrumen ini ada. Dengan

⁸¹ Bank Indonesia, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa*, Jakarta: Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan, 2000, 22

⁸² Rahmatina, Kasri, Salina Kassim, *Empirical Determinants of Saving in the Islamic Banks: Evidence from Indonesia*, JKAU: Islamic Econ., Vol. 22 No. 2, pp: 181-201 (2009 A.D./1430 A.H.), hal 197-198

demikian, praktik manajemen risiko yang lebih baik harus menjadi salah satu perhatian utama.

Kesimpulannya, pandangan terhadap bunga bank masih memunculkan perbedaan pendapat di kalangan ulama dan masyarakat, demikian juga masih menimbulkan pengaruh yang berbeda pada keputusan memilih Bank Syariah, contohnya di Jawa Barat masyarakat yang memandang bunga bank haram dan lebih memilih Bank Syariah lebih dominan yakni sebesar 62% daripada masyarakat di Sumatera Barat yakni sebesar 20%. Perbedaan pendapat tentang pandangan bunga bank juga terdapat pada masyarakat di wilayah Banyumas, karena dilatarbelakangi faktor ormas yang berbeda, maka variabel tersebut penting untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan memilih Bank Syariah di Banyumas.

Farida Yulianti mengkategorikan tingkat pendidikan responden ke dalam 4 jenjang pendidikan, diantaranya responden yang berpendidikan Sekolah Dasar (1%), Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (36%), responden yang berpendidikan Sekolah Menengah Umum/ sederajat (50%) dan yang berpendidikan Sarjana (13%).⁸³ Latar belakang pendidikan kaitannya dengan pengambilan keputusan memilih Bank Syariah menghasilkan bahwa apresiasi terbesar terhadap Bank Syariah adalah konsumen yang berlatar belakang pendidikan SMU/ sederajat. Konsumen ketika sudah menjadi nasabah adalah segala-galanya, sehingga nasabah dari semua latar belakang pendidikan

⁸³ Farida Yulianti, *Apresiasi Nasabah Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Banjarmasin*, Jurnal SPREAD, April, Volume 2 Nomor 1, 2012, 50

dapat terlayani dengan baik, karena bagi lembaga keuangan syariah, tingkat pendidikan bukan target, tapi keterlibatan aktif nasabah dalam memanfaatkan fasilitas dan produk yang diberikan.

Dian Ariani dengan menggunakan analisis regresi menghasilkan bahwa pertama; persepsi masyarakat umum terhadap Bank Syariah di Medan dipengaruhi secara signifikan positif oleh variable-variabel antara lain pendidikan (tinggi rendahnya tingkat pengetahuan tentang bank syariah), usia dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah. Dengan pengujian secara serempak (uji F) menunjukkan bahwa pendidikan, usia dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan pada $\alpha = 5\%$ dan $\alpha = 1\%$ terhadap persepsi masyarakat umum pada Bank Syariah. Kedua; dari ketiga variabel bebas terlihat bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat umum terhadap Bank Syariah. Ketiga; pengujian secara parsial menunjukan bahwa pendidikan, usia dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan $R^2 = 0,233$ berarti variabel tersebut mempunyai pengaruh sebesar 23,3% terhadap persepsi responden pada Bank Syariah di Medan sedangkan sisanya 76,7% disebabkan oleh faktor-faktor lain.⁸⁴

Amat Yunus menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa Bank Syariah antara lain, pertama; faktor

⁸⁴ Dian Ariani, *Persepsi Masyarakat Umum Tentang Bank Syariah di Medan*, Pascasarjana Univ. Sumatra Utara, 2007, 1

pendidikan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah, kedua; faktor pengetahuan masyarakat tentang bank syariah termasuk di dalamnya pandangan bunga bank memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah.⁸⁵

Sejalan dengan penelitian Amat Yunus, Guntur S Mahardika memandang bahwa Bank Syariah lebih disukai oleh masyarakat berpendidikan tinggi (sarjana) dan berpenghasilan menengah.⁸⁶ Yakni menggambarkan fenomena masyarakat perkotaan dengan tingkat pendidikan dan pendapatannya tersebut sering mendapatkan informasi mengenai Bank Syariah. Dengan demikian ada korelasi positif antara tingkat pendidikan dengan pengambilan keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

Sejalan dengan kesimpulan di atas, Wiwiek Rabiyyatul Adawiyah menyimpulkan bahwa ada 7 (tujuh) faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank Syariah antara lain: persepsi/pengetahuan, proses, kondisi fisik, harga, sumber daya manusia, sosial dan faktor lokasi. Persepsi atau pengetahuan konsumen/nasabah tentang bank syariah merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih bank syariah. Sebagian responden memiliki keterbatasan pengetahuan

⁸⁵ Amat Yunus, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bekasi)*, Jurnal EKSIS vol 1 no 2 April-Juni, 2004

⁸⁶ Guntur Mahardika, S, *Analisis Kebutuhan dan Peluang Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal EKSIS vol 1 no 3 Juli-September 2005

tentang produk perbankan Syariah. Agama bukanlah alasan utama konsumen individu dalam memilih bank Syariah. Konsumen lebih mempertimbangkan laba atau bagi hasil yang ditawarkan bank Syariah dibanding faktor lainnya.⁸⁷

Kesimpulannya, beberapa pendapat mengatakan bank syariah lebih diminati oleh masyarakat yang tingkat pendidikannya tinggi, meskipun sebagian dengan alasan sesuai kebutuhan. Banyumas sebagai wilayah yang termasuk memiliki banyak Perguruan Tinggi, variabel tingkat pendidikan masyarakatnya menjadi penting untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan memilih bank syariah di wilayah tersebut.

Tulisan atau buku tentang kecerdasan spiritual yang berkaitan langsung dengan pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah, belum penulis temukan, meskipun demikian kecerdasan spiritual berkaitan erat dengan pengambilan keputusan. Nilai merupakan panduan-panduan yang berasal dari dalam diri untuk bertindak atau bersikap. Nilai dikenalkan sejak kanak-kanak oleh orangtua, kemudian ditambah oleh guru, keyakinan agama, kawan serta lingkungan pergaulan. Nilai-nilai spiritual merupakan pondasi perilaku individu yang sangat penting. Nilai-nilai secara kuat mempengaruhi sikap dan pengambilan keputusan seseorang. Sehingga pengetahuan berjenis sistem

⁸⁷ Wiwiek Rabiyyatul Adawiyah, *Pertimbangan, Pengetahuan dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Volume 11 Nomor 2 Desember, 2010, 191

nilai seorang individu dapat memberikan wawasan dalam pengambilan keputusan memilih.⁸⁸

Muhammad Ali and Raza Syed ali and Puah Chin-Hong di Pakistan menghasilkan bahwa faktor harga dan religiusitas/kewajiban agama berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan di Bank Islam, sedangkan dukungan pemerintah dan pengaruh sosial berdampak positif dan signifikan.⁸⁹ Hal senada juga ditunjukkan dalam penelitian Sri Rahayu Hijrah bahwa meskipun merk Islam terkait erat dengan iman, tetapi peran signifikan dari religiusitas terkadang diabaikan atau tidak memiliki pengaruh signifikan.⁹⁰ Dalam sarannya menganjurkan agar keyakinan agama menjadi variabel pada pengambilan keputusan pengambilan pembiayaan di Bank Islam di masa depan.

Temuan Delta Khoirunnisa menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan preferensi ekonomi antara konsumen Bank Muamalat Indonesia dan konsumen Bank BNI Syariah, tetapi ada hubungan antara preferensi ekonomi dan agama

⁸⁸ Suyanto, *Revolusi Organisasi dengan Memberdayakan Kecerdasan Spiritual*, Yogyakarta: CV Andi offset, 2006, 7

⁸⁹ Muhammad Ali and Raza Syed ali and Puah Chin-Hong, *Factors Affecting Intention to Use Islamic Personal Financing in Pakistan: Evidence from the Modified TRA Model*, IQRAUniversity, University Malaysia Sarawak, 10August 2015, Online at <http://mpr.ub.uni-muenchen.de/66023/> MPRA Paper No. 66023, posted 11. August 2015 15:33 UTC

⁹⁰ Sri Rahayu Hijrah Hatib, Siti Sarah Kusumawardhinia Sri Daryantic, *Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement*, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, eISSN : 2357-1330, BE-ci 2016 : 3rd International Conference on Business and Economics, 21 - 23 September, 2016, hal 158

dalam menabung di perbankan Islam.⁹¹ Kesimpulan ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan dua tingkat kepuasan dalam menabung di perbankan syariah, yaitu kepuasan di dunia dan di akhirat.

Muhammad Ikmal Hilmi berpendapat bahwa faktor kecerdasan spiritual, latar belakang pendidikan dan motivasi berpengaruh pada alumni Ekonomi Islam UII untuk mengambil keputusan bekerja di lembaga keuangan syariah baik secara parsial maupun simultan. Hasil dari uji parsial menunjukkan bahwa variabel latar belakang pendidikan sebesar 2,501, variabel kecerdasan spiritual sebesar 0,916, dan variabel motivasi sebesar 1,976, sedangkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel kecerdasan spiritual, latar belakang pendidikan, social dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada alumni Ekonomi Islam UII untuk mengambil keputusan bekerja di lembaga keuangan syariah dengan nilai sebesar 16,704.⁹² Secara tidak langsung para alumni tersebut juga berpandangan positif terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah atau bank syariah.

Anita Rahmawaty menyimpulkan bahwa: 1) kecerdasan spiritual berhubungan positif dan signifikan dengan minat atau pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk internet banking dalam bank syariah. Temuan baru ini

⁹¹ Delta Khoirunnisa, *Consumers Preference Toward Islamic Banking (Case Study in Bank Muamalat Indonesia and Bank BNI Syariah)*, ISSN 1411 – 013X IQTISAD Journal of Islamic Economics Vol. 4, No. 2, Rajab 1424 H/September 2003 pp. 145 – 168, hal 155

⁹² Muhammad Ikmal Hilmi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Alumni Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia untuk Bekerja di Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII, 1

memperkuat model teoretis yang dibangun dalam penelitian ini mengenai peran motivasi spiritual dalam penerimaan produk internet banking di bank syariah; 2) kepercayaan tidak berhubungan dengan minat perilaku penerimaan teknologi informasi; 3) persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan; 4) persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dan signifikan dengan persepsi manfaat; 5) persepsi kemudahan penggunaan tidak berhubungan dengan minat perilaku penerimaan produk internet banking; 6) persepsi manfaat berhubungan positif dan signifikan dengan minat perilaku penerimaan produk internet banking; dan 7) minat perilaku berhubungan positif dan signifikan dengan perilaku penggunaan produk internet banking.⁹³

Kesimpulannya, meskipun sudah ada tulisan yang mengkaitkan antara kecerdasan spiritual dengan keputusan memilih bank syariah, tetapi jumlahnya masih sangat sedikit, pembahasan lebih didominasi oleh faktor religiusitas. Dari korelasi antara variabel pandangan bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual dengan keputusan memilih bank syariah yang didukung oleh pendapat-pendapat berkaitan variabel yang memiliki pengaruh, maka orisinalitas tulisan dalam buku ini dititikberatkan pada dua hal yakni; pertama, pengambilan keputusan menggunakan keputusan langsung yang memiliki skor binari 0 dan 1 (memilih dan tidak memilih bank syariah) tidak seperti penelitian yang sudah banyak dilakukan yakni

⁹³ Anita Rahmawaty, *Model Perilaku Penerimaan Internet Banking di Bank Syariah: Peran Motivasi Spiritual*, Conference Proceeding, AICIS, 1804

menitikberatkan pada prosesnya dengan penskoran secara kontinum, kedua, mengangkat variabel kecerdasan spiritual Islam yang membedakan dengan penelitian yang sudah banyak dilakukan yakni tentang religiusitas.

CV. RIZQUNA

CV. RIZQUNA

BAB III

INSTRUMEN VARIABEL PERBEDAAN PENDAPAT TENTANG BUNGA BANK, TINGKAT PENDIDIKAN DAN KECERDASAN SPIRITUAL

Pendekatan dalam rangka memahami fenomena yang menjadi obyek, menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana fenomena yang diteliti dipandang dan diperlakukan secara terisolasi dan mempunyai bentuk berbeda satu dari yang lainnya serta memiliki hubungan sejenis. Dan diukur secara kuantitatif.⁹⁴ Untuk mendapatkan pemahaman tentang hubungan antar fenomena dilakukan secara induktif dengan pengolahan dan analisis data menggunakan metode statistik yang sesuai dengan yang diteliti.⁹⁵

Hubungan antar variabel didesain menggunakan model logistik. Hal ini karena variabel *output*, kriteria atau dependennya, yakni keputusan memilih bank syariah merupakan variabel binari, dengan dua kategori yakni “Ya memilih bank syariah” dan “Tidak memilih bank syariah”. Model regresi logistik memprediksi probabilitas keputusan memilih bank syariah berdasarkan variasi pada variabel

⁹⁴ Ibnu Hadjar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999

⁹⁵ Hadjar, *Statistik untuk Ilmu Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Semarang, Pustaka Rizki Putra

independennya, dalam penelitian ini adalah pandangan tentang bunga bank, latar belakang pendidikan, persepsi tentang pelayanan, penerimaan promosi dan kecerdasan spiritual.

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama yakni hasil pengisian kuesioner, sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, atau dari pendukung lainnya baik dalam bentuk tabel atau diagram.⁹⁶

Populasi, untuk efektifitas pengkajian, tulisan difokuskan pada masyarakat yang berdomisili di Perumahan di sekitar wilayah Purwokerto yang merupakan ibukota kabupaten Banyumas, terdiri dari 9 kecamatan, dengan pertimbangan warga yang berdomisili di Perumahan merupakan warga yang dinamis, modern dan lebih banyak membutuhkan transaksi dengan bank serta mempunyai mobilitas tinggi. Besaran populasi sebanyak 257.692 jiwa pada tahun 2019.⁹⁷

Sampel, merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih sehingga diharapkan dapat mewakili karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga diartikan sebagai bagian dari populasi. Elemen-elemen anggota sampel merupakan anggota populasi dari mana sampel ini diambil.⁹⁸ Sampel dikatakan mewakili populasi, ketika anggota sampel mencerminkan sifat dan ciri-ciri yang ada pada populasi, sampel merupakan miniatur dari populasi.

⁹⁶ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997, 9

⁹⁷ Laporan Tahunan Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2019

⁹⁸ Supranto, *Teknik Sampling, Untuk Survey dan Eksperimen*, cet ke 4, Jakarta: Rineka Cipta, 2007, 9

Dalam pengambilan sampel terlebih dahulu peneliti mengetahui karakteristik, ciri dan sifat populasi. Populasi yang bersifat homogen, pengambilan sampel dalam jumlah kecil dicukupkan. Sebaliknya apabila populasi bersifat heterogen, maka sampel yang diambil harus banyak.⁹⁹ Penentuan besaran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel Isaac and Michael dengan tingkat kesalahan 10% pada taraf kepercayaan 90% terhadap populasi.¹⁰⁰ Sehingga besaran sampel yang diambil sejumlah 347 orang

Pengambilan sampel menggunakan Teknik *proporsional random sampling*. Teknik ini dilakukan melalui beberapa tahap, pertama; menentukan populasi yakni masyarakat Banyumas yang berdomisili di Purwokerto yakni terdiri dari 9 kecamatan, pada setiap kecamatan ditetapkan perumahan yang akan diambil sampelnya, kedua; penentuan jumlah proporsi ditentukan melalui penghitungan sebagaimana dalam table Isaac and Michael, ketiga; penentuan responden dari proporsi yang telah ditetapkan pada masyarakat yang berdomisili di Perumahan di wilayah Banyumas dilakukan secara acak.

Responden sebagai sampel penelitian ini tersebar di 9 (sembilan) kecamatan di Banyumas. Terdiri dari kecamatan Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, Purwokerto Utara, Purwokerto Timur, Ajibarang, Banyumas, Sokaraja, Kembaran dan Wangon, dan di 19 perumahan, terdiri dari

⁹⁹ Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, cet ke 4, Malang: UPT UMM, 2007,22

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi, Dilengkapi Dengan Metode R & D*, Cet ke16, Bandung: Alfabeta, 2008, 98-99

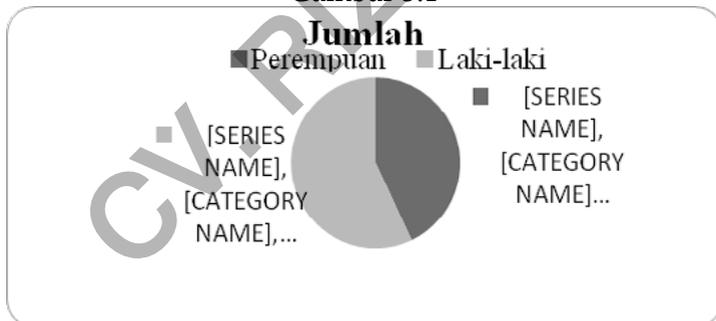
perumahan Purnawira, Taman Zotus, Ledug, Firdaus, Puri Nirwana, Permata Kahuripan, Sapphire Madani, Green Sapphire, De Oasis, Griya Pasir Luhur, Sumampir Indah, Puri Hijau, Soka Indah, Karen Indah, Kali Kidang, Pasir Muncang, Tegal Mulya, Puri Indah dan Brobahan.

Tabel 3.1 Data Responden Dilihat dari Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	187 orang	54%
Perempuan	160 orang	46%
	347 Orang	100%

Berdasarkan tabel di atas, responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan yaitu sebanyak 187 orang sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 160 orang.

Gambar 3.1



1. Variabel dan Instrumen

Pada bagian ini akan diuraikan keempat variabel secara menyeluruh dan terperinci. Yang pertama variabel dependen keputusan menjadi nasabah bank syariah, pembahasan variabel ini meliputi; definisi konseptual, definisi operasional, bentuk butir dan respon, penskoran.

Yang kedua, variabel independen pandangan tentang bunga bank, pembahasan variabel ini meliputi; definisi konseptual, definisi operasional, bentuk butir dan respon, penskoran. Yang ketiga variabel independen tingkat pendidikan, pembahasan variabel ini meliputi; definisi konseptual, definisi operasional, bentuk butir respon, butir-butir instrumen, penskoran. Yang keempat variabel independen kecerdasan spiritual, pembahasan variabel ini meliputi; definisi konseptual, definisi operasional, indikator, kisi-kisi, bentuk butir respon, butir-butir instrumen, penskoran, uji coba, validitas butir, reliabilitas.

Pembahasan variabel dan instrumen tersebut akan diuraikan secara berurutan dari variable pengambilan keputusan, pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual.

a. Keputusan memilih bank syariah

Definisi konseptual. Pengambilan keputusan merupakan suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan atau satu jawaban diantara beberapa alternatif yang tersedia.¹⁰¹

Definisi operasional. Pengambilan keputusan berarti memilih alternatif perilaku tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Setiap proses dan tahapan pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final yang dipandang sebagai yang terbaik.

Bentuk butir. Butir disusun dalam bentuk pertanyaan, yang terdiri dari satu butir, yaitu: Apakah anda memiliki

¹⁰¹ James Reason, *Human Error*, Ashgat, 1990, ISBN 184014-104-2

nomor rekening di bank syariah?. Untuk merespon, responden disediakan dua alternatif jawaban yakni “Ya” dan “Tidak”, dan selanjutnya dari tindakan memilih diantara dua butir tersebut menghasilkan respon antara responden yang memilih bank syariah dan responden yang tidak memilih bank syariah.

Penskoran dilakukan dengan memberi skor 1 pada jawaban “Ya” dan skor 0 pada jawaban “Tidak”

b.Pandangan tentang bunga bank

Definisi konseptual. Pandangan tentang bunga bank berarti pandangan bahwa *interest is charge for financial loan, usually a percentage of amount loaned*, bahwa bunga merupakan tanggungan pada pinjaman uang, yang biasanya dinyatakan dengan presentase dari uang yang dipinjamkan. Dengan kata lain interest yaitu sejumlah uang yang dibayar atau dikalkulasi untuk penggunaan modal, jumlah tersebut misalnya disesuaikan dengan tingkat atau prosentase modal yang bersangkutan.

Definisi operasional. Pandangan tentang bunga bank adalah gelombang perbedaan pendapat apakah bunga bank termasuk bagian dari riba atau tidak, atau bisa juga merupakan penilaian masyarakat tentang hukum bunga bank.

Bentuk butir. Butir disusun dalam bentuk pertanyaan, yang terdiri dari satu butir, yaitu: Apakah hukum bunga bank menurut anda?. Untuk merespon, responden disediakan dua alternatif jawaban yakni “Haram” dan “Halal”, variabel pandangan tentang bunga bank memiliki 2

dimensi yaitu: 1) pandangan bahwa bunga bank haram dan merupakan bagian dari riba, 2) pandangan bahwa bunga bank diperbolehkan karena merupakan bentuk keuntungan dari bisnis. Selanjutnya akan menghasilkan respon bahwa terdapat responden yang berpandangan bahwa bunga bank haram dan terdapat pula responden yang berpandangan bahwa bunga bank halal.

Adapun pengukuran tiap butirnya, karena merupakan suatu jawaban yang tegas, maka penskorannya tidak merentang. Kategori pengukurannya menggunakan jawaban bahwa bunga bank hukumnya haram dan bahwa bunga bank hukumnya halal. Haram ditandai dengan skor 1 dan halal ditandai dengan skor 0.

Pengukuran tiap butir pada variabel pandangan tentang bunga bank disusun sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor pandangan bunga bank

Alternatif jawaban	Skor
Haram	1
Halal	0

c. Tingkat pendidikan

Definisi konseptual. Pendidikan merupakan proses pembentukan akhlak manusia, tingkat pendidikan merupakan lamanya proses tersebut dilewati, sehingga merupakan proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran maupun pelatihan.

Definisi operasional. Tingkat pendidikan berkaitan dengan sikap memunculkan perubahan sikap dan tingkah

laku seseorang berdasarkan tingkat pendidikan yang dimiliki. Variabel tingkat pendidikan ada 3 dimensi dengan menggunakan pengelompokan 9 jenjang kualifikasi KKNI terdiri dari jenjang 1-3 dikelompokkan dalam jabatan operator, jenjang 4-6 jabatan teknisi atau analis, jenjang 7-9 jabatan ahli.

Bentuk butir. Bentuk butir dalam variabel ini merupakan pilihan jenjang pendidikan yang merentang dari “Tidak bersekolah” sampai “Doktor/spesialis 2” dan selanjutnya akan menghasilkan respon bahwa masyarakat perumahan sebagai responden terbagi dalam beberapa tingkat pendidikan.

Pengukuran tiap butir pada variabel tingkat pendidikan disusun berdasarkan lamanya tahun belajar yang telah ditempuh sampai pada tingkat pendidikan terakhir yang dicapai sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skor tingkat pendidikan

Alternatif jawaban	Skor (lama belajar/tahun)
Doktor/Spesialis 2	21
Magister/Spesialis 1	18
Profesi	17
Sarjana/Diploma 4	16
Diploma 3	15
Diploma 2	14

d. Kecerdasan Spiritual

Definisi konseptual. Kecerdasan spiritual merupakan rasa moral, kemampuan menyesuaikan antara yang kaku dibarengi dengan pemahaman dan cinta serta kemampuan setara untuk melihat kapan cinta dan pemahaman sampai

pada batasannya. Dengan kata lain kecerdasan spiritual merupakan kemampuan seseorang dalam memilih diantara pilihan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan tepat.

Definisi operasional. Kecerdasan spiritual berbeda dengan religiusitas, religiusitas lebih ditujukan pada hubungan dengan Tuhan, sedangkan kecerdasan spiritual lebih terfokus pada suatu hubungan yang dalam dan terikat antara manusia dengan sekitarnya secara luas, serta kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku dan kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia yang seutuhnya dan memiliki pola pemikiran integralistik serta berprinsip hanya karena Allah.

Indikator variabel kecerdasan spiritual memiliki dimensi, yang juga merupakan kriteria orang yang memiliki kecerdasan spiritual, antara lain: 1) memiliki kesadaran diri, 2) memiliki visi, 3) bersifat fleksibel, 4) berpandangan holistic, 5) melakukan perubahan, 6) menjadi sumber inspirasi, 7) refleksi diri

Tabel 3.4 Dimensi dan kisi-kisi variabel kecerdasan spiritual

No	Dimensi	Positif (+)	Negatif (-)
1	Memiliki kesadaran diri	1	8
2	Memiliki visi	2,3,7	11
3	Bersifat fleksibel	4	
4	Berpandangan holistik	5,14	
5	Melakukan perubahan	6,13	
6	Menjadi sumber inspirasi	10,12,15	
7	Refleksi diri	9	

Model pengembangan butir, instrumen persepsi tentang pelayanan disusun dalam bentuk skala dengan menggunakan *summated-rating scale*, sebagaimana yang dikembangkan oleh Likert.¹⁰² Setiap butir instrumen disusun dalam bentuk pernyataan positif (menunjukkan persetujuan) atau negatif (menunjukkan ketidaksetujuan) tentang obyek yang berkenaan dengan persepsi tentang pelayanan. Untuk merespon pernyataan tersebut, responden diminta untuk memilih salah satu dari lima alternatif yaitu: Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak setuju dan Sangat tidak setuju. Butir-butir instrumen persepsi tentang pelayanan selengkapnya disajikan dalam Lampiran 1 Bagian V

Pengukuran tiap butir pada variabel persepsi tentang pelayanan disusun sebagai berikut:

Tabel 3.5 Skor variabel kecerdasan spiritual

Alternatif jawaban	Skor	
	Positif (+)	Negatif (-)
Sangatsetuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

Untuk uji coba, instrumen yang telah dikembangkan untuk variabel ini akan diuji cobakan terlebih dahulu kepada sekelompok subyek (sampel masyarakat yang tinggal di salah satu wilayah Purwokerto di Banyumas. Hasil uji coba digunakan untuk untuk mengkalibrasi butir dan instrumen secara keseluruhan. Kalibrasi butir dilakukan untuk menguji

¹⁰² Rensis Likert, *A Technique for the Measurement of Attitudes*, New York: Archives of Psychology

validitasnya dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total.¹⁰³ Adapun teknik yang digunakan adalah menggunakan teknik korelasi Pearson product moment, suatu butir akan dinyatakan valid bila memiliki nilai $r \geq 0,25$. Hanya butir yang valid yang akan digunakan dalam pengumpulan data selanjutnya, sedangkan butir yang tidak valid akan digugurkan, tidak digunakan lagi pada pengumpulan data penelitian selanjutnya. Kalibrasi instrumen secara keseluruhan dilakukan untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen, yang akan dilakukan dengan menggunakan teknik reliabilitas internal *alpha cronbach* untuk menghasilkan nilai α .¹⁰⁴ Reliabel butir yang valid dari variabel persepsi pelayanan adalah $0,900 > 0,6$.

Model analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *logistic regression* atau analisis model *regresi logistic* (LOGIT). Model regresi logit adalah merupakan perkembangan lebih lanjut dari model probabilitas linier yang menjelaskan bahwa, model logit digunakan untuk estimasi probabilitas suatu fenomena dengan mereduksi kelemahan-kelemahan yang terdapat pada model probabilitas linier.¹⁰⁵

Model logit digunakan untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya. Teknik ini membantu peneliti memahami bagaimana nilai variabel dependen berubah

¹⁰³ Anne Anastasi & Susana Urbina, *Psychological Testing*, Upper Saddle River: Prentice Hall, 1997, 89

¹⁰⁴ Lee J Cronbach, *Coefficient Alpha and the Internal Structure of Test*, *Psychometrika*, 16, 226-244

¹⁰⁵ Stanisiaus S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006, 258

sejalan dengan nilai variabel independen. Model ini digunakan untuk mengasumsikan bahwa skor variabel kriterianya berupa variabel binari, yakni variabel yang hanya memiliki dua kemungkinan nilai, biasanya menggunakan nilai 0 dan 1.¹⁰⁶

Dengan adanya keterbatasan skor ini, model regresi biasa tidak dapat digunakan karena persyaratan linieritas tidak dapat dipenuhi. Oleh karena itu perlu model yang memberikan kemungkinan penaksiran tersebut. Model regresi logistik memungkinkan membentuk hubungan antara variabel kriteria/ dependen binari dan satu atau lebih variabel prediktor/ independen melalui proses transformasi probabilitas perolehan skor binari ke nilai logit atau *log odds*. Karena itu regresi logistik ini memodelkan probabilitas logit yang tertransformasikan sebagai suatu hubungan linier dengan variabel prediktor. Dalam model ini nilai variabel kriteria ditransformasikan kedalam bentuk skala logit sehingga dapat memiliki nilai yang memiliki rentangan yang tak terbatas, dari $-\infty$ sampai ∞ . Regresi logistik Y pada X_1, X_2, X_3 , menaksir nilai parameter $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$, melalui metode *maximum likelihood* dengan persamaan:¹⁰⁷

$$\log (p_{(Y=1)}) = \log \left(\frac{p_{(Y=1)}}{1-p_{(Y=1)}} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

¹⁰⁶ Ibnu Hadjar, *Statistik Ilmu Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2017, 263

¹⁰⁷ Hadjar, *Statistik Ilmu Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2017, 283

Dimana:

Logit ($p_{(y=1)}$) adalah taksiran nilai probabilitas munculnya peristiwa (memutuskan menjadi nasabah bank syariah) pada variabel dependen (Y)

β_0 adalah intersep atau koefisien regresi/log odds ketika skor (semua) variabel prediktor sama dengan 0 (nol), $\beta_1+\beta_2+\beta_3$ adalah slope/koefisien regresi/log odds atau besarnya pengaruh masing-masing prediktor X_1, X_2, X_3 ,

Untuk menjawab hipotesis, terlebih dahulu akan diuji kesesuaian model dengan datanya, yakni uji keseluruhan model (*overall model fit test*) dan Uji koefisien determinasi (*nagelkerke R square*)

1. Uji keseluruhan model (*overall model fit test*)

Uji ini digunakan untuk menilai model yang telah dihipotesiskan telah fit atau tidak dengan data. Hipotesis untuk menilai metode fit adalah:

H_0 : model yang dihipotesiskan tidak *fit* dengan data

H_1 : model yang dihipotesiskan *fit* dengan data

Dari hipotesis ini, agar model *fit* dengan data maka H_0 harus ditolak. Statistik yang digunakan berdasarkan *Likelihood*. *Likelihood L* dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesiskan menggambarkan data input. Adanya pengurangan nilai antara nilai awal $-2 \text{ Log } L$ dengan nilai $-2 \text{ Log } L$ pada langkah berikutnya menggambarkan data input. Adanya pengurangan nilai antar nilai awal (tanpa prediktor/model nol) $-2 \text{ Log } L$ dengan nilai $-2 \text{ Log } L$ (dengan prediktor/model 1). Pada langkah berikutnya menunjukkan

bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data jika nilai χ^2 signifikan pada taraf 10% ($p > 0,10$). Penemuan likelihood ($-2\text{Log}L$) menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan *fit* dengan data.¹⁰⁸

2. Uji koefisien determinasi (*nagelkerke R square*)

Nagelkerke R square merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen. Nilai *Nagelkerke R square* bervariasi antara 1 (satu) sampai dengan 0 (nol). Jika nilai semakin mendekati 1 maka model dianggap semakin *goodness of fit*, sementara jika semakin mendekati 0 maka model dianggap tidak *goodness of fit*.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2011, 340

¹⁰⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2011, 341

BAB IV

PENGARUH PERBEDAAN PENDAPAT TENTANG HUKUM BUNGA BANK, TINGKAT PENDIDIKAN DAN KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH

Buku ini bertujuan untuk menguji pengaruh pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual terhadap probabilitas keputusan masyarakat dalam memilih menjadi nasabah bank syariah. Dalam rangka menyelidiki tujuan tersebut, data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan teknik statistik yang sesuai dengan tujuan utama penelitian ini, yakni regresi logistik, sebagaimana dinyatakan dalam bab sebelumnya. Penyajian pada bab ini dibagi dalam bagian sebagai berikut:

Data yang terkumpul dari kuesioner yang dikembalikan oleh responden dari masyarakat perumahan di Banyumas, secara deskriptif dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik frekuensi relatif untuk masing-masing variabel kategori atau binari, sedangkan rerata dan simpang baku untuk masing-masing variabel kontinum¹¹⁰ Frekuensi relatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi/prosentase subjek yang termasuk dalam

¹¹⁰ Ibnu Hadjar, *Ketimpangan Gender dalam Seleksi Calon Mahasiswa di Perguruan Tinggi*, Semarang, Pustaka Rizki Putra, 2019, 66

kategori dari variabel keputusan memilih bank syariah dan pandangan terhadap bunga bank. Sedangkan teknik analisis yang lain bertujuan untuk mengungkapkan kecenderungan pemusatan dan penyebaran skor yang dicapai oleh subjek secara umum terkait dengan variabel tingkat pendidikan, persepsi tentang pelayanan, penerimaan promosi dan kecerdasan spiritual. Analisis ini dilakukan untuk data skor variabel dependen dan independen yang terdiri dari 4 (empat) variabel, meliputi: keputusan memilih bank syariah (Y), pandangan tentang bunga bank (X_1), tingkat pendidikan (X_2) dan variabel kecerdasan (X_3). Secara ringkas hasil disajikan dalam tabel berikut:

Statistik deskriptif (rerata [M] dan simpang baku [s] atau persentase untuk masing-masing variabel

Variabel	N	Rerata	Simpang baku	Persentase
Dependent variabel				
Keputusan menjadi nasabah bank syaria'h				
<i>Tidak</i> (=0)	164	–	–	47,3
<i>Ya</i> (=1)	183	–	–	52,7
Independent variabel				
Pandangan tentang bunga bank				
<i>Halal</i> (=0)	52	–	–	15
<i>Haram</i> (=1)	295	–	–	85
Tingkat pendidikan	347	15,19	2,019	–
Kecerdasan spiritual	347	52,73	9,050	–

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan memilih bank syariah

Tabel 4.1 di atas memperlihatkan frekuensi keputusan memilih bank syariah. Dari 347 orang, subyek yang memutuskan untuk tidak memilih bank syariah sebanyak 164 responden atau sebesar 47,3%. Sedangkan subyek yang memutuskan untuk memilih menjadi nasabah bank syariah adalah sebanyak 183 responden atau 52,7%. Secara visual keputusan subyek untuk memilih atau tidak memilih menjadi nasabah bank syariah dapat dilihat dalam grafik berikut ini:

Gambar 4.1. Grafik persentase keputusan subjek untuk memilih Bank Syari'ah



Grafik di atas menunjukkan bahwa masyarakat muslim Banyumas yang mengambil keputusan untuk memilih bank syariah lebih besar daripada yang memutuskan untuk tidak memilih bank syariah.

a. Pandangan tentang bunga bank

Tabel 4.1 di atas memperlihatkan frekuensi pandangan terhadap bunga bank. Subyek yang berpandangan bahwa bunga bank halal sebanyak 52 responden atau sebesar 15%.

Sedangkan subyek yang berpandangan bahwa bunga bank haram sebanyak 295 responden atau sebesar 85%. Secara visual keputusan subyek untuk memilih atau tidak memilih menjadi nasabah bank syariah dapat dilihat dalam grafik berikut ini:

Gambar 4.2. Grafik persentase pandangan subjek tentang bunga Bank



Grafik di atas menunjukkan bahwa masyarakat muslim Banyumas yang berpandangan bahwa bunga bank haram lebih besar daripada yang berpandangan bahwa bunga bank halal.

b. Tingkat Pendidikan,

Analisis deskriptif variabel latar tingkat pendidikan disesuaikan jenjang pendidikan berdasarkan KKNI. Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan, sampai dengan tingkat pendidikan terakhir/tertinggi, responden telah menempuh pendidikan rata-rata selama 15,19 tahun ($M=15,19$), yang berarti di atas Diploma 3 dan di bawah Sarjana. Secara rinci mereka yang lulus Sarjana sebesar 47,8%, diikuti mereka yang lulus SMA sebesar 20,4%,

Diploma 3 sebesar 14,5%, Magister 12,5%, Doktor sebesar 1,7%. Sedangkan responden yang hanya lulus Diploma 1 dan Diploma 2 atau SD/SMP kurang dari 1%. Sedangkan yang lulus pendidikan Profesi tidak ada. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pendidikan yang baik, lebih dari separuh lulus Sarjana atau di atasnya. Secara visual dapat dilihat dalam grafik berikut:

Gambar 4.3 Grafik frekuensi tingkat pendidikan



Grafik di atas menunjukkan bahwa responden berpendidikan Sarjana berjumlah paling besar, disusul responden berpendidikan SMA, Diploma 3 ke atas.

c. Kecerdasan Spiritual

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa kecerdasan spiritual memiliki rata-rata $M=52,73$ dan simpang bakunya $s=9,05$ dengan skor butir yang merentang antara 15 - 75. , artinya kecerdasan spiritual memiliki kecenderungan sedang karena reratanya sedikit (kurang dari 1s) di atas rerata teoretis (45).

2. Uji Hipotesis

Dalam rangka untuk menguji apakah probabilitas subjek untuk memutuskan memilih bank syariah secara simultan dipengaruhi oleh variabel pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual, data dianalisis dengan menggunakan regresi logistik. Hal ini karena variabel dependen, keputusan memilih bank syariah, merupakan variabel binari, hanya memiliki dua alternatif skor, 0 atau 1. Analisis ini menghasilkan output, di antaranya, rasio odds/log odds, odds, koefisien wald, dan taraf signifikansi, yang dapat digunakan untuk membuat model logits. Hasil output tersebut juga dapat menunjukkan apakah pengaruh masing-masing variabel independen signifikan ketika variabel independen yang lain dikontrol. Analisis ini juga menghasilkan output $-2 \log$ likelihood ($-2LL$), yang digunakan untuk menguji kesesuaian model atau model fit. Hasil analisis untuk model logits secara ringkas disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.2 Nilai/koefisien rasio odds/log odds dan odds regresi logistik untuk memprediksi keputusan memilih bank syariah secara simultan.

Variabel Independen	B (rasio odd)	O (odds)/ Exp(B)	Wald χ^2	Sign./p
Konstanta	-6,727	,001	14,206	,000
Pandangan Bunga Bank (X_1)	-,606	,546	3,235	,072
Tingkat Pendidikan (X_2)	,214	1,238	13,592	,000
Kecerdasan spiritual (X_3)	,059	1,060	14,572	,000

Dalam tabel di atas, nilai log odds/rasio konstanta menunjukkan nilai log odds ketika variabel independen dalam model dikontrol pada nilai 0. Dari tabel tersebut

diketahui bahwa nilai koefisien log odds konstanta adalah $B_0 = -6,727$, dengan nilai wald, $X^2 = 14,206$, dan $p = ,000$. Hal ini berarti bahwa konstanta signifikan (lebih kecil dari kriteria yang ditetapkan ($p \leq 10$)). Dengan nilai konstanta tersebut, jika semua variabel independen bernilai 0, kemungkinan/probabilitas subjek untuk memilih bank syariah adalah:

$$\begin{aligned} p &= e^{L^0} / (1 + e^{L^0}) = 2,718281^{L^0} / (1 + 2,718281^{L^0}) \\ &= 2,718281^{-6,727} / (1 + 2,718281^{-6,727}) \\ &= 0,001 / 1,001 = 0,001 \end{aligned}$$

Hasil ini menunjukkan bahwa tanpa pengaruh pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual, peluang atau probabilitas subjek untuk memutuskan memilih bank syariah nyaris tidak ada (0,1%), walaupun signifikan.

Hasil tersebut berarti secara sosial kondisi ini menunjukkan bahwa sesungguhnya masyarakat Banyumas pada dasarnya tidak mempunyai peluang memilih bank syariah untuk transaksi keuangannya ketika pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan, persepsi tentang pelayanan, penerimaan promosi dan kecerdasan spiritual tidak dipertimbangkan.

Pembahasan secara detail untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

a. Pandangan tentang bunga bank

Tabel 4.2 memperlihatkan bahwa koefisien regresi logistik atau rasio odd pandangan tentang bunga bank adalah $B = -0,606$; Wald $x^2 = 3,235$; dan $p = 0,072 < 0,10$. Hasil

ini menunjukkan bahwa pandangan tentang bunga bank memberi kontribusi yang signifikan dalam memprediksi probabilitas masyarakat dalam memutuskan memilih bank syariah dalam transaksi keuangannya, ketika variabel lain dalam variabel lain dalam model dikontrol (kondisinya sama).

Lebih lanjut, Nilai odds = 0,546 menunjukkan bahwa odds mereka yang memiliki pandangan tentang bunga bank halal 1,832 kali (83,2%) lebih tinggi dari pada odds mereka yang berpandangan bunga bank haram. Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel lain dalam model dikontrol, mereka yang memandang bunga bank haram secara signifikan memiliki peluang yang lebih rendah untuk memilih bank syariah dari pada mereka yang berpandangan halal.

b. Tingkat pendidikan

Tabel 4.2 tersebut di atas juga memperlihatkan koefisien regresi logistik atau rasio odd tingkat pendidikan, yaitu $B = 0,214$; $Wald \chi^2 = 13,592$; dan $p = 0,000 < 0,10$. Dengan demikian, setiap kenaikan lama belajar 1 tahun, nilai log odds variabel ini akan bertambah 0,214. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan (yang ditunjukkan oleh lama belajar yang telah ditempuh sampai tingkat pendidikan tertinggi yang dicapai) memberi kontribusi yang signifikan untuk memprediksi probabilitas masyarakat dalam memutuskan memilih bank syariah dalam transaksi keuangannya. Hal ini akan terjadi jika variabel lain dalam model dikontrol (kondisinya sama).

Lebih lanjut, nilai odds = 1,238 menunjukkan bahwa odds mereka yang mencapai tingkat pendidikan (lama belajar) tertentu 1,238 kali (23,8%) lebih tinggi dari pada odds mereka yang mencapai tingkat pendidikan 1 poin (1 tahun) di bawahnya. Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel lain dalam model dikontrol, mereka yang mencapai pendidikan lebih tinggi memiliki peluang yang lebih tinggi pula untuk memilih bank syariah dari pada mereka yang mencapai tingkat pendidikan yang lebih rendah.

c. Kecerdasan spiritual

Sebagaimana tingkat pendidikan, kecerdasan spiritual memiliki koefisien regresi logistik atau rasio odd sebesar, $B = ,059$; $Wald\ x^2 = 14,572$; dan $p = 0,000 < 0,10$. Hasil ini menunjukkan bahwa, setiap peningkatan kecerdasan spiritual 1 poin, nilai log odds variabel ini secara signifikan akan bertambah 0,059. Hal ini menunjukkan bahwa kecerdasan spiritual memberi kontribusi yang signifikan untuk memprediksi probabilitas masyarakat dalam memutuskan memilih bank syariah dalam transaksi keuangannya. Sesuai dengan model, hal ini akan terjadi jika variabel lain dikontrol (kondisinya sama).

Sebagaimana sebelumnya, nilai odds = 1,06 menunjukkan bahwa odds mereka yang memiliki skor kecerdasan tertentu akan bernilai 1,06 kali (6%) lebih tinggi dari pada odds mereka yang memiliki kecerdasan spiritual 1 poin di bawahnya. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel lain dalam model dikontrol, mereka yang memiliki kecerdasan spiritual lebih tinggi memiliki peluang yang lebih tinggi

pula untuk memilih bank syariah dari pada mereka yang mencapai tingkat pendidikan yang lebih rendah.

Selanjutnya, untuk menguji apakah model logits yang telah disajikan dan dibahas sebelumnya cocok untuk digunakan menaksir probabilitas subjek memilih bank syariah, data dianalisis lebih lanjut untuk menguji kecocokan model dengan data, dengan menggunakan model uji keseluruhan model (*overall model fit test*).¹¹¹ Hasil analisis secara ringkas disajikan dalam tabel berikut ini menghasilkan seperti dalam tabel berikut:

Tabel 4.4 Uji statistik kecocokan model dengan *goodness of fit model* (2Log Likelihood)

Independent variabel	Initial -2Log Likelihood	Model -2Log Likelihood	²	d.k.	Sign./p
Pandangan tentang Bunga Bank dan Tingkat Pendidikan dan kecerdasan spiritual	478,100	434,100	44,401	5	,000

¹¹¹ Model tes ini juga dikenal dengan nama uji -2 Log Likelihood (-2LL) karena menggunakan nilai tersebut. Uji dilakukan dengan cara membandingkan nilai awal/inisial -2LL, yakni model tanpa prediktor, dengan nilai -2LL model, yakni setelah memasukkan semua prediktor secara simultan. Selisih antara keduanya merupakan nilai kai kuadrat, χ^2 , sehingga dapat diuji signifikansinya dengan cara membandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hasil yang signifikan menunjukkan adanya kecocokan mode/model fit karena penggunaan variabel prediktor secara simultan dalam model logit memiliki kemampuan prediksi yang berbeda dari model logit tanpa prediktor. Karena itu, model logit cocok untuk digunakan menaksi probabilitas variabel dependen/kriteria. Sebaliknya, jika hasilnya tidak signifikan. Lihat Hadjar, 2019, hal. 290-5.

Tabel tersebut di atas memperlihatkan nilai χ^2 44,401, signifikan pada taraf $p < 0,001$ sehingga telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, yakni $p \leq 0,10$. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara nilai inisial -2LL dan model -2LL. Dengan kata lain, sebagaimana telah disajikan dan dibahas sebelumnya, cocok untuk menguji taksiran/prediksi probabilitas keputusan memilih bank syariah dengan menggunakan variabel independen/prediktor pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan, persepsi tentang pelayanan bank syariah, dan penerimaan promosi secara simultan.

Selanjutnya untuk menaksir besaran pengaruh prediktor secara simultan terhadap keputusan memilih bank syariah, data dianalisis dengan menggunakan *Cox & Snell R Square* dan Nagelkerke R Square teknik.¹¹² Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai *Cox & Snell R² = 0,120* dan *Square* dan Nagelkerke *R² = 0,161*. Nilai ini menunjukkan bahwa model logit dengan pandangan bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual diperkirakan memiliki pengaruh dalam kisaran antara 12% sampai 16,1% dalam memprediksi probabilitas keputusan untuk memilih bank syariah sebagai sarana untuk bertransaksi keuangan masyarakat.

¹¹² Sebenarnya *Cox & Snell R Square* dan *Nagelkerke R Square* bukan teknik untuk menguji kecocokan model/model fit maupun menghitung besaran pengaruh secara cermat dan akurat. Keduanya hanya untuk memperkirakan besaran sumbangan prediktor dalam menaksir probabilitas munculnya peristiwa pada variabel kriteria/dependen. Lihat Hadjar, 2019, hal. 297-8.

Dengan demikian, berdasarkan hasil penghitungan koefisien log odds, uji signifikansi dengan Wald χ^2 , serta contoh aplikasi model logits tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian, yang menyatakan: *Secara simultan, pandangan tentang bunga bank, tingkat pendidikan dan kecerdasan spiritual berpengaruh terhadap probabilitas keputusan memilih untuk menjadi nasabah bank syariah dapat diterima sepenuhnya..* Hanya saja, pandangan tentang bunga bank menghasilkan kesimpulan yang sebaliknya dari yang diharapkan, walaupun signifikan. Hal ini karena mereka yang memiliki pandangan bunga bank haram justru lebih rendah probabilitasnya untuk memutuskan memilih bank syariah dari mereka yang memiliki pandangan bunga bank halal.

Pengaruh variabel-variabel ini cukup menggelitik karena terdapat perbedaan antara paparan dalam kerangka teoritik dengan hasil temuan penelitian. Diawali dari tabel 4.1 tentang Statistik deskriptif (rerata [M] dan simpang baku [s] atau persentase untuk masing-masing variabel, untuk variabel pandangan bunga bank menghasilkan bahwa responden yang berpandangan bahwa bunga bank halal sebesar 52 yakni sebesar 15% artinya 52 orang memiliki pandangan bahwa bunga bank halal, sedangkan frekuensi tertinggi adalah pandangan bahwa bunga bank haram sebesar 295 yakni sebesar 85%, artinya 295 orang memiliki pandangan bahwa bunga bank haram. Hasil ini cukup prospek untuk mendukung bahwa responden nantinya dalam mengambil keputusan akan memilih bank syariah dengan jumlah lebih besar.

Nilai Rasio Odds dan Odds regresi logistik untuk memprediksi keputusan memilih bank Syariah (masing-masing variabel independen diperlakukan secara terisolasi dari/tidak dikontrol oleh pengaruh variabel lain). Dalam tabel 4.11 disebutkan bahwa Nilai odd untuk pandangan bunga bank hanya 0,546. Artinya variabel pandangan bunga bank hanya berpartisipasi terhadap keputusan memilih bank syariah 0,546 kali. Dan variabel pandangan bunga bank memiliki nilai odd terkecil dibandingkan variabel latar belakang pendidikan 1,238, persepsi tentang pelayanan 1,007, penerimaan promosi 1,013 dan kecerdasan spiritual 1,060.

Meskipun dalam regresi binary tentang *Omnibus Test Regresi Logistik*, Nilai X^2 44,401 > X^2 tabel atau dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$) yang berarti menolak H_0 , dan menunjukkan bahwa penambahan variabel independen dapat memberikan pengaruh nyata terhadap model, atau dengan kata lain model dinyatakan FIT. Meskipun demikian, tidak semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ada 3 (tiga) variabel yang memiliki pengaruh signifikan yakni Pandangan bunga bank, Tingkat pendidikan dan Kecerdasan spiritual. Sedangkan variabel Persepsi tentang pelayanan dan Penerimaan promosi berpengaruh tidak signifikan.

Dengan demikian Hipotesis 1 bahwa pandangan bunga bank berpengaruh terhadap keputusan memilih untuk menjadi nasabah bank syariah, Hipotesis 2 bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan memilih untuk menjadi nasabah bank syariah dan Hipotesis 5 bahwa

kecerdasan spiritual berpengaruh terhadap keputusan memilih untuk menjadi nasabah bank syariah dapat diterima.

Berkaitan dengan Hosmer and Lemeshow, dengan ketentuan bahwa hipotesis H_0 = Tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati, dan H_1 = Ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati. Maka pengambilan keputusannya dengan memperhatikan nilai *goodness of fit test* yang diukur dengan nilai Chi-Square pada bagian bawah uji Hosmer and Lemeshow. Jika probabilitas $> 0,10$ H_0 diterima, jika probabilitas $< 0,10$ H_0 ditolak. Karena probabilitas adalah $0,401 > 0,10$, maka H_0 diterima. Hal ini berarti model regresi binary layak dipakai untuk analisis selanjutnya, karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

Berikut ini adalah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan tabel 4.2 :

a. Faktor pandangan bunga bank

Hasil statistik deskriptif variabel pandangan bunga bank yang menghasilkan bahwa responden yang berpandangan bahwa bunga bank halal sebanyak 52 orang atau sebesar 15% dan pandangan bahwa bunga bank haram sebanyak 295 orang atau sebesar 85% sebenarnya sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, antara lain Muhammad Hatta yang membedakan antara riba dengan rente (riba adalah tambahan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif

sedangkan rente adalah tambahan untuk pinjamam yang bersifat produktif) dan usyury dengan interest (usyury adalah bunga pinjaman yang sangat tinggi sedangkan interest bunga pinjaman yang rendah, meskipun keduanya sama-sama memberatkan bagi peminjam), Tim Peneliti Bank Indonesia (BI) tentang pengembangan bank syariah di Jawa Barat bahwa 62% responden mengharamkan bunga bank, Pengembangan bank syariah di Sumatera Barat 20% responden mengharamkan.

Sejalan juga dengan penelitian Hendra Prawira bahwa pasca dikeluarkanya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank, terjadi kenaikan penghimpunan dana mudharabah sebesar 0,06% dan dana musyarakah sebesar 2% di Bank Jabar Syariah, demikian juga menurut Mohammad Sholahuddin terjadi peningkatan mudharabah dan giro wadiah. keputusan memilih bank syariahnya. Artinya masyarakat harusnya mengalami antusiasme yang tinggi kepada bank syariah ketika mereka sudah memiliki pandangan bahwa bunga bank haram. Pandangan tentang bunga bank merupakan salah satu faktor sikap keberagamaan dalam bidang ekonomi, dimana sikap keberagamaan itu sendiri merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai ketaatannya pada agama yang dianutnya.

Ketimpangan muncul pada tindakan yang diambil oleh responden yang berpandangan bahwa bunga bank haram, dengan melihat Nilai Koefisien pandangan tentang bunga bank sebesar -0,606 dengan nilai signifikansi sebesar 0,072 (7,2%). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 10%,

dengan demikian pengaruh koefisien pandangan bunga bank terhadap probabilitas memilih bank syariah terbukti atau signifikan. Nilai koefisien $-0,606$ tersebut menyatakan bahwa: masyarakat Banyumas yang berpandangan haram terhadap bunga bank, ternyata justru menunjukkan probabilitas tidak memilih bank syariah. Dapat pula diartikan bahwa ketika pandangan terhadap bunga bank adalah haram, ternyata justru probabilitas memilih bank syariah menurun dan hasil tersebut signifikan.

Kondisi ketidak-konsistenan responden yang timpang ini dimaklumi oleh Humayon A Dar and John R Presley bahwa ketidakseimbangan antara manajemen dan hak kontrol oleh lembaga keuangan syariah dikaitkan sebagai penyebab utama kurangnya laba *profit and loss sharing* dalam praktek keuangan Islam, juga masalah internal, yang meliputi manajemen atas, sumber daya manusia dan aspek teknis; Kondisi sistem, yang meliputi dominasi bank konvensional, lingkungan yang tidak mendukung dan persaingan; dan Eksternalitas yang meliputi masyarakat, otoritas dan pelanggan. Hal ini juga dimaklumi oleh Imam Sugema, Toni Bachtiar, Zaenal effendi bahwa di bawah kepastian produksi dan pasar yang kompetitif, PLS dan sistem berbasis bunga bersifat efisien dan adil. Meskipun di bawah situasi yang tidak menentu akibat guncangan produktivitas, hanya sistem PLS yang adil, karena sistem ini secara adil mendistribusikan risiko pada tingkat individu di antara pemberi pinjaman dan peminjam.

b. Faktor tingkat pendidikan

Berdasarkan tabel 4.2. tentang Nilai Rasio Odds dan Odds regresi logistik untuk memprediksi keputusan memilih bank Syariah disebutkan bahwa Nilai odd untuk tingkat pendidikan sebesar 1,238. Artinya variabel tingkat pendidikan berpartisipasi terhadap keputusan memilih bank syariah 1,238 kali.

Faktor tingkat pendidikan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,214 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0%). Penggunaan tingkat signifikansi 10%, dengan demikian pengaruh koefisien tingkat pendidikan terhadap probabilitas memilih bank syariah terbukti atau signifikan. Nilai koefisien tersebut menyatakan bahwa ketika tingkat pendidikan masyarakat Banyumas meningkat satu tingkat atau semakin tinggi tingkat pendidikannya, maka probabilitas memilih bank syariah meningkat pula dan hasil tersebut signifikan atau dapat dipercaya.

Guntur S Mahardika bahwa Bank Syariah memang lebih disukai oleh masyarakat berpendidikan tinggi (sarjana) dan berpendidikan menengah, yakni menggambarkan fenomena masyarakat perkotaan dengan tingkat pendidikan dan pendapatan yang cukup, maka masyarakat yang berlatar belakang pendidikan SD/ sederajat tidak memiliki pengaruh signifikan. Amat Yunus juga menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah antara lain, pertama; faktor pendidikan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah (meskipun

disini Amat Yunus tidak mengklasifikasikan jenjang pendidikan).

Hal ini sejalan dengan penelitian Kristiyadi bahwa tingkat pengetahuan baik yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun non formal, merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, artinya perkembangan bank syariah juga sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat pendidikan baik formal maupun non formal masyarakat sekitarnya. Kualifikasi jenjang pendidikan di atas merupakan jenjang pendidikan formal, sehingga dimungkinkan ada beberapa jenjang pendidikan yang secara pendidikan formal lebih tinggi ternyata probabilitas memilih bank syariahnya rendah, karena pendidikan non formal juga sedikit banyak memiliki pengaruh. Faktor pendidikan dan ekonomi merupakan faktor yang saling berkaitan erat, dimana keduanya dapat saling mempengaruhi. Semakin tinggi jenjang pendidikan seseorang, maka akan semakin produktif.

Peningkatan pendidikan orang-orang tentang perbankan Islam dapat meminimalisir resiko komersial berupa pergeseran dari bank-bank Islam ke bank konvensional yang ditunjukkan oleh kecenderungan deposan bank syariah untuk menarik dana mereka dan menaruhnya di bank konvensional ketika pengembalian riil yang diberikan oleh bank Islam lebih rendah dari bunga tingkat rekan-rekan konvensional. Penabung bank syariah yang memiliki pemahaman yang baik tentang semangat bank syariah biasanya lebih peduli pada halal/haram dari transaksi dan pendapatan dari kegiatan bisnis terkait. Dengan demikian,

responden yang berlatar belakang pendidikan lebih tinggi lebih konsisten.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Dian Ariani bahwa persepsi masyarakat umum terhadap bank syariah di Medan dipengaruhi secara signifikan positif oleh variabel-variabel antara lain pendidikan (tinggi rendahnya tingkat pengetahuan tentang bank syariah), variabel tersebut mempunyai pengaruh sebesar 23,3% terhadap persepsi responden pada Bank Syariah di Medan sedangkan sisanya 76,7% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

c. Faktor Kecerdasan Spiritual

Nilai odd untuk kecerdasan spiritual 1,060. Artinya variabel kecerdasan spiritual berpartisipasi terhadap keputusan memilih bank syariah 1,060 kali. Nilai koefisien kecerdasan spiritual sebesar 0,059 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0%), karena penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 10%, maka pengaruh koefisien kecerdasan spiritual terhadap probabilitas memilih bank syariah benar-benar terbukti. Nilai koefisien tersebut menyatakan bahwa setiap peningkatan kecerdasan spiritual satu tingkat akan meningkatkan probabilitas keputusan memilih bank syariah dan hasil ini signifikan serta dapat dipercaya.

Kecerdasan spiritual dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan, karena kecerdasan spiritual berbeda dengan religiusitas. Religiusitas lebih ditujukan pada hubungan dengan Tuhan (seperti keyakinan, ibadah sehari-hari) sedangkan kecerdasan spiritual lebih terfokus pada suatu hubungan yang dalam dan terikat antara manusia dengan

sekitarnya secara luas (termasuk keterampilan menyikapi).¹¹³ Kecerdasan spiritual tersebut juga menempatkan perilaku dan kehidupan dalam konteks makna yang lebih luas dan kaya, kecerdasan untuk menilai bahwa tindakan atau jalan hidup seseorang lebih bernilai dan bermakna.¹¹⁴ Maka dapat disimpulkan juga bahwa kecerdasan spiritual merupakan kemampuan seseorang dalam memilih diantara pilihan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan tepat. Sehingga sangat wajar variabel kecerdasan spiritual ini mempunyai arah hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap tindakan pengambilan keputusan, termasuk keputusan memilih bank syariah oleh responden yang dalam segala perilaku dan tindakannya tidak bisa mengabaikan kepentingan individu atau kelompok yang lain, dan mempertimbangkan kemanfaatan untuk individu dan komunitas yang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Muhammad Ali and Raza Syed ali and Puah Chin-Hong dalam penelitiannya di Pakistan menghasilkan bahwa faktor harga dan religiusitas/kewajiban agama berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan di Bank Islam.¹¹⁵ Hal senada juga ditunjukkan dalam penelitian Sri Rahayu Hijrah bahwa meskipun merek Islam terkait

¹¹³ Mitroff L.I and Denton, E.A, *A Study of Spirituality in the Work Place*, Sloan Management Review, volume 40 nomor 4 pp.83-92, 1999, 111

¹¹⁴ Zohar, SQ (*spiritual Intelligence*): *The Ultimate Intelligence*, London, Blomsburry Publishing, 2000, 25

¹¹⁵ Muhammad Ali and Raza Syed ali and Puah Chin-Hong, *Factors Affecting Intention to Use Islamic Personal Financing in Pakistan: Evidence from the Modified TRA Model*, IQRA University, University Malaysia Sarawak, 10 August 2015, Online at <http://mpr.ub.uni-muenchen.de/66023/> MPRA Paper No. 66023, posted 11. August 2015 15:33 UTC

erat dengan iman, tetapi peran signifikan dari religiusitas terkadang diabaikan atau tidak memiliki pengaruh signifikan.¹¹⁶

Keputusan memilih bank syariah hanya dapat dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kecerdasan spiritual tinggi dengan ciri-cirinya memiliki kesadaran diri, memiliki visi, bersikap fleksibel, berpandangan holistik, terbuka pada perubahan dan perbedaan, serta mampu menjadi inspirasi bagi orang lain, didukung dengan pendapatan yang mencukupi. Variabel kecerdasan spiritual berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah, menunjukkan bahwa responden mempunyai tingkat kecerdasan spiritual yang memadai. Mengingat lembaga keuangan syariah itu sendiri merupakan lembaga keuangan yang baru berkembang dan otomatis biaya operasional yang lebih mahal. Akan tetapi spiritualitas telah menuntun seseorang untuk menjadi *wisdom* atau bijaksana, bijaksana dalam menghadapi konflik maupun dalam mengambil keputusan. Spiritualitas mendorong keberanian untuk mengambil keputusan, kecerdasan spiritual akan melahirkan keberanian dalam mengambil keputusan.¹¹⁷

Berpengaruh signifikannya kecerdasan spiritual juga didukung dengan penelitian Anita Rahmawaty yang

¹¹⁶ Sri Rahayu Hijrah Hatib, Siti Sarah Kusumawardhinia Sri Daryantic, *Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement*, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, eISSN : 2357-1330, BE-ci 2016 : 3rd International Conference on Business and Economics, 21 - 23 September, 2016, hal 158

¹¹⁷ Fauzan, *Memfungsikan Kecerdasan Spiritual dan Kecerdasan Emosional*, google. Com. hal14. Diunduh 2 Desember 2017

menyimpulkan bahwa: 1) kecerdasan spiritual berhubungan positif dan signifikan dengan minat atau pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk internet banking dalam bank syariah.¹¹⁸ Kesimpulannya, meskipun sudah ada penelitian yang mengkaitkan antara kecerdasan spiritual dengan keputusan memilih Bank Syariah, tetapi jumlah penelitian tersebut masih sangat sedikit, penelitian lebih didominasi oleh faktor religiusitas, sehingga hasil penelitian berkaitan dengan variabel kecerdasan spiritual menjadi suatu hasil penelitian yang langka dan aplikatif.

Implikasi Hasil Penelitian

Keputusan memilih bank syariah di Banyumas melibatkan banyak variabel. Dalam hasil analisis data penelitian menghasilkan beberapa implikasi hasil penelitian antara lain:

a. Pandangan tentang Bunga Bank

Pandangan masyarakat tentang bunga bank merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap probabilitas keputusan memilih bank syariah di Banyumas, namun perbedaan pandangan antara haram dan halal terhadap bunga bank tidak memberikan andil yang berarti terhadap meningkatnya keputusan memilih bank syariah. Justru masyarakat yang berpandangan bahwa bunga bank haram menunjukkan kecenderungan atau probabilitas untuk tidak memilih bank syariah.

¹¹⁸ Anita Rahmawaty, *Model Perilaku Penerimaan Internet Banking di Bank Syariah: Peran Motivasi Spiritual*, Conference Proceeding, AICIS, 1804

Implikasinya, karena haram atau halal pandangan masyarakat Banyumas terhadap bunga bank, tidak dapat meningkatkan keputusan memilih bank syariah dan bukan menjadi sesuatu yang penting dalam peningkatan probabilitas keputusan memilih bank syariah, maka lembaga keuangan syariah perlu menitik beratkan fungsinya pada faktor yang lain misalnya dari segi kemanfaatan atau kesesuaian produk dengan kebutuhan riil masyarakat.

b. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap probabilitas keputusan memilih bank syariah. Nilai koefisien latar belakang pendidikan mempunyai arah positif yang menyatakan bahwa ketika tingkat pendidikan dinaikan satu tingkat, maka probabilitas keputusan memilih bank syariah akan meningkat pula dan hasil tersebut signifikan atau dapat dipercaya. Sehingga bank syariah perlu penetrasi pasar fokus pada masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi atau dapat lebih menjadikan masyarakat yang berpendidikan diploma 4 dan Sarjana S1 ke atas sebagai sasaran atau obyek dalam rangka peningkatan jumlah nasabah dan peningkatan *market share*.

c. Kecerdasan Spiritual

Kecerdasan spiritual merupakan faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dan arah koefisien yang positif sehingga dinyatakan bahwa setiap peningkatan kecerdasan spiritual masyarakat satu tingkat, akan meningkatkan probabilitas

keputusan memilih bank syariah. Dan hasil tersebut signifikan serta dapat dipercaya.

Implikasi hasil tersebut, bahwa hanya masyarakat Banyumas yang memiliki kecerdasan spiritual tinggi yang bisa diharapkan untuk dapat menjadi nasabah bank syariah. Maka usaha peningkatan pasar bank syariah adalah penetrasi lebih besar pada masyarakat yang mempunyai kecerdasan spiritual tersebut. Disamping itu secara tidak langsung juga harus disertai usaha meningkatkan kecerdasan spiritual masyarakat dengan ikut serta membentuk masyarakat yang memiliki sifat; memiliki kesadaran diri, memiliki visi, bersikap fleksibel, berpandangan holistik, terbuka pada perubahan dan perbedaan, serta mampu menjadi inspirasi bagi orang lain.

Secara detail, implikasi hasil penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Pertama, keputusan memilih bank syariah di Banyumas selama ini tidak ditentukan oleh pandangan masyarakat terhadap bunga bank. Padahal reponden yang mengharamkan bunga bank di Banyumas sebesar 85%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak konsisten antara pandangan mereka tentang keharaman bunga bank dan tindakan untuk memilih bertransaksi dengan bank syariah. Maka harus ditingkatkan kesadaran masyarakat bahwa penerapan bunga bank menyebabkan perpecahan dan perasaan tidak puas. Sebagaimana menurut Plato bunga bank merupakan alat kelompok kaya untuk mengeksploitasi kelompok miskin, dan menurut Aristoteles bahwa uang adalah alat tukar, bukan alat untuk menghasilkan tambahan

uang melalui bunga, sehingga pengambilan bunga secara tetap merupakan ketidakadilan. Demikian itu didasarkan pada kenyataan yang rasional bahwa modal/uang tidak mungkin dapat berkembang dengan sendirinya karena faktor waktu semata-mata tanpa disertai kerja dan usaha untuk mengembangkan modal tersebut, dalam kaidah fiqh ekonomi: "Laba tidak di dapat kecuali dengan 3 hal; harta, usaha/kerja dan resiko"

Hal yang berseberangan dinyatakan oleh Marshal bahwa suku bunga dan tabungan saling berkaitan. Oleh karena suku bunga adalah salah satu faktor terpenting yang mengatur volume tabungan, maka makin tinggi suku bunga makin besar pula imbalan menabung, dengan demikian makin tinggi pula kecenderungan untuk menabung dan sebaliknya. Analisis klasik itu ditolak oleh seorang ahli ekonomi kapitalis terkenal di dunia yaitu Lord Keynes. Dia ragu-ragu terhadap kehebatan suku bunga dalam mempengaruhi volume tabungan. Dengan tegas dikemukakan bahwa sebenarnya volume tabungan tergantung pada volume investasi yang dilakukan oleh masyarakat bisnis. Suku bunga yang tinggi cenderung mengurangi volume investasi dari masyarakat bisnis, sebagai akibatnya timbullah pengaruh buruk terhadap perdagangan, perniagaan dan industri secara keseluruhan. Karena pukulan langsung pada sistem ekonomi ini, keseluruhan pendapatan uang akan menyusut. Maka \tingginya volume tabungan tergantung pada tingkat pendapatan uang masyarakat, bila pendapatan perkapita masyarakat menyusut, secara otomatis volume tabunganpun akan berkurang.

Keynes mengakui konsep Islam tentang perbankan dan ia menganjurkan agar rakyat memperoleh uang dengan usaha. Menurut Lord Keynes “suatu masyarakat yang teratur sebagaimana mestinya”, disertai dengan sumberdaya teknik modern, dengan demikian akan dicapai keadaan masyarakat dimana perubahan dan kemajuan hanya akibat perubahan teknik, selera, penduduk dan lembaga-lembaga dengan hasil penjualan yang baik dan harga sepadan. Keynes sadarkan bahwa kekurangan kapitalisme dapat dihilangkan bila bunga dihapus. “Dia menghubungkan kenaikan harga di setiap abad berikut, dengan jatuhnya nilai uang yang diperlukan untuk menjaga agar nilai uang yang terus-menerus meningkat tidak menjadi beban” Sebenarnya apa yang telah dikemukakan oleh Keynes, bahwa bunga tidak ada hubungannya dengan pengaruh atas volume tabungan, telah ditemukan oleh penelitian modern. Tingkat investasilah yang menentukan suku tabungan. Islam melarang bunga tetapi mendorong investasi. Dalam hal ini mungkin orang membantah bahwa bila bunga tidak dibayarkan untuk deposito, maka mereka lebih suka membiarkan simpanannya menganggur dalam bentuk penimbunan, maka dalam hal ini menurut penulis zakat memainkan peranan yang sangat penting, dengan kata lain Islam menghukum penimbunan harta tersebut dengan zakat.

Kedua, keputusan memilih bank syariah di Banyumas ditentukan oleh tingkat pendidikan yang lebih tinggi dari responden. Sebagaimana disebutkan oleh Kristiyadi bahwa tingkat pengetahuan (yang diperoleh melalui pendidikan

formal maupun non formal) juga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan masyarakat/nasabah dalam memilih bank syariah, artinya perkembangan bank syariah juga sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat pendidikan masyarakat sekitarnya.¹¹⁹ Faktor pendidikan dan ekonomi merupakan faktor yang saling berkaitan erat, dimana keduanya dapat saling mempengaruhi. Semakin tinggi jenjang pendidikan seseorang, maka akan semakin produktif, sehingga akan menghasilkan pendapatan yang tinggi. Semakin banyak masyarakat dalam suatu negara memiliki pendapatan yang tinggi maka akan semakin sejahtera. Tingginya tingkat kesejahteraan masyarakat akan membantu dalam proses pembangunan suatu negara.

Peningkatan pendidikan orang-orang tentang perbankan Islam dapat meminimalisir resiko komersial berupa pergeseran dari bank-bank Islam ke bank konvensional yang ditunjukkan oleh kecenderungan deposan bank syariah untuk menarik dana mereka dan menaruhnya di bank konvensional ketika pengembalian riil yang diberikan oleh bank Islam lebih rendah dari bunga tingkat rekan-rekan konvensional. Penabung bank syariah yang memiliki pemahaman yang baik tentang semangat bank syariah biasanya lebih peduli pada halal/haram dari transaksi dan pendapatan dari kegiatan bisnis terkait. Dengan demikian, mereka cenderung lebih konsisten dan kurang dipengaruhi

¹¹⁹ Kristiyadi, Sri Hartiyah, *Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang LKS terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah, Studi Kasus Pada BMT Tamzis Wonosobo*, Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika, Volume 5 Nomor 9 Edisi Februari, 2016, 59

oleh pergerakan suku bunga. Perilaku ini mencerminkan apa yang harus disebut sebagai “perilaku deportasi Muslim yang rasional”.¹²⁰ Dengan demikian, kegiatan pendidikan publik harus dilakukan dan didukung oleh semua pemangku kepentingan perbankan Islam.

Ketiga, variabel kecerdasan spiritual berpengaruh signifikan, artinya terbukti bahwa keputusan memilih bank syariah di Banyumas ditentukan oleh faktor kecerdasan spiritual masyarakat Banyumas dan kecerdasan spiritual responden berperan dalam pengambilan keputusan mereka untuk memilih bank syariah. Dimana kecerdasan spiritual merupakan kemampuan seseorang dalam memilih diantara pilihan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan tepat.

Kecerdasan spiritual merupakan perasaan intuisi yang dalam terhadap keterhubungan dengan dunia luas dalam kehidupan.¹²¹ Konsep mengenai kecerdasan spiritual memiliki komponen yaitu; kecerdasan spiritual sebagai nilai kehidupan dari dalam diri, sebagai kerja yang memiliki nilai dan komunitas.¹²² Sehingga dalam segala perilaku dan tindakannya tidak bisa mengabaikan kepentingan individu atau kelompok yang lain, dan mempertimbangkan

¹²⁰ Rahmatina, Kasri, Salina Kassim, *Empirical Determinants of Saving in the Islamic Banks: Evidence from Indonesia*, JKAU: Islamic Econ., Vol. 22 No. 2, pp: 181-201 (2009 A.D./1430 A.H.), hal 198

¹²¹ Eckersley, R, *Spirituality, Progress, Meaning and Values*, Paper Presented 3rd Annual Conference on Spirituality, Leadership and Management, Ballarat, 4 Desember 2000, 5

¹²² Ashmos D and Duchon, *Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure*, Journal of Management Inquiry, volume 8 nomor2, pp.134-45, 2000, 6

kemanfaatan untuk individu dan komunitas yang lain. Ini berarti juga bahwa masyarakat Banyumas memiliki kecerdasan sosial yang tinggi. Hal ini sesuai dengan karakter orang Banyumas cablaka apa adanya.

Spiritualitas adalah keyakinan dalam hubungannya dengan Tuhan, spiritualitas meliputi aspek sebagai berikut:1) Berhubungan dengan sesuatu yang tidak diketahui atau ketidakpastian dalam kehidupan, 2) Menemukan arti dan tujuan hidup, 3) Menyadari kemampuan untuk menggunakan sumber dan kekuatan dalam diri sendiri. Kecerdasan spiritual itu kemampuan orang untuk memberi makna dalam kehidupan. Ada juga orang yang mengartikan kecerdasan spiritual itu sebagai kemampuan untuk tetap bahagia dalam situasi apapun tanpa tergantung kepada situasinya.¹²³Menjatuhkan pilihan untuk menjadi memilih bank syariah penuh resiko, mengingat bank syariah dalam kondisi baru berkembang, biaya operasionalnya otomatis lebih besar daripada bank yang sudah mapan, dan hal ini berimbas pada kondisi nasabah. Maka hanya orang-orang yang memiliki kecerdasan spiritual tinggi yang memiliki kemampuan untuk bertahan dengan kondisi tersebut

Kecerdasan spiritual berbeda dengan religiusitas. Religiusitas lebih ditujukan pada hubungan dengan Tuhan sedangkan kecerdasan spiritual lebih terfokus pada suatu hubungan yang dalam dan terikat antara manusia dengan sekitarnya secara luas.¹²⁴ Kecerdasan spiritual dapat

¹²³ Hamid AchirYani, *Buku Ajar Aspek Spiritual Dalam Keperawatan*. Jakarta: Widya Medika, 2000

¹²⁴ MitroffL.I and Denton, E.A, *A Study of Spiritualityin the Work Place*, *Sloan Management Review*, volume 40 nomor 4 pp.83-92, 1999, 111

memfasilitasi dialog antara pikiran dan emosi, antara jiwa dan tubuh.¹²⁵ Kecerdasan spiritual juga dapat membantu seseorang untuk dapat melakukan transendensi diri. Pengertian lain dari kecerdasan spiritual adalah kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku dan kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia yang seutuhnya dan memiliki pola pemikiran *integralistik* serta berprinsip hanya karena Allah.¹²⁶ Demikian juga responden yang memiliki kecerdasan spiritual, mereka cenderung memilih bank syariah bukan sekedar untuk mencari keuntungan, tetapi lebih didasarkan pada berjuang di bidang ekonomi dengan menumbuhkembangkan bank syariah.

Sosialisasi bank syariah dengan melibatkan peningkatan kecerdasan spiritual menjadi sesuatu yang penting dilakukan oleh pengelola bank syariah, mengingat kecerdasan spiritual ialah pikiran yang mendapat inspirasi, dorongan dan efektivitas yang terinspirasi, penghayatan ketuhanan yang di dalamnya semua menjadi bagian. Prinsip-prinsip kecerdasan emosional dan spiritual itu juga terdapat dalam tasawuf. Selain ada konsep *mahabbah*, ada konsep sabar, ikhlas, muhasabah (introspeksi diri), *raja'* (optimisme), *syaja'ah* (berani karena benar), *itsar* (mendahulukan orang lain), *shidiq* (benar dan Jujur), *istiqamah* (konsisten), dan sikap-sikap sufistik lainnya yang sangat positif dalam menjalani hidup ini. Sikap sufistik itu juga bermanfaat dalam

¹²⁵ Berman M, *Developing SQ (Spiritual Intelligence) Thought ELT*, <http://www.eltnesletter.com>, 8 Oktober 2017, 98

¹²⁶ Ari Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual (ESQ)*, Jakarta: Arga Wijaya Persada, 2001, 57

kehidupan bisnis, terutama bisnis syariah.¹²⁷ Hal ini karena sikap sufistik ini dapat mendorong SDM bisnis syariah untuk menanamkan rasa memiliki, rasa mencintai pada diri mereka terhadap bisnis yang dijalankannya. Apabila rasa memiliki dan rasa mencintai ada pada diri masing-masing SDM bisnis syariah, maka hal ini dapat menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan dalam bisnis. Sebaliknya rasa kurang memiliki atau rasa tidak cinta SDM bisnis syariah terhadap bisnis ini dikhawatirkan dapat memperlemah kinerja bisnis syariah dalam perkembangannya kedepan.

Demikian pembahasan yang sudah dilakukan, meskipun sudah dilakukan dengan penuh kesungguhan dan kecermatan, pasti masih terdapat kekurangan. Semoga bermanfaat, bagi para pengambil kebijakan, pengelola lembaga keuangan syariah, dengan mempertimbangkan keputusan memilih bank syariah adalah masyarakat yang berpendidikan meningkat/lebih tinggi dan memiliki kecerdasan spiritual yang lebih tinggi pula, maka bank syariah dapat penetrasi pasar pada masyarakat yang berlatar belakang pendidikan Sarjana/tinggi dan memiliki kecerdasan spiritual lebih tinggi sebagai obyek dalam rangka peningkatan *marketshare* bank syariah atau memperbanyak jumlah nasabah. Kepada para akademisi, bahwa pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah dan peningkatan kecerdasan spiritual masyarakat juga dapat dibangun oleh akademisi melalui kurikulum yang berkaitan dengan ekonomi syariah sejak dini

¹²⁷ Sudirman Tebba, *Menakar Kesiapan SDM Syariah*, Unisia Nomor 48/XXVI/II/2003,126

CV. RIZQUNA

DAFTAR REFERENSI

Abdul Mannan, Muhammad, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997

Adawiyah, Rabiyyatul, Wiwik, *Pertimbangan, Pengetahuan dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Volume 11 Nomor 2 Desember, 2010, 191

Achir Yani, Hamid, *Buku Ajar Aspek Spiritual Dalam Keperawatan*. Jakarta: Widya Medika, 2000

Ali, Muhammad and Raza Syed ali and Puah Chin-Hong, *Factors Affecting Intention to Use Islamic Personal Financing in Pakistan: Evidence from the Modified TRA Model*, IQRA University, University Malaysia Sarawak, 10 August 2015, Online at <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/66023/> MPRA Paper No.66023, posted 11. August 2015 15:33 UTC

Amali Rivai, Hanif, *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs*

- Bank Konvensional, Kerjasama Bank Indonesia dan Center for Banking Research (CBR), Universitas Andalas,*
- Amin, A Riawan, *Seminar: Prospek dan Tantangan Perbankan Syari'ah di Era Ekonomi Global*, Balai Tawangarum Sabtu 14 Mei 2011
- Anastasi, Anne & Susana Urbina, *Psychological Testing*, Upper Saddle River: Prentice Hall, 1997
- Ariani, Dian, *Persepsi Masyarakat Umum Tentang Bank Syariah di Medan*, Pascasarjana Univ. Sumatra Utara, 2007
- Arifin, Syamsul, *Islam Indonesia (Sinergi Membangun Civil Islam dalam Bingkai Keadaban Demokrasi)*, Malang, Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2003
- Ascarya, *The Persistent Lack of Profit and Loss Sharing Financing in Indonesia's Islamic Banks*, Awarded Best Paper at "The International Islamic Finance Conference 2013", International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Park Hyatt Hotel, Abu Dhabi, UAE, April 14-16, 2013
- Agustian, Ari Ginanjar, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual (ESQ)*, Jakarta, Arga Wijaya Persada, 2001
- Arroba, T, *Decision Making by Chinese – US Journal of Social Psychology*, 38, 1998, 102-116

- A Shimp, Terence, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 2, Alih Bahasa Oleh Dwi Kartini, Jakarta: Erlangga, 2000
- Ashmos, D, and Duchon, *Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure*, Journal of Management Inquiry, vol 8 nomor2, pp.134-45, 2000
- Bank Indonesia, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa*, Jakarta: Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan, 2000
- Berman, M, *Developing SQ (Spiritual Intelligence) Throught ELT*, <http://www.eltnesletter.com>, 8 Oktober 2017
- Boone dan Kurtz, *Pengantar Bisnis*, Terjemah Bahasa Oleh Fradinsyah Anwar, dkk, Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 2002
- Bukhori Muslim, *Shohih Bukhori Muslim*, Jakarta: Insan, 1995
- Dar, Humayon A and John R. Presley, *Lack of Profit Loss Sharing in Islamic Banking Management and Control Imbalances*, , International Journal of Islamic Financial Services Vol. 2 No.2
- Data OJK, Cabang Purwokerto, wawancara 11 maret 2018
- Depertemen RI, *al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: PT Toha Putra Semarang,
- Dharmayanti, Diah, *Analisis Sensitivitas Respon Konsumen terhadap Ekstensifikasi Merek (Brand Extension) Pada*

Margarine Merek Filma di Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran vol 1 nomor 2 Oktober 2006

Dwi Hardianto, *Sejarah Riba dari Masa ke Masa*, www.sabili.or.id, 1

Eckersley, R, *Spirituality, Progress, Meaning and Values*, Paper Presented 3rd Annual Conference on Spirituality, Leadership and Management, Ballarat, 4 Desember 2000

E. Hoffman, *Psychological Testing at Work*, Mc Graw Hill, New York, 2002

Engel, James F, *et al, Perilaku Konsumen*, Jakarta, Binapura Aksara, 1994

Fauzan, *Memfungsikan Kecerdasan Spiritual dan Kecerdasan Emosional*, google. Com.hal 14. Diunduh 2 Desember 2017

Febianto, Irawan, *Adapting Risk Management for Profit and Loss Sharing Financing of Islamic Banks*, Modern Economy, 2012, 3, 73-80 doi:10.4236/me.2012.31011, Published Online January 2012 (<http://www.SciRP.org/journal/me>),

Fred N Kerlinger, *Asas-asas Penelitian Behavioral*, judul asli: *Foundation of Behavioral Research*, diterjemahkan oleh Landung R Simatupang dan J Koesoemanto dari *Foundation of Behavioral Research*, Yogyakarta, UGM Press,

Ghozali, Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada*

Bank Syariah di Malang, Journal of Indonesian Applied Economics, Volume 4 Nomor 1 Mei 2010

Gozali, Imam, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006

Gozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2011

Growther, *an Outline of Money*

Guspul, Ahmad, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo*, Jurnal PPKM III (2014) 156-170, ISSN: 2354-869X

Halim, Alamsyah, *Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015*, Jakarta, IAEI. I

Hardianto, *Sejarah Riba dari Masa ke Masa*, www.sabili.or.id .

Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta, Bumi Aksara, 2004

_____, *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

Hadjar, Ibnu, *Statistik Ilmu Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2017

Hadjar, Ibnu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999

- Hadjar, *Statistik untuk Ilmu Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Semarang, Pustaka Rizki Putra
- Hadjar, Ibnu, *W-Stats: Program Aplikasi Statistik Walisongo*, Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo, 2011
- Hadjar, Ibnu, *Ketimpangan Gender dalam Seleksi Calon Mahasiswa di Perguruan Tinggi*, Semarang, Pustaka Rizki Putra, 2019
- Hilmi, Ikmal, Muhammad, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Alumni Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia untuk Bekerja di Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII
- J Cronbach, Lee, *Coeficient Alpha and the Internal Structure of Test*, Psychometrika,
- J. Stanton, William, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001
- Kamal Zubair, Muhammad, *Akselerasi Pertumbuhan Bank Syari'ah di Indonesia*, Millah Vol. Vm, No. /, Agustus 2008
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: PT. Kencana, 2004
- Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money, Observasi on Nature and Capital*
- Khoirunnisa, Delta, *Consumers Preference Toward Islamic Banking (Case Study in Bank Muamalat Indonesia and Bank BNI Syariah)*, ISSN 1411 – 013X IQTISAD Journal of

Islamic Economics Vol. 4, No. 2, Rajab 1424 H/September 2003 pp. 145 – 168

Knabe, Ann, B.A, M.A., APR, *Applying Ajzen's Theory of Planned Behavior to a Study of Online Course Adoption in Public Relations Education*, dissertations 2009, Marquette University e-Publications@Marquette, 2012

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, ilid 1 dan 2, Jakarta: PT Indeks, 2003

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12 Jakarta: Erlangga, 2008

Kristiyadi, Sri Hartiyah, *Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang LKS terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah, Studi Kasus Pada BMT Tanzis*

Laporan Tahunan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2016

Leon, G. Schiffman and Lesli Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour*, Enggleword Cliffs, NJ: Prebtice Hall, 2004

Lijan Poltak, Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, Bumi Aksara, 2010

Likert, Rensis, *A Technique for the Measurement of Attitudes*, New York: Archives of Psychology

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Pusat, 2006

- L Walker, Boyd, *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Oleh Imam Nurmawan, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 1997*
- Malek, Anahita, Mohammadi, Badarudin Mohammed, *Applying Consumer Behaviour Theory and Grand Models to Attendees Behaviour in Coference Industry, Book of Proceedings Vol I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve, 2011*
- M. Awan, Hayat and Khuram Shahzad Bukhari, *Customer's criteria for selecting an Islamic bank: evidence from Pakistan, The current issue and full text archive of this journal is available at www.emeraldinsight.com/1759-0833.htm,*
- M. Save, Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN), 2006*
- Mahardika, Guntur S, *Analisis Kebutuhan dan Peluang Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah, Jurnal EKSIS vol 1 no 3 Juli-September 2005*
- Maisya, Fitri, *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di PT Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi*
- Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Criteria Majemuk, Jakarta, PT Grasindo anggota IKAPI, 2004*
- Maria Sumediyani, *Kecerdasan Spiritual dan Problema Bangsa Ini, www.google.com., 2 Desember 2017*

- Mas'ud, Fuad, *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam (Islamic Worldview-Based Business Management)*, Semarang, UNDIP Press, 2017
- Mc Daniel, Lamb Hair, *Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001
- Mintaraga ES, Ida Nurlaeli, *Studi Analisis Pendapat Masyarakat Banyumas tentang Produk-produk Lembaga Keuangan Syariah*, Penelitian tahun 2012 dibiayai oleh LPPM UMP
- Minor, Mowen/ C. Mowen Jhon, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi kelima*, Jakarta, Erlangga, 2002
- Mitroff, L.I and Denton, E.A, *A Study of Spirituality in the Work Place*, Sloan Management Review, vol 40 nomor 4 pp.83-92, 1999
- Mooduto, M Ari, *Kondisi umum perbankan syariah di Indonesia, dari sisi pengamat*, makalah disampaikan SEMINAR NASIONAL "Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indoneia" BANK INDONESIA Jakarta, 11 Sya'ban 1426H / 15 September 2005
- Muallim, Amir, *Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah*, Jurnal Al Mawarid edisi X, Th. 2003
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta, Ekonisia, 2002
- Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta, UII Press, cet. 1, 2000

Muhamad, Rusnah, sharifah Alwi, *Explicating Consumer Segmentation and Brand Positioning in the Islamic Financial Services Industry A Malaysian Perspective*, The current issue and full text archive of this journal is available on Emerald Insight at: www.emeraldinsight.com/1757-4323.htm, Received 7 December 2014 Revised 27 May 2015 Accepted 3 June 2015,

Muladi, Wibowo, *Pengaruh Faktor Sistem Bagi Hasil, Persyaratan Administrasi, Kualitas Pelayanan, Sistem Operasional Syari'ah dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah*, Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 1 No. 1 2010

Nggermanto, Agus, *Quantum Quotient (Kecerdasan Quantum): Cara Tepat Melejitkan IQ, EQ dan SQ Secara Harmonis*, Bandung: Nuansa, 2002

Nurbasari, Anny, *The Impact of spiritual marketing on consumer behavior in choosing Halal Food*, Al Hijaz International Refereed Journal for Islamic & Arabic Studies.271 Issue: 10, Rabi Al-Thani 1436H / February 2015

Oka Widana, Gusti, Sudarso Kaderi Wiryono, Mustika Sufiati Purwanegara and Mohamad Toha, *Exploring the Impact of Islamic Business Ethics and Relationship Marketing Orientation on Business Performance: the Islamic Banking Experience*, Asian Academy of Management Journal, Universiti Sains Malaysia, Vol. 20, No. 1, 1–25, 2015

OJK, Laporan Tahunan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2015

*Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012". Peraturan.go.id.
Diakses tanggal 2018-11-20*

*Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2006
– Wikisource Bahasa Indonesia". Id.wikisource.org. Diakses
tanggal 2018-11-20*

*Prabu Mangkunegara, Anwar, Perilaku Konsumen Edisi Revisi,
Bandung, Refika Aditama, 2002*

*Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Janah, Metodologi
Penelitian Kuantitatif, Jakarta, Raja Grafindo Persada,
2006*

*Prawira, Hendra, Perbandingan kinerja PT. Bank Jabar Syariah
sebelum dan sesudah fatwa MUI tentang haramnya bunga
Bank, EKSIS vol. 3 no. 1, 2007*

*Purnamahatty, Kannya, Prawirasasra, Behavioral Finance
in Investment Decision-Making Process, International
Journal of Management and Applied Science, ISSN:
2394-7926, Volume-2, Issue-7, Jul.-2016*

*Qaradhawi, Yusuf, Fawa'id al-Bunuk Hiya al-Riba al-Haram,
Kairo: Dar al-Shahwah*

*Qardhawi, Yusuf, Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian
Islam, Jakarta, Robbani Perss, 1997*

*Qardhawi, Yusuf, Fatwa: Antara Ketelitian dan Kecerobohan,
Jakarta, Gema Insani Press, 1997*

Rahayu Hijrah Hatib, Sri, Siti Sarah Kusumawardhinia Sri Daryantic, *Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement*, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, eISSN : 2357-1330, BE-ci 2016 : 3rd International Conference on Business and Economics, 21 - 23 September, 2016, hal 158

Rahmasari, Lisda, *Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kecerdasan Intelektual dan Kecerdasan Emosi terhadap Kinerja Karyawan*, Majalah Ilmiah Informatika, Volume 3 Nomor 1, Januari 2012

Rahmatina, Kasri, Salina Kassim, *Empirical Determinants of Saving in the Islamic Banks: Evidence from Indonesia*, JKAU: Islamic Econ., Vol. 22 No. 2, pp: 181-201 (2009 A.D./1430 A.H.),

Rahmawaty, Anita, *Model Perilaku Penerimaan Internet Banking di Bank Syariah: Peran Motivasi Spiritual*, Conference Proceeding, AICIS, 1804

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2009

Ratnawati, Anny, *"Potensi dan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia"* JHI, volume 9, nomor 2, 2012

Reason, James, *Human Error*, Ashgat, 1990, ISBN 184014-104-2

Republika, co.id. (9 Nopember 2018)

Sadhana Kridawati, *Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturasasi Nilai-nilai Bank Syariah Dalam Masyarakat)*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Volume 16 nomor 3 September 2012

Salusu, J, *Pengambilan Keputusan Stratejik*, Jakarta: Grasindo, 1996, 46-54

SM Turpin, MA Marais, *Decision-making: Theory and practice*, Received: 24 June 2004; Revised: 15 September 2004; Accepted: 6 October 2004, ORiON ISSN 0529-191-X c °2004, Volume 20 (2), pp. 143–160 <http://www.orssa.org.za>

S. Uyanto, Stanisiaus, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006

Satrio, Budhi, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Konsumen pada Resto & Café Dream Car*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 3 No 8, 2014

Satriyo Wibowo, Edi, M. Suyuthi, *Analisis Pengaruh Suku Bunga, Inflasi, Car, BOPO, NPF Terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, Diponegoro Journal of Management vol 2 nomor 2 tahun 2013 ISSN 2337-3792

Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta : Kencana, 2010

- Setyawan, Adi, *Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, UNDIP, 2009
- Setyawan, Dani, *Analisis Pengaruh Kepemimpinan Q (IQ, EQ, SQ) Terhadap Komitmen Organisasi Karyawan*, Univ Katholik Soegijapranata, Semarang: 2004
- Sholahuddin, Muhammad, *Karakteristik dana pihak ketiga di Bank Syariah pasca fatwa keharaman bunga bank*, EKSIS, Vol. 1 No. 2, 2005
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, cet ke 3 ISBN 978-979-22-0106-8, 2008
- Sugema, Iman, Toni Bakhtiar, Jaenal Effendi, *Interest Versus Profit-Loss Sharing Credit Contract: Efficiency and Welfare Implications*, International Research Journal of Finance and Economics, ISSN 1450-2887 Issue 45: 2010, hal58, EuroJournalsPublishing, Inc. 2010, <http://www.eurojournals.com/finance.htm>.
- Sugiarto dkk, *Teknik Sampling*, Cet 2, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, Utama, 2003
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2009
- _____, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung, Alfabeta, 2012

- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2013
- _____, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung, Alfabeta, 2014
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2011
- Sumediyani, Maria, *Kecerdasan Spiritual dan Problema Bangsa Ini*, www.google.com, 2 Desember 2017
- Supranto, *Teknik Sampling, Untuk Survey dan Eksperimen*, Cet.4, Jakarta: Rineka Cipta, 2007
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kesatu, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Suyanto, *Revolusi Organisasi dengan Memberdayakan Kecerdasan Spiritual*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006
- Swasta, Basu, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE, 2001
- , *Azaz Marketing*, Yokyakarta: Liberty, 1999
- , *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*
- Syafrida, Ida, Indianik Aminah, Faktor PerlambatanPertumbuhan Bank Syariah dan Upaya Penanganannya, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Volume 14 Nomor 1, 2015

- Syamsi, Ibnu, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000
- Tebba, Sudirman, *Menakar Kesiapan SDM Syariah*, Unisia Nomor 48/XXVI/II/2003
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran Edisi Tiga*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2008
- Tyas, Ramadhaning, Rizqa, Ari Setyawan, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, Jurnal Muqtashid, Volume 3 Nomor 2 Desember, 2012
- Umar, Husein, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1997
- _____, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Wardayati, Siti Maria, *Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah*, Walisongo, vol 19 nomor 1 Mei 2011
- Yahya, Muhlis, *Perilaku Menabung di Bank Syariah*, Semarang: Universitas Diponegoro, 65-73
- Yulianti, Farida, *Apresiasi Nasabah Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Banjarmasin*, Jurnal SPREAD, April, Volume 2 Nomor 1, 2012, 50
- Yunus, Amat, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*

(Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bekasi), Jurnal EKSIS
vol 1 no 2 April-Juni, 2004

Winarsunu Tulus, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*, Cet. 4, Malang: UPT UMM, 2007

Xu, Bing and Jianhui Chen, *Consumer Purchase Decision Making Process Based on the Traditional Clothing Shopping Form*, Journal of Fashion Technology & Textile Engineering, 2017, 5:3 DOI: 10.4172/2329-9568.1000156

Zohar, D, Marshal, *SQ (spiritual Intelligence): The Ultimate Intelligence*, London, Blomsburry Publishing, 2000

Zuardi, Muhammad Hanafi. "Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil Di Bank Jabar Syari'ah Kota Cirebon. JURNAL TAPIS 13.1, 2011

Lihat: *Al-Mabsut* juz 14 halaman 36, *Al-Syarh al-Kabir* juz 3 halaman 226, *Nihayatul Muhtaj* juz 4 halaman 230, *Al-Mughni* juz 4 halaman 240, *Al-Tafsir al-Wasit* juz 1 halaman 513).

CV. RIZQUNA

DAFTAR ISTILAH / GLOSARIUM

Asset gross	Semua hak yang dapat digunakan dalam operasi perusahaan, yang dapat dimasukkan dalam kolom aset salah satunya adalah gedung atau bangunan.
Attention	Perhatian/kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk
Asset-based financing	Pemberian kredit berdasarkan aset perusahaan.
Assurance	♦ Jaminan, menyatakan suatu kepastian atau kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.
Asset gross	Semua hak yang dapat digunakan dalam operasi perusahaan, yang dapat dimasukkan dalam kolom aset salah satunya adalah gedung atau bangunan.
Attention	Perhatian/kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk
Asset-based financing	Pemberian kredit berdasarkan aset perusahaan.

Assurance	Jaminan, menyatakan suatu kepastian atau kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.
Bank syariah	Lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah dalam setiap aktivitas usahanya dan menggunakan hukum-hukum Islam yang tercantum dal al Quran dan Hadits.
Bank konvensional	Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
Behavioral influence	Prespektif pengaruh perilaku dimana proses pengambilan keputusan ditinjau dari pengaruh perilaku mendasarkan pada alasan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya
Behaviour	Perilaku, sering juga diartikan sebagai tindakan atau kegiatan yang ditampilkan seseorang dalam hubungannya dengan orang lain dan lingkungan sekitar.
Credit booms	Perilaku penyaluran kredit perbankan yang meningkat saat periode ekonomi ekspansi (boom) dan melambat saat periode ekonomi kontraksi (bust)
Consumer behaviour	Proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat menggunakan barang-barang dan jasa

Coping	Pengalaman hidup yang terkait dengan pengalaman (proses adaptasi),
Culture	Suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.
Comprehension	Pemahaman atau interpretasi terhadap makna stimulus
Customer need	Kebutuhan atau apa-apa yang dibutuhkan oleh seseorang yang menggunakan atau menerima produk atau jasa dari individu atau organisasi.
Customized	Ide-ide atau gagasan dari orang banyak yang tinggal bersama dalam suatu kelompok masyarakat atau komunitas tertentu.
Doubthfull	Pandangan masyarakat yang berpendapat bahwa produk bank syariah masih setengah syari
Dana pihak ketiga	Dana di bank yang berasal dari simpanan masyarakat luas, berupa giro, tabungan maupun deposito
Distorsi selektif	Kecenderungan orang untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah dipercayai
Desire	Tahap dimana pembeli sudah mulai tertarik untuk membeli, tetapi masih ragu-ragu entah karena ada produk pembandingnya atau karena harganya.

Differentiate	Perbedaan, biasanya digunakan sebagai upaya dari suatu perusahaan untuk membedakan produk yang dimilikinya dari produk-produk pesaing dalam sebuah sifat yang membuatnya lebih spesial atau diinginkan
Driving force	Suatu permasalahan akibat dari dampak yang ditimbulkan oleh proses aktivitas manusia
Definisi konseptual	Merupakan sesuatu yang disusun secara terperinci, terencana dengan matang, punya dasar teori yang kuat, latar belakang yang jelas, rencana yang baik, tujuan yang jelas dan manfaat yang baik.
Definisi operasional	Pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti.
Dual sistem	Sebuah lembaga keuangan yang memberlakukan dua sistem, antara sistem syariah dan sistem konvensional, dimana kedua sistem tersebut diberlakukan secara terpisah
Diskusi teoritis	Perdebatan pada tataran teori dan pendapat dari para tokoh dibidangnya
Decision making	Pengambilan atau pembuatan keputusan

Efisiensi	Suatu ukuran keberhasilan sebuah kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya biaya/sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
Emosional ideologis	Dalam tulisan ini disebut juga ideologis transaktif, bentuk transaksi yang tidak terlihat atau tampak dalam secara visual yang terbentuk dari suatu ikatan spiritual atau ideologis yang kuat dan mendasar melalui proses alamiah tanpa adanya suatu paksaan dan ikatan.
Faktual	Suatu kejadian yang bersifat nyata, benar-benar terjadi tetapi tidak terikat dengan waktu.
Engineering	Sebuah profesi, sama seperti halnya dengan ilmuwan, dokter maupun profesi lainnya.
Estetika	Pengalaman nasabah yang berkaitan dengan perasaan dan panca indera
Funding	Kegiatan menghimpun dana dari anggota atau calon anggota yang berbentuk simpanan atau penyertaan modal guna penguatan modal ke dalam lembaga keuangan
Fenomena	Suatu gejala, fakta, kenyataan, kejadian dan hal-hal yang dapat dirasakan dengan pancaindra

Indikator	Sesuatu yang dapat digunakan sebagai petunjuk atau standar dasar sebagai acuan dalam mengukur adanya perubahan pada suatu kegiatan atau kejadian.
Interest	Sejumlah uang yang dibayar atau dikalkulasi untuk penggunaan modal
Intersep	Suatu titik perpotongan antara suatu garis dengan sumbu Y pada diagram/sumbu kartesius saat nilai $X = 0$; sedangkan definisi secara statistika adalah nilai rata-rata pada variabel Y apabila nilai pada variabel X bernilai 0
Internet banking	Layanan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank
Innovation	Proses atau hasil pengembangan pemanfaatan/mobilisasi, pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses, sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti
Individualistic	Sikap sesuka hati, pada umumnya menggunakan ego pribadi tanpa mempedulikan dampaknya pada orang lain
Integralistik	Satu kesatuan
Istiqamah	Sikap konsisten yang dilakukan terus-menerus

Itisar	Sikap mendahulukan orang lain
Join venture	Suatu perusahaan yang didirikan oleh dua atau lebih entitas bisnis untuk menyelenggarakan bisnis bersama dalam jangka waktu tertentu.
Keandalan	Kepercayaan terhadap jasa terkait dengan waktu
Kecerdasan spiritual	Kemampuan seseorang untuk bersikap fleksibel dan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan, memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, mampu menghadapi penderitaan dan rasa sakit, mampu mengambil pelajaran yang berharga dari suatu kegagalan, mampu mewujudkan hidup sesuai dengan visi dan misi, mampu melihat keterkaitan antara berbagai hal, mandiri, serta pada akhirnya membuat seseorang mengerti akan makna hidupnya
Lawfull	Pandangan masyarakat bahwa produk bank syariah sudah syariah
Long life	Pembelajaran yang berkelanjutan atau seumur hidup sehingga ilmu pengetahuan selalu berkembang
Loyalitas	Kualitas kesetiaan atau kepatuhan seseorang kepada orang lain atau sesuatu (misalnya organisasi) yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan orang tersebut.
Log odds	Probabilitas, seberapa besar pengaruh
Market share	Pangsa pasar

Mudharabah	Bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (shahibul amal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian di awal
Metaphor	Kata atau frase yang digunakan untuk mengkiyaskan
Muhasabah	Introspeksi diri
Negatif spread	Pengaruh negatif dari suku bunga
Over riding	Fitur produk dan kualitas layanan bank Islam, yang sangat diabaikan oleh pelanggan dari bank Islam yang murni dan pelanggan dari bank konvensional dengan cabang bank syariah.
Odds	Nilai koefisien
Perspektif experiential	Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen yang didasarkan atas bahwa banyak tindakan yang dihasilkan dari adanya kebutuhan manusia pada perasaan-perasaan dan emosinya
Purchase impulse	Kondisi ketika konsumen mengambil keputusan pembelian yang mendadak
Profit and loss sharing	Sistem bagi hasil
Preferensi	Sebuah konsep, yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi.
Persepsi	Pandangan atau penilaian terhadap sesuatu

Probabilitas	Peluang atau Kemungkinan dari suatu kejadian, terjadi atau tidak dan seberapa besar kemungkinan kejadian tersebut
Profitabilitas	Keuntungan
Raja'	Sifat optimis
Rasio odds	Ukuran hubungan antara paparan dan hasil.
Rasional-ekonomi	Tindakan atau transaksi ekonomi yang didasarkan perilaku rasio
Reminder advertising	Iklan yang bertujuan untuk mengingatkan
Reinforcement advertisig	Iklan yang bertujuan untuk memantapkan
Rasional-transaktif	Transaksi yang didasarkan pada untung rugi atau perilaku rasional
Realitas	Kenyataan
Regulasi	Suatu peraturan yang dibuat untuk membantu mengendalikan suatu kelompok, lembaga/ organisasi, dan masyarakat demi mencapai tujuan tertentu dalam kehidupan bersama, bermasyarakat, dan bersosialisasi.
Religiusitas	Suatu keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam pengamalan nilai, aturan, kewajiban sehingga mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Retensi selektif	Penglihatan makna stimulus dan persuasi keingatan jangka panjang konsumen
Riset pemasaran	Penelitian yang dilakukan untuk menemukan suatu strategi pemasaran yang cocok
Relationship	Suatu proses untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubunganhubungan yang kuat dengan para pelanggan dan stakeholder lainnya.
Rente	Sederetan modal (simpanan atau angsuran) yang sama yang dibayarkan setiap masa bunga dengan waktu yang sama.
Sentimen positif	Menarik kesimpulan tentang variabel yang diteliti berdasarkan data yang digeneralisasikan pada populasi
Syaja'ah	Sifat berani karena benar
SQ	Fasilitas yang membantu seseorang untuk mengatasi persoalan dan berdamai dengan persoalannya itu
Unlawfull	Masyarakat yang berpandangan bahwa produk bank syariah tidak syar'i
User	Pengguna, konsumen
Whistleblowing	tindakan yang dilakukan didasarkan pada proses psikologis yang sangat kompleks sehingga menimbulkan kesenjangan antara niat dan perilaku

INDEKS

A

advertising 128
alternatif 5, 6, 13, 16, 17, 18,
44, 61, 62, 66, 76
asset gross 9
attitude 4

B

bagi hasil 1, 2, 7, 27, 47, 128
bank konvensional 7, 8, 27,
35, 36, 47, 86, 88, 97, 128
Bank Syariah 1, 2, 3, 4, 7, 9,
10, 11, 24, 45, 46, 47, 48,
49, 50, 51, 54, 61, 71, 73,
87, 89, 92, 103, 104, 105,
110, 114, 115, 116, 117,
118
Bank Umum Syariah 1
Behavioral 19, 22, 106, 113,
122
bunga bank v, 2, 10, 23, 24,
25, 26, 28, 45, 46, 47, 48,

50, 54, 58, 61, 62, 63, 71,
72, 73, 74, 76, 77, 78, 81,
82, 83, 84, 85, 86, 92, 93,
94, 116

C

cloning 8
Coping 21, 122
Cox & Snell R Square 81
credit booms 2
Culture 21, 123

D

Dana Pihak Ketiga 9, 11, 46
daya saing 2, 3
Diploma 64, 74, 75
doubthfull 8

E

efisiensi 2, 29
ekonomi kapitalis 28, 95
ekplorasi 15

eksklusif 11
Eksternalitas 28, 86
emosional-ideologis 7
empiris 15
EQ 39, 41, 112, 116
evaluasi alternatif 5, 44

F

Fakta 16
faktor eksternal 4
faktor internal 4
Faktor penghambat 4
fatwa 2, 10, 45, 46, 85, 113,
116
financing 2, 9, 121
finansial 3
fleksibel 41, 42, 65, 91, 94,
127

H

haram 2, 23, 25, 26, 30, 36,
45, 48, 63, 74, 78, 82, 84,
85, 86, 88, 92, 93, 97
holistic 42, 65

I

image 21
indikator 9, 61
Influence 19
inklusif 1, 2
inklusif, 1
inovasi 3
instrumen moneter 2
interest 25, 62, 85

investasi 29, 30, 31, 33, 95,
96
IQ 39, 41, 112, 116
istiqamah 40, 100
itsar 40, 100

K

karakteristik 9, 46, 58, 59
kecerdasan spiritual v, 11,
23, 24, 36, 37, 38, 39, 41,
43, 51, 53, 54, 55, 58, 61,
64, 65, 66, 71, 72, 75, 76,
77, 79, 80, 81, 82, 83, 84,
89, 90, 91, 92, 93, 94, 98,
99, 100, 101
keputusan terakhir 6
Keseluruhan Model 69
KKNi 33, 34, 64, 74
Koefisien Determinasi 69,
70
komersial 3, 35, 47, 88, 97
kompetitif 7, 27, 86
kompleks 5, 14, 17, 22, 130
konsisten 16, 36, 40, 41, 89,
94, 97, 100, 126
konsumen 2, 3, 4, 5, 6, 7,
17, 18, 19, 20, 21, 23, 44,
48, 50, 51, 52, 53, 121,
128, 129, 130
kontribusi 1, 31, 41, 49, 78,
79
kontroversi 15
korelasi 11, 32, 50, 54, 67
kredit macet 8
krisis 2, 44

L

laba 27, 51, 86
Latar belakang pendidikan
48, 61, 72
lawfull 7
learning 4
Lembaga keuangan syariah
1
logis 16
logistik 6, 57, 68, 71, 76, 77,
78, 79, 83, 87
logit 67, 68, 80, 81
loyalitas 21

M

mahabbah 40, 100
mahabbah, 40, 100
marjinal 29, 31
market share 2, 3, 8, 9, 93
masyarakat muslim 2, 73,
74
merek 6, 19, 52, 90
motivation and
involvement 4
mudharabah 27, 45, 46, 85

N

Nagelkerke R Square 69,
70, 81
nasabah 2, 3, 4, 7, 9, 21, 35,
44, 46, 48, 49, 50, 51, 53,
60, 69, 71, 72, 73, 74, 82,
83, 84, 88, 92, 93, 94, 97,
99, 101, 125
negatif spread 44

non muslim 7

O

objektif 16, 43
odd 76, 77, 78, 79, 83, 87, 89
Omnibus Test Regresi 83
operasional 2, 3, 60, 61, 62,
63, 65, 91, 124
Orientasi 16

P

pangsa pasar 9
pasar potensial 2
pelayanan 3, 23, 24, 49, 58,
66, 67, 72, 77, 81, 83
pemasaran v, 4, 9, 46, 129
pemasaran. 4, 9
pembelian 5, 6, 7, 17, 18,
19, 44, 122, 128
pembiayaan 1, 9, 27, 45, 52,
90
pendukung 3, 4, 33, 44, 58
penerimaan promosi 23,
24, 58, 72, 77, 81, 83
pengambilan keputusan 2,
3, 4, 5, 7, 11, 13, 15, 16,
17, 18, 19, 20, 21, 43, 44,
48, 50, 51, 52, 53, 54, 61,
90, 92, 98, 122, 128
pengetahuan masyarakat
2, 3, 50
personality 4
Personality 21
pertumbuhan ekonomi 1, 2
Populasi 58, 59
praktis 16

prediksi 10, 80, 81
Preferensi 17, 47, 105, 128
prespektif experiential 19
probabilitas 57, 67, 68, 69,
71, 76, 77, 78, 79, 80, 81,
82, 84, 86, 87, 88, 89, 92,
93
produk 3, 4, 6, 7, 8, 18, 19,
20, 21, 44, 49, 51, 53, 54,
92, 93, 111, 121, 122,
123, 126, 127, 128, 130
produktivitas 27, 31, 32, 86
profitabilitas 9
Profit Equalization
Reserves 47
promosi 23, 24, 58, 72, 77,
81, 83
prosentase 8, 25, 62, 71
proses 5, 6, 7, 9, 13, 16, 17,
18, 19, 20, 21, 22, 23, 33,
35, 50, 61, 63, 68, 97,
122, 124, 125, 126, 129,
130
Purchase Impulse 19

R

raja' 40, 100
raja' 40, 100
rasio 8, 76, 77, 78, 79, 128
rasional 6, 7, 16, 17, 24, 28,
36, 39, 95, 98, 129
rasional. 6
rasional-ekonomis 7
rasional-transaktif 7
regulasi 2
regulasi, 2
rekening 7, 62

Representasi 15
Retensi 129
riba 2, 25, 26, 30, 31, 62, 63,
84
riset 9

S

Sarjana 48, 64, 74, 75, 93,
101
SD 75, 87
SD/sederajat 87
self-concept 4, 24
sentimen positif 3
shidiq 40, 100
signifikan 3, 10, 43, 46, 49,
50, 52, 53, 54, 70, 76, 77,
78, 79, 80, 81, 82, 83, 86,
87, 89, 90, 91, 92, 93, 94,
98
sistematis 13
SMP 34, 75
sosialisasi 2, 3, 46
SQ 36, 37, 38, 39, 41, 90,
100, 105, 112, 116, 119,
130
stabilitas 1
stimulus 121, 123, 129
strategi bauran pemasaran
9
subjektif 15
suku bunga 25, 28, 31, 32,
36, 44, 95, 98, 128
Sumber Daya Manusia 3,
58, 118
syaja'ah 40, 100
syaja'ah 40, 100

T

teoritik 82

transparan 16

U

unlawfull 8

unlawfull. 8

V

Variety Seeking 19

visi 39, 41, 42, 65, 91, 94,
127

W

whistleblowing 22

CV. RIZQUNA

CV. RIZQUNA



CV. RIZQUNA

 Jl. KS Tubun Gang Camar RT 05/04
Karangsalam Kidul, Kedung Banteng, Banyumas

 www.rizquna.id

 cv_rizqunaa@gmail.com

 [penerbit_rizquna](https://www.instagram.com/penerbit_rizquna)

 085257288761

ISBN 978-623-5999-66-1



9 786235 999661