

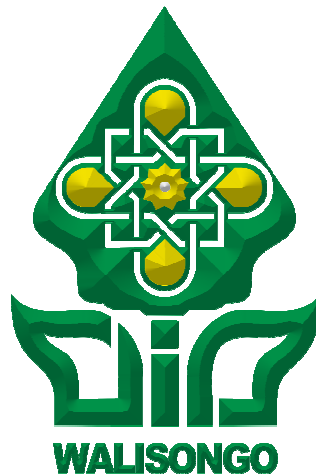
**PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR MASJID
TERHADAP BANK SYARIAH
(STUDI DI KECAMATAN NGALIYAN KOTA SEMARANG)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana S.1

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

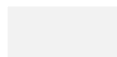
MAMDUH
NIM. 102411171

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

2015



Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag
Jl. Prof. Hamka No. 2 Ngaliyan

Raden Arfan Rifqiawan, SE., M.Si
Jl. Prof. Hamka No. 2 Ngaliyan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eks Naskah

Hal : Naskah Skripsi

a.n Sdr. Mamduh

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Mamduh

NIM : 102411171

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **"PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP, DAN PERILAKU TAKMIR MASJID TERHADAP BANK SYARIAH (STUDI DI KECAMATAN NGALIYAN KOTA SEMARANG).**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap maklum.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

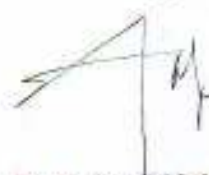
Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag
NIP : 19590413 198703 2 001

Semarang, 5 Juni 2015

Pembimbing II



R. Arfan Rifqiawan, SE., M.Si
NIP : 19800610 200801 1 009



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Telp. / Fax. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara:

Atas Nama : Mamduh

NIM : 102411171

Judul : **"PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR
MASJID TERHADAP BANK SYARIAH (STUDI DI KECAMATAN
NGALIYAN KOTA SEMARANG)"**

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup pada tanggal :


16 Juni 2015

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Starta Satu (S1) dalam ilmu Ekonomi Islam tahun akademik 2014/ 2015

Semarang, 16 Juni 2015

Mengetahui,


Ketua Sidang


Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003


Sekretaris Sidang


Prof. Dr. Hj. Siti Mujiatun, M.Ag
NIP : 19590413 198703 2 001


Penguji I


H. Ahmad Furqon, LC., MA
NIP : 19751218 200501 1 003


Penguji-II


Heny Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19810609200710 2 005

Pembimbing I


Prof. Dr. Hj. Siti Mujiatun, M.Ag
NIP : 19590413 198703 2 001

Pembimbing II


R. Arfan Rifqiawan, SE., M.Si
NIP. 19800610 200801 1 009



MOTTO

مَا كَانَ لِلْمُشْرِكِينَ أَنْ يَعْمُرُوا مَسْجِدَ اللَّهِ شَاهِدِينَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ بِالْكَفْرِ ۗ أُولَٰئِكَ حَبِطَتْ أَعْمَالُهُمْ
وَفِي النَّارِ هُمْ خَالِدُونَ ﴿١٧﴾ إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ
وَأَتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ ۗ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ ﴿١٨﴾

“Tidaklah pantas orang-orang musyrik itu memakmurkan masjid-masjid Allah, sedang mereka mengakui bahwa mereka sendiri kafir. Itulah orang-orang yang sia-sia pekerjaannya, dan mereka kekal di dalam neraka. Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan Hari Kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, Maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S At-Taubah Ayat 17-18)

DEKLARASI

“Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini otentik, tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan penulisan skripsi ini sesuai kaidah ilmiah yang berlaku”.

Semarang, 8 Juni 2015



Deklarator,

Mamduh
Penulis

ABSTRAK

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan. Keunggulan sistem bank syariah yang lebih baik ini juga diterima positif oleh masyarakat, dengan pertumbuhan rata-rata 33,23% per tahun. Namun demikian, perbankan syariah masih perlu dukungan dari masyarakat. Salah satunya melalui penelitian untuk mengetahui perkembangan terbaru potensi, persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah. Sehingga penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan variabel serupa, namun dengan subjek penelitian yang disesuaikan dengan segmen masyarakat yang lebih spesifik, dalam hal ini adalah takmir masjid. Pemilihan takmir masjid sebagai subjek penelitian tidak lepas dari tugas dan fungsi pokoknya sebagai pemimpin masyarakat yang bertugas untuk memakmurkan masjid sebagai pusat ibadah umat Islam. Sehingga takmir masjid memiliki status sosial yang lebih tinggi dalam hal agama dibandingkan masyarakat yang lain

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Sumber data meliputi data primer, yakni data *field research* (penelitian lapangan) mengenai persepsi, preferensi dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah. Data sekunder (tidak langsung) yaitu literatur lainnya yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dan bersumber dari pihak pengumpul data. Adapun metode analisis penelitian, penulis menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan persepsi, preferensi dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi, preferensi dan sikap takmir masjid sebagian besar positif, namun demikian pada aspek perilaku hanya sebagian 48% responden secara individu yang menggunakan jasa-jasa bank syariah. Adapun secara kelembagaan, 35% masjid yang menyimpan kas masjid di bank syariah.

Kata Kunci : *Persepsi, Preferensi, Sikap, Perilaku, Takmir Masjid, Bank Syariah*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas segala nikmat dan hidayah Allah SWT. sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian Skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Agung Muhammad SAW. yang telah membawa Islam sebagai agama rahmat bagi seluruh alam.

Skripsi yang berjudul “PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR MASJID TERHADAP BANK SYARIAH (STUDI DI KECAMATAN NGALIYAN KOTA SEMARANG)” ini disusun untuk memenuhi tugas sebagai syarat guna memperoleh gelar S1 dalam bidang ilmu Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- 1) Yth. Bapak Prof. Dr. H. Muchibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang dengan segala kebijaksanaanya yang telah memimpin UIN Walisongo Semarang demi kemajuan institusi yang lebih baik.
- 2) Yth. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., yang telah berusaha memimpin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menjadi pusat studi ekonomi Islam. Terima kasih atas segala perhatian dan supportnya kepada teman-teman Forum Studi Hukum Ekonomi Islam (ForSHEI).
- 3) Yth. Bapak Dr. Ali Murtadlo, M.Ag (Wakil Dekan 1 FEBI) yang telah memberikan kontribusi pikiran dan ilmu kepada teman-teman Forum Studi hokum Ekonom Islam (ForSHEI).
- 4) Yth. Pengelola Jurusan Ekomomi Islam, Bapak Kajur Nur Fathoni, M.Ag dan Bapak Sekjur Ahmad Furqon, LC., M.A, terima kasih atas bimbingan dan arahnya.
- 5) Yth. Bapak Drs. H. Wahab Zaenuri, MM (Wakil Dekan II FEBI), Bapak H. Abdul Ghofur, M.Ag, dan Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag (Kaprod S1 Perbankan Syariah FEBI) selaku Dewan Pembina Forum Studi Hukum Ekonomi Islam (ForSHEI) UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan doa, arahan,

bimbingan dan motivasi kepada kami keluarga besar Forum Studi Hukum Ekonomi Islam (ForSHEI). Penulis banyak berhutang budi kaleh panjenengan !

- 6) Yth. Dosen Pembimbing 1 Skripsi Ibu. Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag terimas kasih atas support ibu kepada penulis untuk melanjutkan Transfer Studi S1, dan tidak lupa juga motivasi Ibu kepada penulis menyelesaikan skripsi, support Ibu kepada ForSHEI juga besar, Jazakallah Khairan Katsiran.
- 7) Yth. Seluruh Dosen penulis di UIN Walisongo Semarang, khususnya Bapak R. Arfan Rifqiawan, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan penulis ketika Lomba Karya Tulis Ilmiah Ekonomi Islam di Universitas Diponegoro dan Polines Semarang tahun 2012 dan juga sebagai Dosen Pembimbing II Skripsi, penulis berhutang budi kaleh panjenengan. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan kawan-kawan sewaktu Lomba Cerdas Cermat Perguruan Tinggi “*Know Your Central Bank*” di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Wilayah V Jateng & DIY tahun 2012 Pada Hari Ulang Tahun BI ke-59, sungguh kenangan yang tak terlupakan. semoga diberi berkah, kami sangat berhutang budi! Jazakallah Khairan Katsiran !
- 8) Seluruh Keluarga Besar Forum Studi Hukum Ekonomi Islam (ForSHEI) UIN Walisongo Semarang, KA-ForSHEI Mas Herry Aslam Wahid terima kasih untuk bimbingan, nasehat dan arahannya. Mas Irham Fuhuluddin dan Mas Sofa Hasan (ndang lulus mas) terima kasih atas kesempatan dan kaderisasinya, Mas Ubaed, Mas Hasan, Mas Khafidz, Mbak Salamah, Mbak Endang, Mbak Fitri, Mbak Ana, Mbak Aam (bendumdut), Mbak Riri, Mbak Icha, Mbak Tika, Mas Iqbal, Djamil terima kasih atas doa dan supportnya. Teman-teman Pengurus ForSHEI satu angkatan Bagas Anwar, Amri, Azum Alief, Ica Najah, Nadia Latifah, Erlin D. Herlina, Dzikri, Nanik, Ari, Fathur, Tiwi, Aisy, Putri, Ana mari kita berjuang bersama-sama dan terima kasih atas pengertiannya. Kader-kader ForSHEI angkatan 2012, 2013 & 2014 Asep (jo mumetan), Ahonk (88 still be imoet), Ozan (tangi seng esuk, ditelpon upil), Ulin (tugas asisten jangan lupa), Elsa, Fiqi, Haniq, Umi, Riqza, Ihsan, Elisa, Ida, Fauzi, Nafis (nggitre dilereni), Arif (di basecamp ForSHEI tidak ada bantal, jangan suka tidur), Toyib, Topik (ndang lulus le, ndang mbojo, awakmu wes ora imut), Halimi, Karim, Dian

(salut atas perjuanganmu), Mamik (terima kasih telur ulang tahune), Avilia, Raissa (jangan cengeng cah ayu), Sulis (saya tunggu perjuanganmu), Milla (cepat gede ya, keep smile), Asri (tabahkan hatimu jika arif masih cuek padamu sri), labib, aulia, firin dan lain-lain yang tidak sempat menyebut nama kalian satu-satu, semangat diskusi dan perjuangannya, melalui kalian sudah waktunya ForSHEI berjaya di tingkat nasional. Saya minta maaf jika setelah ini saya tidak bisa lagi full mendampingi kalian. Tak lupa juga, keluarga besar Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI) di seluruh Indonesia, mari berjuang, Kang Syahid Irfan Mubarak (Presnas 1), Kang Ashabul Kahfi (Presnas 2), Kang Alfian Rohman Tsani (Presnas 3), Kang Arya Fariska (Presnas 4), Teh Fika, Teh Ayu, Teh Lili, Teh Dita, Fitri terima kasih kebersamaan dan pengertian kalian !

- 9) Segenap Keluarga Besar KOPMA UIN Walisongo, Mas Samsul, Mas Rohmanto, Mas Kuat, Mas Ilung, Mbak Isna, Mbak Aslam, Mas Iqbal terima kasih atas bimbingan dan kepercayaannya. Teman-teman domisioner pengurus periode 2012, Mas Fahmi, Lismanto, Agus Rahmatdi, Ida Roza, Erli, Iyut, Miftah, Ulya, Sismanita terima kasih atas memori dan perjuangannya. Teman-teman pengurus periode 2013, Asep, Agus KW, Wisnu, Ihsan, Masriani, Ida, Niroh, Isma, pengurus 2014 Lukman, Ahsan, Farizal, Aya, Qiqi, Farid berjuanglah dalam indahnya kebersamaan. dkk berjuanglah hingga titik darah penghabisan. Pengurus 2015 Isma, Isna, Arif, Nadhif, dkk Semangat !. Untuk Ali, Madun, Ela, Mahsun, dan teman2 kopma lainnya thanks atas kebersamaannya baik suka maupun duka. Mbak gi' dan mbak devi matur suwun kerjasamanya, ngapunten guyonane, dungane seng apik2 wae..! Khusus untuk Redaksi "Indonesia Campus" Mas Kharis, Agus Rahmatdi, Mbak Mumt, Tika, Muhlis, dan Arin terima kasih atas perjuangannya, malam yang sungguh heroik di Grand Majesty 2011. ..!
- 10) Segenap teman-teman Program Transfer S1 Tika, Konik, Meda, Beti, Ica terima kasih atas segala support dan perjuangannya.
- 11) Semua pihak yang mungkin lupa saya sebutkan, terima kasih atas semuanya dan mohon maaf atas segala khilaf.

Semoga menjadi amal yang baik dan diberi berkah dari Allah SWT bagi kita semua.

Akhirnya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, dan mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Semarang, 7 Juni 2015

Penulis,

Mamduh
102411171

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN DEKLARASI	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan & Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Masjid dan Takmir Masjid	18
1) Sejarah dan Pengertian Masjid	18
2) Fungsi Masjid	22
3) Takmir Masjid	25

B. Bank Syariah	27
1) Sejarah Bank Syariah	27
2) Karakteristik dan Peranan Bank Syariah	30
3) Kodifikasi Produk Bank Syariah	32
C. Persepsi	36
D. Preferensi	43
E. Sikap	44
F. Perilaku	46

**BAB III. RESPON TAKMIR MASJID DI KECAMATAN NGALIYAN
TERHADAP BANK SYARIAH**

A. Sekilas Tentang Kecamatan Ngaliyan	52
1). Letak Geografis	52
2). Kependudukan	54
3). Sosial-Ekonomi	58
B. Keberadaan Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan	60
C. Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Takmir Masjid di Kecamatan Ngaliyan Terhadap Bank Syariah	62

**BAB IV. ANALISIS PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU
TAKMIR MASJID DI KECAMATAN NGALIYAN TERHADAP BANK
SYARIAH**

A. Analisis Persepsi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah	69
B. Analisis Preferensi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah	73
C. Analisis Sikap Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah	74
D. Analisis Preferensi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah	75

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran dan Rekomendasi	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Penelitian Terdahulu	6
Tabel 1.2 Jumlah Populasi Masjid di Kecamatan Ngaliyan.....	12
Tabel 1.3 Jumlah Sampel Masjid di Kecamatan Ngaliyan	14
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Ngaliyan	54
Tabel 3.2 Demografi Kecamatan Ngaliyan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 3.3 Demografi Kecamatan Ngaliyan Berdasarkan Jenis Pendidikan	55
Tabel 3.4 Demografi Kecamatan Ngaliyan Berdasarkan Jenis Agama	57
Tabel 3.5 Tabel Mata Pencaharian Penduduk Kecamatan Ngaliyan	58
Tabel 3.6 Daftar Responden Kelembagaan	63
Tabel 3.7 Daftar Jenis Kegiatan Masjid	64
Tabel 3.8 Persepsi Responden Terhadap Bunga	66
Tabel 4.1 Pengetahuan Responden Terhadap Bank Syariah	69
Tabel 4.2 Media Saluran Informasi Bank Syariah	70
Tabel 4.3 Perbandingan Persepsi Responden Terhadap Bank Syariah	70
Tabel 4.4 Faktor-faktor Responden Memilih Bank Syariah	76
Tabel 4.5 Faktor-faktor Responden Memilih Bank Konvensional	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Mekanisme Pemilihan Sampel	15
Gambar 2.1 Contoh Struktur Kepengurusan Takmir Masjid	26
Gambar 2.2 Proses Persepsi	38
Gambar 2.3 Model Perilaku	51
Gambar 3.1 Peta Kecamatan Ngaliyan	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan bank syariah dalam dua dasawarsa terakhir telah memberikan alternatif baru bagi pengembangan perekonomian di Indonesia. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan¹.

Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank syariah muncul sebagai bank yang sarat akan etika dan nilai-nilai universal syariat Islam. Hadirnya bank syariah merupakan jawaban atas praktik keuangan (bank) konvensional selama ini. Dalam mekanisme operasional bank konvensional, bank menerapkan mekanisme jasa pengembalian tetap (*fixed return*) dalam bentuk bunga (*interest/usury*), baik dalam mekanisme penghimpunan maupun penyaluran dana. Di dalam mekanisme bank konvensional memberikan pinjaman kepada pihak kedua (*debtor*) oleh pihak bank disyaratkan adanya balas jasa tetap berdasarkan jumlah pinjaman dan disandarkan atas waktu atau tempo perjanjian hutang-piutang tersebut.

¹ Artikel berjudul “Perbank Syariah” sumber : <http://www.ojk.go.id/bank-syariah> diakses pada hari kamis, 15 Mei 2015 pukul 11.20 WIB

Begitu pula bank konvensional saat menghimpun dana dari masyarakat, bank memberikan imbalan tetap berupa bunga sebagai imbal jasa dana yang dikelola sebagai sumber pembiayaan oleh bank konvensional. Hal ini menimbulkan interpretasi hukum oleh ulama' (MUI), karena konsep dan praktek tersebut dipersamakan sebagai riba dan diharamkan oleh syariat Islam. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*) berpegang teguh pada prinsip transaksi yang beretika dengan menjunjung teguh keadilan, keseimbangan, pemerataan dan kejujuran. Sehingga, dalam mekanisme *profit and loss sharing* terdapat praktek keuangan yang sama beban dan sama untung.

Keunggulan sistem bank syariah yang lebih baik ini juga diterima positif oleh masyarakat, di mana tingkat perkembangan syariah dalam kurun waktu dari tahun 2008 hingga tahun 2014 mencapai 33,23% per tahun ². Keunggulan ini juga dibuktikan dengan pengalaman krisis tahun 1997 dan 2008 yang menunjukkan bahwa efek krisis tidak memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap industri keuangan syariah. Bahkan melihat hal tersebut, saat ini IMF dan Bank Dunia sedang mengarahkan pandangan seriusnya kepada sistem ekonomi dan keuangan syariah. hal ini dikarenakan industri keuangan berbasis syariah dinilai memiliki daya tahan (*resilient*) terhindar dari *decoupling* dan *bubble economy* ³.

Meski demikian, perbankan syariah masih perlu dukungan dari seluruh elemen masyarakat agar bisa memberikan manfaat dan mashlahat kepada seluruh umat. Hingga saat ini *market share* perbankan syariah masih relatif kecil terhadap

² Statistik Perbankan Syariah Desember 2014 Otoritas Jasa Keuangan

³ Masyarakat Ekonomi Syariah. *Syariah Economic Outlook 2013*. Jakarta, 2013, h. 3

perbankan nasional masih di bawah di angka 4,9%. Oleh sebab itu, dalam rangka mengembangkan perbankan syariah butuh penelitian-penelitian implementatif untuk mendukung perkembangan perbankan syariah yang memberikan manfaat positif terhadap masyarakat.

Dalam rangka ini, Bank Indonesia telah melakukan beberapa penelitian implementatif diantaranya penelitian yang berjudul “Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jateng & DIY” pada tahun 2000. Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan pemetaan potensi pengembangan perbankan syariah, mengidentifikasi persepsi, preferensi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah dalam rangka untuk mengembangkan perbankan syariah yang sesuai kebutuhan masyarakat⁴. Namun demikian, perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui perkembangan terbaru potensi, persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah. Sehingga penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan variabel serupa, namun dengan subjek penelitian yang disesuaikan dengan segmen masyarakat yang lebih spesifik, dalam hal ini adalah takmir masjid.

Pemilihan takmir masjid sebagai subjek penelitian tidak lepas dari tugas dan fungsi pokoknya sebagai pemimpin masyarakat yang bertugas untuk memakmurkan masjid sebagai pusat ibadah umat Islam. Sehingga takmir masjid memiliki status sosial yang lebih tinggi dalam hal agama dibandingkan masyarakat yang lain. Selain itu, masjid yang mempunyai peran vital bagi perkembangan Islam, tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi menjadi pusat

⁴ Bank Indonesia. *Executive Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Wilayah Jawa”*. Tahun 2000

perkembangan peradaban Islam yang tidak hanya terbatas pada pusat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kebudayaan dan pusat muamalat, mengharuskan takmir masjid untuk mengerti tentang perkembangan ekonomi syariah. Secara spesifik, dijelaskan bahwa selama ini masjid belum banyak mengetahui perbankan dan keuangan syariah, padahal entitas ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu ada sinergi dan upaya-upaya agar masjid melalui takmirnya mengetahui, mendukung, dan mempunyai program mensejahterakan jama'ah melalui entitas perbankan syariah⁵. Sehingga penulis menilai penelitian yang berjudul **“PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR MASJID TERHADAP BANK SYARIAH (STUDI DI KECAMATAN NGALIYAN KOTA SEMARANG)”** layak diteliti secara komprehensif.

Dengan mengetahui gambaran persepsi, preferensi, sikap dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah, penulis berharap bisa memberikan rekomendasi hasil penelitian kepada para pihak berkepentingan baik regulator dan *stakeholder* untuk memberikan gambaran potensi pengembangan perbankan syariah pada segmen pasar takmir masjid. Di sisi lain, penelitian persepsi, preferensi, sikap dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah bisa memberikan gambaran bagaimana proses edukasi dan sosialisasi perbankan syariah harus dilakukan, mengingat status dan peran penting para takmir yang bisa memberikan edukasi dan kritik yang baik tentang Islam dan Keuangan Syariah.

⁵ Prof. Dr. Ahmad Sutarmadi. *Manajemen Masjid Kontemporer*, Jakarta: Media Bangsa, 2012, h. 139

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu: Bagaimanakah Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Takmir Masjid di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang terhadap Bank Syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mendeskripsikan persepsi, preferensi dan perilaku takmir masjid di Kecamatan Ngaliyan terhadap bank syariah. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan sumbangan khazanah keilmuan melalui penelitian lapangan yang implementatif.
 - b. Memberikan sumbangan tambahan kajian ekonomi Islam melalui topik persepsi, preferensi, sikap dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan informasi konsep produk keuangan syariah yang sesuai dengan persepsi, preferensi, dan sikap takmir masjid terhadap bank syariah kepada *stakeholder* dan regulator.
 - b. Memberikan informasi dan bahan rujukan penyusunan strategi marketing, edukasi dan pengembangan perbankan syariah.

D. Tinjauan Pustaka

Selama lebih dari dua dasawarsa perbankan syariah di Indonesia, terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan dalam mengembangkan perbankan syariah, khususnya tentang persepsi, preferensi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah. Di antara penelitian tersebut antara lain :

Tabel 1.1

Daftar Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Metodologi	Hasil
1.	BI dan CBIES UB Malang (1999)	“Persepsi Masyarakat tentang BPR Syariah di Jawa Timur”	Kuantitatif	55% responden mengatakan halal, sedangkan 10% mengatakan haram, selebihnya subhat dan tidak tahu terhadap bunga bank.
2.	BI dan CBIES Univ. Brawijaya Malang (2000)	Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Timur	Kuantitatif	Perbedaan penting masyarakat dalam memilih bank terletak pada faktor kelompok acuan, peran dan status, kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, ukuran produk, jaminan dan periode pembayaran
3	BI dan UNDIP (2000)	Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat di Wilayah Jawa Tengah	Kuantitatif	Preferensi terhadap keuntungan system e yang mencerminkan pandangan responden tentang perbankan syariah mempunyai nilai lebih jika dibandingkan dengan bank konvensional maka terlihat Kota Magelang dan Kota Semarang merupakan daerah yang mempunyai proporsi terbesar terhadap nilai keuntungan system e pada bank syariah.
4.	BI dan IPB (2000)	Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat di	Kuantitatif	Kecenderungan terhadap perbankan konvensional lebih dominan dibandingkan

		Wilayah Jawa Barat		perbankan syariah, hal ini dikarenakan pertimbangan pelayanan, fasilitas, kredibilitas, dan status bank. Sehingga menganggap fasilitas dan pelayanan Bank Syariah masih minim.
5.	BI dan IPB (2000)	Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Sumatera Selatan	Kuantitatif	Terdapat ketidak konsistenan didalam perilaku konsumen. Sebagian besar menyatakan dukungannya terhadap Bank Syariah dan setuju dengan system bagi hasil, namun di sisi lain sebagian besar adalah nasabah bank konvensional.
6.	BI dan Universitas Andalas Padang (2001)	Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Barat	Kuantitatif	Pengembangan perbankan syariah di Sumatera Barat memiliki potensi yang besar, di mana masyarakat Sumatera Barat didominasi oleh Adat Minangkabau yang berkulturasi kuat dengan perbankan syariah. Hal ini diperkuat dengan hasil penelidikan bahwa 91% responden berkeinginan kuat untuk menjadi nasabah bank syariah. Dari hasil analisis logit, menunjukkan bahwa faktor pendapatan memberikan pengaruh yang paling tinggi dalam mempengaruhi keinginan masyarakat menjadi nasabah bank syariah.
7.	BI dan Institut Pertanian Bogor (2004)	Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan	Kuantitatif	Menunjukkan bahwa 94.5% responden setuju dengan peranan perbankan dalam kehidupan sehari-hari, dengan alasan utama menguntungkan masyarakat dan permodalan. Berdasarkan kelompok responden bank konvensional menyatakan 79,3% sistem bunga bertentangan dengan ajaran agama dan cenderung menyatakan penolakan pada

				sistem konvensional. namun di isisi lain, mereka adalah nasabah bank konvensional. Sehingga terdapat ketidak konsistenannya perilaku konsumen.
8.	Dr. Jazim Hamidi, dkk dari Universitas Brawijaya Malang (2006 / 2007)	Persepsi dan Sikap Masyarakat santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah	Kualitatif	Alasan masyarakat santri di Jawa Timur memilih Bank Syariah adalah : Kesesuaian dengan ajaran Islam, keamanan, dan kepercayaan. Walaupun masih banyak yang menggunakan Bank Konvensional karena faktor lokasi dan lain-lain
9.	Fahd Noor dan Yulizar D. Sanrego dari STEI Tazkia Bogor (2009)	“Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan, meski pondok pesantren berpotensi besar dalam pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia khususnya di DKI Jakarta, Namun potensi tersebut belum diperhatikan secara maksimal oleh praktisi dan regulator. Dari analisis data dalam penelitian menyimpulkan bahwa secara umum faktor pengetahuan dan akses berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam memilih serta menabung di perbankan Syariah di DKI Jakarta, sebaliknya fasilitas dan profesionalitas berpengaruh negatif
9.	Dana Panca Setiasih	Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen terhadap Bank Syariah (Studi Kasus pada Dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap, diketahui bahwa nilai thitung adalah 1,534 sedangkan nilai ^t tabel

				<p>adalah 1,692 yang lebih besar dibandingkan dengan t_{hitung}. Sedangkan variabel preferensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap hal ini diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 3,307 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,692 yang lebih kecil dibandingkan dengan t_{hitung} dan variabel sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 7,173 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,692 yang lebih kecil dibandingkan dengan t_{hitung}.</p>
--	--	--	--	--

Sumber : *Diolah dari Berbagai Sumber*

Hal-hal yang menyamakan penelitian penulis dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu adalah sama-sama menjadikan variabel persepsi, preferensi, sikap dan perilaku sebagai fokus penelitian yang kemudian dianalisa dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan secara spesifik persepsi, preferensi, sikap dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah.

Adapun hal yang membedakan adalah objek penelitian dari skripsi ini terfokus pada takmir masjid di kecamatan ngaliyan kota semarang sebagai subjek penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan persepsi, preferensi, sikap dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Selain itu, penelitian ini adalah penelitian dilakukan

dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik analisa deskriptif.

E. Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Metodologi adalah kerangka teoritis yang dipergunakan oleh penulis untuk menganalisa, mengerjakan, atau mengatasi masalah yang dihadapi ⁶. Sedangkan metodologi yang dimaksud di sini adalah serangkaian metode yang digunakan untuk mempelajari dan menganalisis objek penelitian yang meliputi pengumpulan data dan metode analisa data.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif ⁷. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati. Teknik penelitian kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan persepsi, preferensi dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah.

2) Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang berkenaan langsung dengan variabel penelitian dan diperoleh dari sumber

⁶ Gorys Keraf. *Komposisi*, Jakarta, Nusa Indah, 2001, h 310

⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009, hlm. 3

asli⁸. Adapun menurut Husein Umar, data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner⁹.

Berdasarkan definisi tersebut, data yang digunakan dalam penelitian yang masuk kategori data primer adalah data yang berkenaan dengan persepsi, preferensi dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah. Adapun data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain¹⁰. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari dokumentasi dari sumber-sumber yang layak dan valid dijadikan sumber penelitian.

3) Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek dengan kualitas tertentu dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Yang dimaksud sebagai subyek adalah jika berfungsi sebagai sumber data seperti manusia, hewan, tumbuhan, dokumen dan lain-lain. Adapun sebagai objek jika populasi bukan sebagai sumber informasi, tetapi

⁸ *Ibid*, h. 103

⁹ Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta : PT Grafindo Pustaka Utama, 2002, h. 82.

¹⁰ *Ibid*, h. 46.

sebagai substansi yang diteliti, seperti kepuasan kerja, komitmen organisasional, kinerja karyawan dan lain-lain ¹¹.

Berdasarkan penjelasan teori tersebut, populasi data dari penelitian adalah seluruh takmir masjid yang berada di Kecamatan Ngalian, Semarang, Jawa Tengah. Adapun yang dimaksud populasi sebagai objek dari penelitian ini adalah persepsi, preferensi, sikap dan perilaku takmir masjid terhadap bank syariah. Mengenai data masjid di Kecamatan Ngalian Kota Semarang berdasarkan data BPS dan BAPPEDA Semarang tahun 2013 jumlahnya sebesar 96 masjid ¹². Namun mengingat jumlah masjid di Kecamatan Ngalian cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan efektifitas penelitian perlu dilakukan sampling dalam proses pengumpulan data penelitian berdasarkan teori yang relevan dan valid.

Berikut ini tabel jumlah populasi masjid di Kecamatan Ngalian Kota Semarang :

Tabel 1.2

Jumlah Populasi Masjid di Kecamatan Ngalian

No	Nama Kelurahan	Populasi
1.	Podorejo	4
2.	Wates	2
3.	Bringin	10
4.	Ngalian	7
5.	Bamankerep	3
6.	Kalipancur	10
7.	Purwoyoso	15
8.	Tambakaji	21

¹¹ Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si. *et al*, *Metodologi Penelitian; Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta : Andi Offset, 2010, h. 185.

¹² BAPPEDA Kota Semarang dan BPS Kota Semarang. *Semarang Dalam Angka 2013*, Semarang: 2014, h. 346

9.	Gondoriyo	12
10.	Wonosari	12
TOTAL		96

Sumber : BAPPEDA Kota Semarang & BPS Kota Semarang 2013

b) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi¹³. Dalam metodologi penelitian sampel diperlukan agar penelitian bisa dilakukan secara efektif dan efisien. Akan tetapi agar karena sampel sifatnya mewakili dari total populasi, penentuan jumlah sampel harus bisa mewakili dari total populasi. Oleh karena itu penentuan sampel harus didasarkan pada teori yang valid dan relevan.

Untuk itu, dalam melakukan penelitian ini, penulis mengambil dasar teori sampling L.R Gay yang menyatakan bahwa jika penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif, dan populasi data relatif kecil, maka ukuran sampel terkecil adalah 20% dari total populasi¹⁴. Oleh karena itu, berdasarkan teori tersebut maka jumlah sampel yang akan diambil dari penelitian adalah :

$$n = N \times E$$

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

¹³ Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si. *et al*, *Metodologi Penelitian.....*, h. 185.

¹⁴ Dr. Muhammad, M.Ag. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2013, h. 181

E = prosentasi sampling

Maka n (ukuran sampel) adalah $96 \times 20\% = 19,6$ dibulatkan menjadi 20 masjid.

Jika demikian, apabila jumlah sampel diperbandingkan dengan jumlah populasi masjid di setiap Kelurahan yang ada di Kecamatan Ngaliyan yang berjumlah 10 Kelurahan, maka setiap Kelurahan akan diambil 2 masjid sebagai sampel. Berikut tabel persebaran populasi dan sampel masjid di Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang :

Tabel 1.3

Jumlah Sampel Masjid di Kecamatan Ngaliyan

No	Nama Kelurahan	Populasi	Sampel
1.	Podorejo	4	2
2.	Wates	2	2
3.	Bringin	10	2
4.	Ngaliyan	7	2
5.	Bambankerep	3	2
6.	Kalipancur	10	2
7.	Purwoyoso	15	2
8.	Tambakaji	21	2
9.	Gondoriyo	12	2
10.	Wonosari	12	2
TOTAL		96	20

Sumber : *Data diolah*

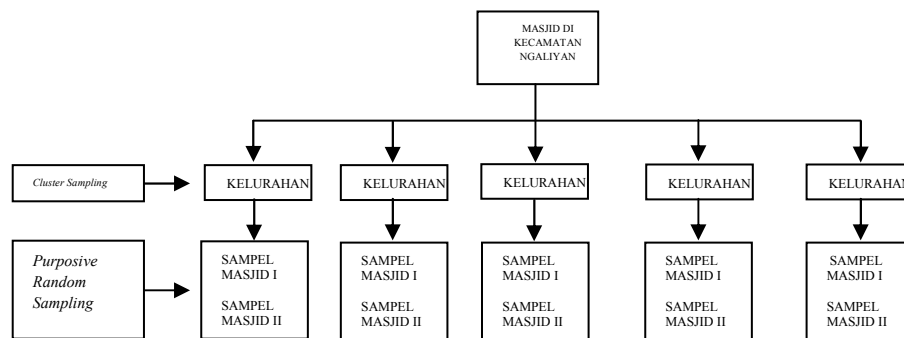
Pengambilan sampel ini dilakukan berdasarkan penyebaran masjid di masing-masing Kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Adapun teknik yang digunakan untuk memilih sampel berdasarkan teori sampling kelompok dua tahap (*two stage cluster random sampling*). *Cluster Random Sampling* adalah sampel acak sederhana dimana

setiap sampling unit terdiri dari kumpulan atau kelompok elemen. Cara ini dipilih mengingat sampel menyebar secara geografis¹⁵.

Adapun tahap-tahap yang dilakukan adalah *pertama*; membagi wilayah populasi dan sampel berdasarkan beberapa *cluster* menurut penyebaran Kelurahan yakni 10 Kelurahan yang ada di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Tahap *kedua* adalah memilih sampel masjid berdasarkan teknik *purposive sampling*. Pilihan teknik *purposive sampling* digunakan atas dasar bahwa prosedur ini lebih tepat digunakan untuk memilih sampel berdasarkan spesifikasi sampel, yakni sampel takmir masjid yang mengetahui *fiqh muamalah* dan mengetahui bank syariah. Berikut ini ilustrasi pengambilan sampel penelitian :

Gambar 1.1

Ilustrasi Mekanisme Pemilihan Sampel



Sumber : *Diolah*

Setelah menentukan sampel, selanjutnya adalah menentukan reponden data primer. Dimana responden data primer dipilih berdasarkan metode *systematic random sampling* dengan menggunakan alokasi proporsional.

¹⁵ Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta : Rineka Cipta, 2000, h. 181

Cara ini digunakan karena responden bersifat homogen. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah imam/ penasehat masjid, khotib dan pengurus masjid. Mengingat jumlah ketiga unsur reponden tersebut pada setiap masjid tidak sama, maka setiap masjid diberi alokasi tiga kuesioner.

4) Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan penelitian ini, data merupakan bagian yang sangat penting. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan harus akurat, komprehensif dan relevan bagi persoalan yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

a) Metode Dokumentasi

Yaitu dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagainya¹⁶. Teknik dokumentasi diperlukan dalam penelitian ini guna mengumpulkan data sekunder yang dihimpun dari sumber yang relevan.

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu¹⁷. Teknik yang dilakukan dalam

¹⁶ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta, Rineka Cipta, 1993, h. 202.

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009, h. 186.

penelitian adalah teknik wawancara terbuka dan mendalam (*indepth interview*) kepada para takmir masjid.

c) Kuesioner/ Angket

Metode kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut¹⁸. Menurut Muhammad, teknik ini sangat efektif dalam penedekatan survey dan lebih reliabel jika pertanyaan-pertanyaannya terarah dengan baik dan efektif. Teknik yang digunakan untuk menilai hasil kuesioner menggunakan skala likert dengan alternative jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral/ Ragu-ragu

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

Bab I, merupakan Bab Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penulisan, metodologi penelitian dan

¹⁸ Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, h. 114

sistematika penulisan skripsi yang mengangkat judul **“PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR MASJID TERHADAP BANK SYARIAH (STUDI DI KECAMATAN NGALIYAN KOTA SEMARANG)”**.

Bab II Kerangka Teori menjelaskan tentang kerangka teori tentang Masjid, Takmir, Bank Syariah, Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku.

Bab III Gambaran Umum Wilayah Penelitian berisi umum daerah penelitian, meliputi: letak geografis, keadaan sosial ekonomi Kecamatan Ngaliyan.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan akan mengemukakan analisis data penelitian meliputi deskripsi data penelitian dan responden, dan pembahasan tentang Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Takmir Masjid di Kecamatan Ngaliyan terhadap Bank Syariah.

Bab V Kesimpulan merupakan kesimpulan hasil penelitian, saran dan rekomendasi yang sifatnya ilmiah dan sistematis. Dimana saran dan rekomendasi tersebut memberikan hasil dan manfaat analisis penulisan yang positif bagi semua pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Masjid dan Takmir Masjid

1) Sejarah dan Pengertian Masjid

Masjid berasal dari bahasa Arab *sajada, yasjudu, masjidan* yang berarti tempat sujud atau tempat menyembah Allah SWT. Dalam makna umum, maka bumi yang kita tempati ini adalah masjid bagi kaum muslimin. Setiap muslim boleh melaksanakan shalat di wilayah mana pun di muka bumi ini, terkecuali di atas kuburan, di tempat bernajis, dan di tempat-tempat yang sesuai syariat tidak boleh dilaksanakan shalat¹⁸. Sabda Rasulullah SAW :

الارض كلها مسجد (رواه مسلم)

Artinya “*Setiap bagian dari bumi Allah adalah tempat sujud (masjid).*” (HR. Muslim)

Pada hadits lain, Rasulullah juga bersabda :

جعلت لنا الارض مسجدا وطهورا (رواه مسلم)

Artinya : “*Telah dijadikan bagi kita bumi ini sebagai tempat sujud dan keadaannya bersih.*” (HR. Muslim)

Dilihat dari segi harfiah dan hadits Nabi Muhammad SAW. tersebut, maka sejatinya seluruh muka bumi ini adalah masjid yang bisa digunakan sebagai tempat shalat umat muslim. Namun berdasarkan uraian sejarah, Nabi

¹⁸ Drs. Moh. E. Ayub, et. al. *Manajemen Masjid*, Jakarta: Gema Insani Press, 1996, h. 1

Muhammad SAW. membuat sebuah tempat khusus sebagai tempat beribadah untuk melaksanakan shalat maktubah berjamaah, shalat jum'at ¹⁹, dan menjadikan masjid tersebut sebagai pusat kegiatan umat, tidak hanya terbatas pada masalah spiritual.

Dan ini dilakukan langsung ketika Rasul tiba di madinah, sebagai bentuk pentignya masjid bagi umat Islam. Dan di masjid pula Rasul memusatkan semua perjuangannya untuk mewujudkan peradaban Islam yang kaffah²⁰. Pentingnya masjid sebagai pusat dakwah dan aktivitas umat muslim ditegaskan Allah dalam surat At-Taubah ayat 17-18 :

مَا كَانَ لِلْمُشْرِكِينَ أَنْ يَعْمُرُوا مَسْجِدَ اللَّهِ شَاهِدِينَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ بِالْكَفْرِ أُولَٰئِكَ حَبِطَتْ أَعْمَالُهُمْ فِي النَّارِ هُمْ خَالِدُونَ ﴿١٧﴾ إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ ﴿١٨﴾

Artinya : “Tidaklah pantas orang-orang musyrik itu memakmurkan masjid-masjid Allah, sedang mereka mengakui bahwa mereka sendiri kafir. Itulah orang-orang yang sia-sia pekerjaannya, dan mereka kekal di dalam neraka. Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan Hari Kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut

¹⁹ Masjid sebagai sebuah tempat yang dibangun khusus untuk dijadikan tempat ibadah umat Islam juga disampaikan dalam Surat Keputusan Dirjen BimasKementerian Agama No. DJ.II/ 802 Tahun 2014. Dalam SK tersebut masjid didefinisikan pada BAB 1 poin 2 sebagai bangunan tempat ibadah umat Islam yang dipergunakan untuk shalat rawatib (lima waktu) dan shalat Jum'at.

²⁰ Drs. Sidi Gazalba. *Mesjid Pusat Ibadah dan Kebudayaan Islam*, Jakarta. Pustaka Al-Husna, Cet. VI, 1994, h. 118 -138

(kepada siapapun) selain kepada Allah, Maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S At-Taubah Ayat 17-18)

Masjid yang pertama dibangun Nabi Muhammad SAW adalah Masjid Quba. Masjid ini didirikan ketika Rasul tiba di madinah saat hijrah dari makkah. Masjid ini terletak di desa Quba, sebelah barat laut kota Yatsrib, kota yang belakang hari berganti nama menjadi “Madinatur Rasul” atau sering disebut “Madinah” ²¹.

Di desa ini Rasul beristirahat selama empat hari. Dalam tempo pendek itulah Nabi membangun masjid, bersama para sahabat beliau dari makkah yang menunggu di sana. Bangunan Masjid Quba terdiri dari pelepah kurma, berbentuk persegi empat, dengan enam serambi yang bertiang. Masjid pertama dalam sosialisasi Islam tersebut hanya sekedar tempat bersujud, tempat sholat, dan tempat berteduh dari panas terik matahari di padang pasir yang tandus. Sejarah mencatat masjid ini berdiri pada tanggal 12 Rabiul Awal tahun pertama Hijriyah ²².

Keberadaan masjid ini menjadi tonggak kokoh syiar keIslaman periode awal. Di sinilah Rasul bersama para sahabat melakukan shalat berjamaah. Di masjid Quba ini Rasul melaksanakan shalat jumat yang pertama kali. Selanjutnya, dalam sejarah membangun peradaban Islam, Nabi membangun masjid lain di pusat Kota Madinah, yakni Masjid Nabawi, yang kemudian

²¹ Drs. Moh. E. Ayub, et. al. *Manajemen Masjid...*, h. 3

²² *Ibid*

menjadi pusat aktivitas Rasul dan pusat kendali seluruh masalah umat muslim. Menarik dicatat, meski rasul telah membangun Masjid Nabawi sebagai pusat pengembangan peradaban Islam, Rasul secara teratur mengunjungi Masjid Quba dan shalat bersama-sama warga desa. Kebiasaan ini yang masih diteruskan oleh para sahabat ketika Rasul wafat²³.

Perkembangan selanjutnya, Masjid Quba memang masih kalah pesat dibandingkan Masjidil Haram dan Masjidin Nabawi, terutama setelah wafatnya Rasul. Hal ini mengingat karena Masjid Quba tidak termasuk tiga masjid yang disucikan oleh Allah bersama Masjidil Haram di Makkkah, Masjidin Nabawi di Madinah dan Masjidil Aqsha di Yerusalem Palestina. Meski demikian, Masjid Quba sangatlah penting, mengingat Masjid ini simbol keberanian kaum perintis dalam menegakkan Islam.²⁴ Selain itu, Masjid Quba juga termasuk Masjid yang masuk disebut Allah SWT. dalam Al-Qur'an bersama Masjidil Haram dan Masjidil Aqsha. Masjid Nabawi tidak termasuk dalam kategori tersebut. Ketika kaum munafik dari suku Aus dan Khazraj membangun masjid tandingan di dekat Masjid Quba yang kemudian dikenal dengan Masjid Dhirar "Masjid Yang Menyesatkan" dengan niat memecah belah umat Islam, Allah memperingatkan dalam Firman-Nya²⁵.

²³ *Ibid*

²⁴ Simbol keberanian ini diingat dan dilanjutkan oleh para sahabat Rasulullah SAW. setelah Rasul wafat dan jazirah Arab telah selesai di-Islamkan. Oleh para sahabat yang meneruskan dakwah Nabi menuju delapan penjuru mata angin jazirah Arab, hal yang pertama kali dilakukan setelah "menguasai" wilayah-wilayah tersebut adalah mendirikan masjid sebagai pusat berkumpul umat muslim dan membangun peradaban. Di antara wilayah-wilayah tersebut adalah Basra, Kufa dan Al-Fustat (Sidi Gazalba : 1994).

²⁵ Drs. Moh. E. Ayub, et. al. *Manajemen Masjid...*, h. 4

لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا لَّمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَىٰ مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ ۚ فِيهِ
رِجَالٌ تُحِبُّونَ أَنْ يَتَّطَهَّرُوا ۚ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُطَهَّرِينَ ﴿١٠٨﴾

Artinya : “Janganlah kamu shalat dalam masjid itu (Masjid Dhirar) selama-lamanya. Sesungguhnya masjid yang didirikan atas dasar taqwa (Masjid Quba), sejak hari pertama adalah lebih patut kamu shalat di dalamnya. Di dalamnya masjid itu ada orang-orang yang ingin membersihkan diri. Dan sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bersih.” (Q.S. At-Taubah Ayat 108)

2) Fungsi Masjid

Masjid yang secara harfiah bermakna tempat sujud atau tempat menyembah Allah SWT. peran dan fungsinya tidak hanya terbatas pada rutinitas ibadah *mahdhah* umat muslim saja, tetapi peran & fungsinya meluas menjadi pusat pengembangan peradaban Islam yang demikian berkah²⁶. Menurut Moh. E. Ayub fungsi-fungsi tersebut antara lain²⁷:

- 1) Masjid merupakan tempat kaum muslim beribadat dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- 2) Masjid adalah tempat kamu muslim beri'tikaf, membersihkan diri, menggembleng batin untuk membina kesadaran dan mendapatkan pengalaman bathin/ keagamaan sehingga selalu terpelihara keseimbangan jiwa dan raga serta keutuhan pribadi.

²⁶ Drs. Sofyan Syafri Harahap, MSAc. *Manajemen Masjid; Suatu Pendekatan Teoritis dan Organisastoris*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1993, h. 5

²⁷ Drs. Moh. E. Ayub, et. al. *Manajemen Masjid....*, h. 7-8

- 3) Masjid adalah tempat bermusyawarah kaum muslim guna memecahkan persoalan-persoalan yang timbul dalam masyarakat.
- 4) Masjid adalah tempat kaum muslim berkonsultasi, mengajukan kesulitan-kesulitan, meminta bantuan dan pertolongan.
- 5) Masjid adalah tempat membina keutuhan ikatan jamaah dan kegotong-royongan di dalam mewujudkan kesejahteraan bersama.
- 6) Masjid dengan majelis taklimnya merupakan wahana untuk meningkatkan kecerdasan dan ilmu pengetahuan muslimin.
- 7) Masjid adalah tempat pembinaan dan pengembangan kader-kader pimpinan umat.
- 8) Masjid tempat mengumpulkan dana (sosial), menyimpan, dan membagikannya.
- 9) Masjid tempat melaksanakan pengaturan dan supervisi sosial.

Di dalam fungsi-fungsi yang diruaikan di atas tersebut, terlihat bahwa fungsi masjid memiliki cakupan yang sangat luas, tidak hanya terbatas fungsi tugas utamanya sebagai tempat sujud. Dalam khutbahnya Abu Bakar r.a sempat memberikan analisa bagaimana masjid difungsikan sebagai pusat integrasi umat.

“Sesungguhnya kamu sekarang sedang di atas pangkuan Khalifah kenabian, tetapi kamu berada pada persimpangan jalan. Nanti sesudahku, kamu akan melihat suatu pemerintahan yang kejam, raja yang keras kepala, ummat yang terpecah belah, darah yang tanpa

perlindungan hukum, mudah tertumpah. Jika seandainya datang cengkeraman dari pihak bathil dan timbul perlawanan yang tidak meninggalkan bekas dan hancur lantaran kebajikan maka di kala itu masjidlah tempat kamu menetap dan dari Al-Qura'anlah kamu mencari petunjuk²⁸."

Oleh sebab itu, masjid memiliki tugas *dakwah bil hal* yang artinya masjid memiliki dimensi kegiatan dakwah yang diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan hidup umat, baik rohani maupun rohani. Dimensi ini bisa dititikberatkan kepada upaya²⁹ :

- 1) Meningkatkan kualitas pemahaman dan amal keagamaan pribadi muslim sebagai bibit generasi bangsa yang memacu kemajuan teknologi.
- 2) Meningkatkan kesadaran dan tata hidup beragama dengan memantapkan dan mengukuhkan ukhuwah Islamiyah.
- 3) Meningkatkan kesadaran hidup berbangsa dan bernegara di kalangan umat Islam sebagai perwujudan dari pengamalan ajaran Islam.
- 4) Meningkatkan kecerdasan dan kehidupan sosial ekonomi umat melalui pendidikan dan usaha ekonomi.
- 5) Meningkatkan taraf hidup umat, terutama kaum dhuafa dan masakin.

²⁸ Drs. Sofyan Syafri Harahap, MSAc. *Manajemen Masjid....*, h. 7

²⁹ Drs. Moh. E. Ayub, et. al. *Manajemen Masjid....*, h. 7-8

- 6) Memberikan pertolongan dan pelayanan kepada masyarakat yang memerlukan melalui berbagai kegiatan sosial, seperti pelayanan kesehatan, panti asuhan, yatim piatu, dan orang-orang jompo.
- 7) Menumbuhkembangkan semangat gotong-royong, kebersamaan, dan kesetiakawanan sosial melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat kemanusiaan.

Merujuk pada fungsi-fungsi tersebut, dimensi peran masjid dalam mewujudkan masyarakat yang madani sangatlah luas, sehingga semangat untuk menjadikan masjid sebagai pusat pengembangan peradaban Islam sangatlah penting. Masjid harus menjadi pusat segala aktivitas ibadah, sosial, kesehatan dan ekonomi masyarakat.

3) Takmir Masjid

Takmir masjid adalah sekumpulan orang yang mempunyai kewajiban memakmurkan masjid. Takmir masjid sebenarnya telah bermakna kepengurusan masjid, namun tidak salah bila kita menyebut “Pengurus Takmir Masjid”³⁰. Firman Allah :

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَن ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ
 وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَن يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٦﴾

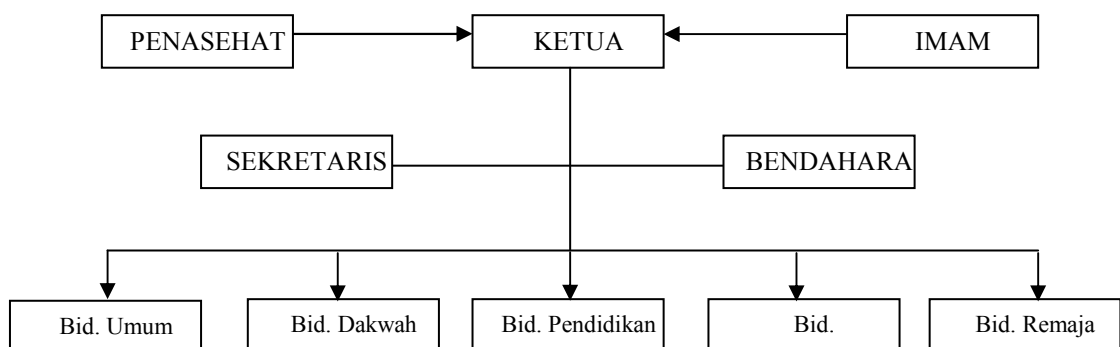
³⁰ Artikel Berjudul “PERAN DAN FUNGSI TAKMIR MASJID”
<http://bantul.kemenag.go.id/kemenag/artikel-2/121-peran-dan-fungsi-takmir-masjid.html>
 diakses pada hari kamis, 15 April 2015 pukul 12.30 WIB.

Artinya : Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari Kemudian, serta tetap mendirikan shalat, emnunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, Maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. At-Taubah : 18)

Organisasi takmir masjid dalam berupaya memakmurkan masjid dapat dilakukan dengan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama oleh beberapa orang. Struktur organisasinya paling tidak terdiri dari Ketua, Sekretaris, Bendahara serta Bagian-bagian yang diperlukan. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi : Idaroh atau kegiatan administrasi, Imaroh atau kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada pembinaan jamaah, serta Ri'ayah, yaitu kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan fisik (sarana dan prasarana)³¹. Berikut ini contoh struktur takmir masjid³²:

Gambar 2.1

Contoh Struktur Kepengurusan Takmir Masjid



Sumber : DMI 1988

³¹ Ibid.

³² Dewan Masjid Indonesia. *Mimbar Masjid ; Pedoman Untuk Para Khatib dan Pengurus Masjid*, Jakarta : Haji Masagung. 1988 hlm. 351

Menurut Ahmad Sutarmadi, peran dan tugas takmir tidak hanya terbatas urusan ibadah masyarakat, tetapi menyangkut kesejahteraan duniawi umat. Secara spesifik, dijelaskan bahwa selama ini masjid belum banyak mengetahui perbankan dan keuangan syariah, padahal entitas ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu ada sinergi dan upaya-upaya agar masjid melalui takmirnya mengetahui, mendukung, dan mempunyai program mensejahterakan jama'ah melewati entitas perbankan dan keuangan syariah³³.

B. Bank Syariah

1) Sejarah Bank Syariah

Seiring berkembangnya zaman pasca Perang Dunia II, banyak Negara-negara muslim yang ingin menerapkan sistem ekonomi syariah dalam mengembangkan perekonomian mereka. Tujuan utama dari penerapan sistem ini adalah menerapkan tuntunan *Al-Qur'an* dan *As-Sunnah* ke dalam segala aspek kehidupan umat muslim, baik dalam konteks ibadah *mahdhah* maupun *ghairu mahdhah*.

Upaya awal penerapan sistem tersebut dilakukan pada sektor keuangan dengan mewacanakan konsep perbankan bebas bunga (*free interest*). Wacana untuk menerapkan sistem perbankan bebas bunga dilakukan dengan menerapkan konsep (*profit and loss sharing*) dalam sistem perbankan.

³³ Prof. Dr. Ahmad Sutarmadi. *Manajemen Masjid Kontemporer*....., h. 139

Karena sebagian besar jumbuh ulama' menganggap bahwa bunga dipersamakan dengan riba, sedangkan riba hukumnya jelas haram.

Berbagai pemikiran mulai muncul untuk menyikapi hal tersebut. Diantaranya ialah inisiatif untuk membentuk sebuah bank dengan sistem perbankan yang bebas bunga atau riba (*free interest*). Pemikiran ini mulai muncul pada paruh pertama Abad 20an, diantaranya Anwar Qureshi (1946), Naiem Siddiqi (1946), dan Mahmud Ahmad (1952), Mawdudi pada 1950 (1961), dan tulisan-tulisan Muhammad Hamidullah pada tahun 1994, 1955, 1957, dan 1962. buah pemikiran mereka tentang Bank Islam yang berdasarkan prinsip bagi hasil dan menanggung kerugian bersama (*Profit and Loss Sharing Principle*) atau bebas dari bunga (*free interest*).

Upaya awal perintisan implementasi wacana ini dilakukan oleh Pakistan dan Malaysia pada sekitar tahun 1940-an, yaitu pada upaya mengelola dana jamaah haji secara non-konvensional. Adapun rintisan intitusional awal berikut adalah Islamic Rural Bank di desa Mit Ghamr Bank pada tahun 1963 di Kairo, Mesir.

Pendirian institusi keuangan dengan prinsip *free interest* di desa Mit-Ghamr pada tahun 1963 tidak berlangsung lama, setelah sebelumnya tumbuh dengan mengesankan, namun akhirnya ditutup karena berbagai alasan. Selanjutnya percobaan tersebut melahirkan Nasser Sosial Bank pada tahun 1972 yang lebih bertujuan sosial daripada komersial. Kemudian Bank Swasta bebas bunga didirikan oleh sekelompok pengusaha muslim dengan nama Dubai Islamic Bank pada tahun 1975. Dan pada tahun 1977 berdiri bank

sebas bunga dengan nama Faisal Islamic bank di Mesir dan Sudan. Pada tingkat internasional pada 20 Oktober 1975 telah berdiri Islamic Development Bank (IDB) yang didirikan oleh 22 negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) ³⁴.

Meski pada awal berdiri IDB banyak mengalami banyak hambatan karena masalah politik, IDB tetap bisa *survive* dan bisa memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan pembiayaan infrastruktur pembangunan Negara-negara muslim dengan skema *murabahah* dan *ijarah*. Berkembangnya IDB sebagai institusi perbankan yang menerapkan sistem tanpa bunga memberikan dampak kepada negara-negara anggota untuk menciptakan sistem perbankan dan keuangan yang bebas bunga. Untuk itu komite ahli IDB berkerja untuk membentuk panduan tentang pendirian, peraturan, dan pengawasan bank syariah. Pada periode 1970an dan awal 1980an, bank-bank syariah bermunculan di Negara Mesir, Sudan, Pakistan, Iran, Malaysia, Bangladesh dan Turki. Perkembangan ini selanjutnya menarik minat ulama' muslim Indonesia yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mendirikan bank syariah pertama yakni PT. Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 secara resmi ³⁵.

Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia memberikan nuansa baru dalam sistem perbankan di Indonesia dan memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap pengembangan sistem keuangan syariah di Indonesia yang tidak hanya terbatas institusi bank syariah, tetapi juga pasar modal

³⁴ Syafi'i Antonio. *Bank Syariah; dari Teori ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press, 2001. Cet I. h. 18

³⁵ *Ibid.* h. 21

syariah, pegadaian syariah, asuransi syariah, dan lembaga keuangan mikro syariah (BMT/ KJKS). Bahkan perkembangan ini juga mendorong perkembangan industri sektor riil berbasis syariah seperti hotel dan restoran syariah, pariwisata syariah (*halal tourism*) dan industri halal lainnya.

2) Karakteristik dan Peranan Bank Syariah

Secara teknis, operasional bank syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan tidak berbeda dengan bank konvensional. Namun secara prinsip, bank syariah mencoba hadir untuk menerapkan prinsip etika dan nilai-nilai universal Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin*.

Karakteristik perbankan syariah memberikan alternatif baru dalam perekonomian masyarakat baik di sektor makro maupun mikro, secara konsep perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan perbankan, terdapat aspek keadilan dalam bertransaksi antar pihak, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

Hal ini terbukti dengan pengalaman krisis tahun 1997 dan 2008, menunjukkan bahwa efek krisis tidak memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap industri keuangan syariah. Bahkan melihat hal tersebut, saat ini IMF dan Bank Dunia sedang mengarahkan pandangan seriusnya kepada sistem ekonomi dan keuangan syariah. hal ini dikarenakan industri

keuangan berbasis syariah dinilai memiliki daya tahan (*resilient*) dan terhindar dari *decoupling* dan *bubble economy*³⁶.

Krisis tahun 1997 dan 2008 adalah merupakan efek dari penerapan skim bunga dalam sistem perbankan konvensional selama ini. Penerapan skim bunga dalam sistem keuangan menimbulkan efek negatif dahsyat karena akan menimbulkan kesenjangan antara sektor riil dengan sektor moneter (*decoupling*) yang pada akhirnya berimbas pada *bubble economy*. Kesenjangan tersebut timbul karena dalam mekanisme transaksi keuangan bank konvensional, pihak pemilik dana mengenakan tingkat pengembalian tetap sehingga sektor moneter akan selalu “memaksa” untuk tumbuh, sedangkan sunnatullah perkembangan sektor riil sangat tidak pasti, kadang tumbuh positif kadang tumbuh negatif. Sehingga dalam jangka waktu tertentu ada kesenjangan yang berakibat pada timbulnya inflasi dan *decoupling* akibat kesenjangan pertumbuhan sektor keuangan dan sektor riil. Hal ini sangat berbeda dengan sistem yang dikembangkan dalam perbankan syariah dengan mekanisme akad yang dikembangkan berbasis riil.

Dalam sistem perbankan konvensional, bank selain berperan sebagai jembatan pemilik dana dan dunia usaha, ternyata masih menjadi penyekat antara keduanya karena tidak ada *transferability risk and return*. Tidak demikian halnya dengan sistem perbankan syariah, secara konsep bank syariah menjadi manajer investasi, wakil dan pemegang amanat dari pemilik atas investasi di sektor riil. Dengan demikian, seluruh keberhasilan dan risiko

³⁶ Masyarakat Ekonomi Syariah. *Syariah Economic outlook*. Jakarta, 2013, h. 3

dunia usaha atau pertumbuhan ekonomi bisa didistribusikan secara langsung kepada pemilik dana sehingga menciptakan suasana harmoni. Skema produk perbankan syariah secara alami merujuk kepada dua kategori kegiatan ekonomi yakni produksi dan distribusi³⁷.

Kategori pertama, difasilitasi melalui skema *profit sharing* yakni dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*, sedangkan manfaat distribusi manfaat hasil-hasil produk dilakukan melalui skema jual beli (*murabahah*) dan sewa-menyewa (*ijarah*). Berdasarkan sifat tersebut, kegiatan lembaga keuangan dan bank syariah dapat dikategorikan sebagai *investment banking* dan *merchant/ commercial banking*. Artinya bank syariah dapat melakukan Aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan aktivitas sektor riil amupun sektor moneter. Sektor riil dapat dilakukan dengan aktivitas pendanaan bagi hasil maupun dengan margin keuntungan bebrbasil jual beli, sedangkan di sektor moneter bank syariah bisa melakukan aktivitas menghimpun dana masyarakat melalui sistem bagi hasil³⁸.

3) Kodifikasi Produk Bank Syariah

Secara umum, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak³⁹. Adapun secara khusus,

³⁷ Amir Mahmud *et. al.* *Bank Syariah; Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia..* Jakarta : Erlangga, 2010. h. 7

³⁸ *Ibid.* h. 7

³⁹ Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan Bab I

sebagaimana yang tercantum dalam Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Prinsip syariah menurut UU No. 21 tahun 2008 tersebut adalah prinsip hukum dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah⁴⁰. Hal inilah yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional secara legal formal. Oleh sebab itu produk-produk yang dikembangkan di bank syariah harus memenuhi prinsip bertransaksi dalam syariah yang bersumber dari *fiqih muamalah*.

Secara umum produk-produk perbankan syariah dibedakan tiga jenis berdasarkan kategori jasa layanan yang diberikan kepada masyarakat yakni produk penyaluran dana, penghimpunan dan jasa⁴¹.

1) Produk Penyaluran Dana

Secara garis besar produk pembiayaan/ penyaluran dana dibagi menjadi tiga kategori dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- a) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk membeli barang dilakukan dengan prinsip dan akad jual beli (*murabahah/ salam/ istishna'*).

⁴⁰ Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Bab 1

⁴¹ Direktorat erbankan Syariah Bank Indonesia. *Perbankan Syariah*. Jakrta : 2007. h. 25-56

- b) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip dan akad sewa (*ijarah*).
- c) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk usaha dilakukan dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah/musyarakah*).

2) Produk Penghimpunan Dana

Secara garis besar produk pembiayaan/ penyaluran dana dibagi menjadi tiga kategori dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- a) Produk penghimpunan dana dengan skim bagi hasil dan dilakukan menggunakan akad *mudharabah*.
- b) Produk penghimpunan dana dengan akad titipan (*wadhiah*).

3) Jasa Pelengkap.

- a) Jasa Transfer Uang, LC dan Inkaso.

Dalam memberikan jasa ini kepada nasabah, bank syariah menggunakan akad *wakalah bil ujah*. Dimana, bank syariah menerima kuasa dari nasabah untuk mewakili nasabah melakukan transfer uang, L/C, serta inkaso. Atas jasa yang diberikan bank berhak menerima imbalan jasa yang diberikan sesuai kesepakatan.

- b) Jasa Bank Garansi

Bank garansi adalah produk yang ditujukan untuk mendapat jaminan pembayaran dari bank sebagai pihak ketiga dalam mekanisme kontrak pihak pertama dan pihak kedua.

Dalam melakukan jasa ini bank syariah menggunakan akad *kafalah bil ujah*, dimana bank syariah memberikan jasa penjaminan dan bank berhak menerima imbalan atas jasa jaminan yang diberikan.

c) Jasa Gadai.

Jasa layanan gadai di perbankan syariah ditujukan agar masyarakat yang mempunyai kebutuhan mendesak dan membutuhkan pembiayaan. Masyarakat dapat menggadaikan barang yang dimiliki ke bank syariah. Atas jasa yang diberikan bank syariah boleh menerapkan biaya perawatan barang yang digadaikan, bukan berdasarkan pembiayaan yang dilakukan.

d) Jasa Penukaran Uang.

Dalam perekonomian modern dunia, masing-masing Negara mempunyai sistem *fiat money*, dimana setiap Negara hanya mengakui jenis uangnya masing-masing. Agar dalam transaksi ekonomi dunia yang semakin modern dan sifatnya transnasional, bank syariah bisa melakukan jasa penukaran mata uang luar negeri dengan akad *sharf*. Dalam penukaran mata uang ini bank diperbolehkan mengambil selisih nilai

valuta asing sebagai keuntungan, namun tidak diperbolehkan menggunakan motif spekulatif.

e) Jasa Simpanan Barang Berharga (*safe deposit box*).

Jasa *safe deposit box* merupakan jasa penyimpanan barang berharga (emas atau dokumen berharga) yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah. Atas jasa yang diberikan bank syariah boleh menerima uang atas jasa yang diberikan. Akad yang digunakan ialah *ijarah*.

C. Persepsi

1) Teori Dasar Persepsi

Menurut Schiffman dan Kanuk sebagaimana dikutip oleh Tati Suryani, persepsi adalah sebagai proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang bisa dicium, segala sesuatu yang bisa dilihat, segala sesuatu yang bisa didengar, dan segala sesuatu yang bisa diraba. Stimuli ini akan mengenai organ yang disebut dengan *sensory receptor* (organ yang menerima input stimuli atau indera) dan selanjutnya akan mengakibatkan adanya respon dari individu yang menerima stimuli tersebut. Adapun respon langsung dari organ *sensory receptor* disebut dengan

sensasi, dimana sensasi setiap individu tidak sama dengan individu yang lainnya⁴².

Menurut Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (*integration*) yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Informasi pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus. Persepsi dapat juga dikatakan sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan⁴³.

Oleh sebab itu, persepsi merupakan proses psikologis yang sangat kompleks yang melibatkan aspek fisiologis manusia. Dalam prosesnya, psikologis memiliki peranan yang sangat penting dimulai dari adanya aktivitas memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan sehingga individu dapat memberikan makna atas suatu objek. Dalam perpesktif marketing, persepsi awal atas suatu produk sangat penting, usaha apapun yang dilakukan oleh *sales marketing* tidak akan ada punya arti kalau konsumen tidak mempersepsikan secara tepat seperti yang dikehendaki oleh

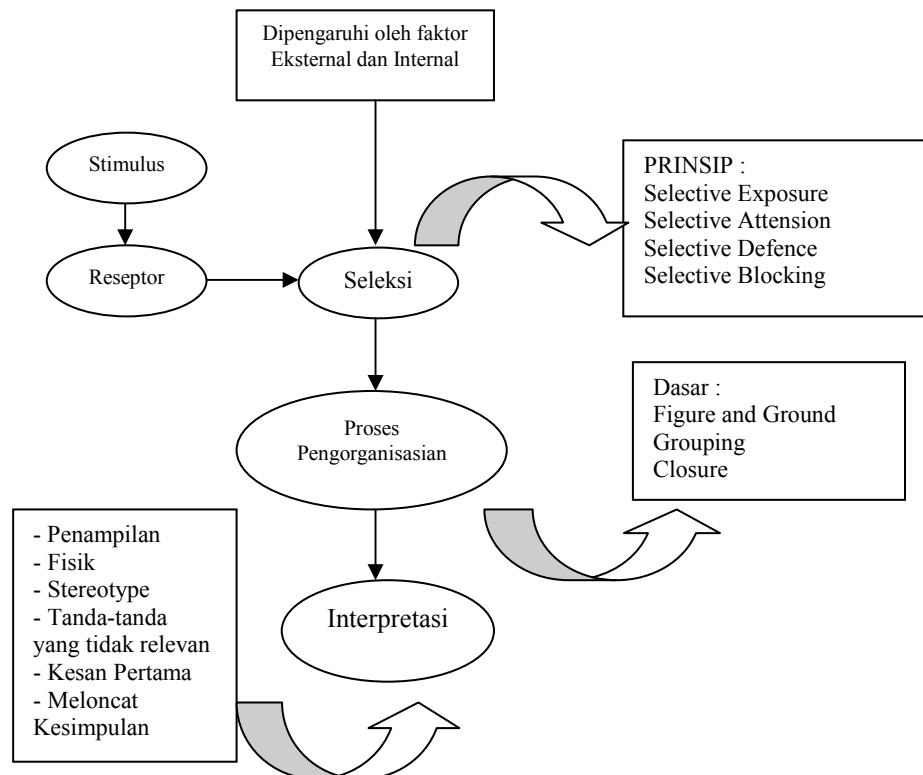
⁴² Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen; Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, Jogjakarta : Graha Ilmu, 2012, Cet. 2 h. 97-98

⁴³ Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*, Jakarta : Salemba Empat, 2005 hlm. 208

sales marketing tersebut. Berikut ini gambar proses persepsi dari diri manusia menurut Tatik Suryani ⁴⁴:

Gambar 2.2

Proses Persepsi



Sumber : Tatik Suryani (2012).

Pada gambar di atas terdapat tiga proses penting dalam proses persepsi yaitu seleksi stimuli, mengorganisasi dan menginterpretasikan stimuli tersebut menjadi sebuah makna.

a) Seleksi

Proses seleksi diawali dengan adanya stimuli yang diterima oleh panca indera yang disebut sensasi. Stimuli ini berasal dari dua

⁴⁴ Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen.....*, h. 102-111

sumber yakni stimuli yang bersumber eksternal seperti aroma, iklan, warna dan lain-lain serta stimuli bersumber dari internal diri manusia seperti harapan, kebutuhan dan pengalaman.

b) Pengorganisasian.

Dalam perspektif marketing, setelah seorang individu menerima iklan sebagai sebuah stimuli, individu tersebut akan melakukan proses pengorganisasian. Dalam proses ini konsumen akan mengelompokkan, menghubungkan-hubungkan stimuli yang dilihatnya agar dapat diinterpretasikan, sehingga mempunyai makna. Dalam proses ini, ada point-point penting yang akan dilakukan oleh seorang individu.

Pertama, gambar dan latar belakang (*figure and ground*). Agar stimuli dapat mudah diterima untuk diberi makna, konsumen akan menghubungkan dan mengkaitkan antara gambar dengan dasar, mengkaitkan antara apa dengan konteksnya sehingga punya makna. Prinsip ini menyatakan bahwa objek yang ditanggapi muncul terpisah dari latar belakang umum objek tersebut.

Kedua, pengelompokan (*grouping*). Dalam beberapa kasus, kecenderungan seorang konsumen/ individu ketika menerima stimuli akan melakukan pengelompokan objek stimuli yang mempunyai kemiripan. Dalam pengelompokan ini terdapat tiga prinsip yang umumnya diterapkan oleh konsumen. (a) Prinsip keterdekatan. Objek-objek yang memiliki keterdekatan cenderung akan dikelompokkan

menjadi satu. Contoh : di swalayan modern, barang-barang yang memiliki kategori sejenis akan dikelompokkan menjadi satu, karena akan lebih mudah mendapat tanggapan dari konsumen, semisal kelompok produk untuk peralatan mandi. (b) Kesamaan. Selain menggolongkan produk pada kategori kebutuhan yang sama, swalayan akan menempatkan produk yang memiliki kesamaan menjadi satu baris, contoh sabun dengan sabun, meskipun merknya berbeda. (c) Kesenambungan. Kecenderungan konsumen akan melihat hal-hal yang masih terputus atau masih-masih sepotong menjadi satu kesatuan dengan yang lain.

Ketiga, Kecenderungan untuk menyimpulkan/ menyelesaikan (*closure*). Menurut psikologi Gestalt, konsumen akan menanggapi stimuli iklan secara keseluruhan meskipun ada satu point yang kurang sehingga menyebabkan ketidakutuhan stimuli yang menyebabkan rasa penasaran atas stimuli yang diterima, sehingga konsumen akan menyimpulkan stimuli tersebut secara utuh agar stimuli yang mereka peroleh menjadi utuh dan bisa dipahami.

c) Interpretasi.

Setelah seorang konsumen/ individu mengorganisir stimuli yang ada dan mengkaitkannya dengan informasi/ pengalaman yang dimiliki, maka agar stimuli mempunyai makna, konsumen menginterpretasikan dan member stimuli tersebut. Pada tahap ini, baik secara-sedara sadar atau tidak sadar akan mengait-mengaitkan dengan

semua informasi/ pengalaman yang telah dimiliki agar mampu member makna yang tepat. Dalam proses terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi interpretasi individu :

1) Penampilan Fisik.

Seorang manusia, akan lebih mudah mempersepsikan sesuatu dari penampilan fisik, dan sering kali salah mempersepsikan sesuatu karena hal ini. Contoh : sebuah mobil baru yang habis kecelakaan dan kemudian diservice sehingga sesuai kondisi awal dan dipajang di sebuah *showroom* mobil baru, seringkali mobil tersebut akan dipersepsikan sebagai mobil baru.

2) Stereotip

Istilah umum dari stereotip adalah prasangka. Istilah ini mengacu pada kecenderungan seseorang ke dalam kategori tunggal atau pada satu kelas. Misal, jika sebbauh menggunakan seorang tokoh agama, maka dipersepsikan bahwa apa yang disampaikan benar.

3) Isyarat

Konsumen cenderung menggunakan isyarat yang mereka terima dari sebuah stimuli. Contoh, mobil yang bempunya lecet, maka seorang individu lalu mempersepsikan bahwa mobil gersebut tidak bagus, habis kecelakaan, dan tidak dirawat dengan baik oleh pemilliknya.

4) Kesan Pertama

Hampir setiap kesan pertama yang ditangkap oleh konsumen akan sangat begitu melekat pada hati konsumen.

5) Meloncat Kesimpulan

Hampir setiap individu memiliki rasa penasaran atas setiap stimuli yang mereka tangkap, sehingga rasa penasaran ini menimbulkan ketidaksabaran yang menyebabkan untuk terburu-buru meloncat melakukan kesimpulan.

2) Persepsi Dalam Perspektif Marketing

Menurut Philip Kotler, persepsi masuk ke dalam kategori faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen ⁴⁵. Dalam proses ini, informasi yang diperoleh dan diproses konsumen akan membentuk preferensi (pilihan) seseorang terhadap suatu obyek. Preferensi akan membentuk sikap konsumen terhadap suatu obyek, yang pada gilirannya akan sikap ini seringkali secara langsung akan mempengaruhi apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak. Oleh karena itu, persepsi konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan proses pemasaran. Citra yang muncul karena proses persepsi memiliki arti yang sangat penting, bagaimana konsumen memandang sebuah kualitas jasa akan sangat ditentukan oleh persepsi konsumen. Sehingga keberhasilan

⁴⁵ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat : Jilid 1 Cet 8, 1994, h. 216-219

menempatkan posisi produk atau brand perusahaan akan sangat tergantung bagaimana konsumen mempersepsikan hal tersebut.

Implementasi penting dari persepsi dalam pemasaran adalah bahwa *marketer* perlu memperhatikan rangsangan yang paling diperhatikan, produk yang bermakna, serta mengirim pesan positif yang berulang-ulang bagi konsumen. Karena persepsi positif terhadap produk tergantung cara pelanggan menghubungkan berbagai atribut yang relevan dengan dirinya sendiri dalam mengambil tindakan dan perilaku dalam memilih produk. Oleh sebab itu, persepsi nilai dari seorang konsumen bagi sebuah merk atau produk sangatlah penting harganya. Mengingat produk/ merk yang dipersepsikan oleh konsumen mempunyai nilai dan kualitas adalah produk yang memiliki kesesuaian dengan yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen, dan secara konsisten dapat memenuhi kepuasan mereka tanpa “cacat” sedikitpun ⁴⁶.

D. Preferensi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, preferensi adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain ; Prioritas, pilihan, kecenderungan, dan kesukaan. Dalam penjelasan lain, preferensi adalah seperangkat objek yang dinilai sesuai atau mendekati kesesuaian dengan persyaratan yang dikehendaki oleh konsumen.

⁴⁶ Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Ghalia Indonesia : Cet 1, 2010, h. 67

Hal ini juga diutarakan oleh menurut Simon dan Shister, bahwa preferensi adalah sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama atau penilaian atas suatu hal dan memberi keuntungan yang lebih baik ⁴⁷. Pada Lebih lanjut preferensi mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari pemeringkat alternatif tersebut. Berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan, dan kegunaan yang ada. Sehingga dalam sudut pandangan perilaku konsumen, preferensi memberikan pengaruh terhadap perilaku pembelian terhadap barang yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Sebagaimana dijelaskan pada sub bab sebelumnya bahwa secara sederhana, proses perilaku konsumen didahului dengan adanya informasi yang diperoleh dan diproses konsumen yang akan membentuk preferensi (pilihan) seseorang terhadap suatu obyek. Preferensi akan membentuk sikap konsumen terhadap suatu obyek, yang pada gilirannya akan sikap ini seringkali secara langsung akan mempengaruhi apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak.

E. Sikap

Sebagaimana yang dikutip oleh Danang Sunyoto, sikap pertama kali dikemukakan oleh Herbert Spencer (1882). Sikap merupakan interaksi manusia dengan objek tertentu. Sikap bukanlah tindakan yang mempunyai hubungan yang saling terkait antara objek yang dengan objek yang lain,

⁴⁷ Putu Sihendra et. al. *Analisa Tingkat Preferensi Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kabupaten Badung Terhadap Perumahan Menyongosong Pupem Baru*. Jurnal Teknik Sipil. 2007. Volume 11. Nomor 2 : 124

namun sikap merupakan sesuatu yang mengarah pada tujuan dalam membentuk tindakan, ucapan, perbuatan emosi seseorang. Dalam hal ini sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan satu sama lain, komponen tersebut antara lain ⁴⁸ :

- a) Komponen kognitif, yaitu berupa pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran, yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek.
- b) Komponen affektif, yaitu menunjukkan pada dimensi emosional dari sikap yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek di sini dirasakan sebagai yang menyenangkan atau tidak menyenangkan.
- c) Komponen perilaku, komponen ini melibatkan predisposisi bertindak suatu objek.

Penjelasannya bahwa, komponen perilaku dipengaruhi oleh komponen kognitif dan affektif. Bila individu memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek, ia akan siap membantu, memperhatikan dan berbuat sesuatu yang menguntungkan objek itu. Begitu pula sebaliknya. Dalam pemasaran, seseorang telah melakukan suatu sikap positif dan negatif terhadap suatu produk-produk tertentu, sikap dilakukan berdasarkan pandangan seseorang terhadap produk dan proses belajar, baik dari pengalaman atau dari yang lain.

⁴⁸ Danang Sunyoto. *Teori, Kuesioner dan Analisa Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu. Cet 1, 2013, h. 80-81

F. Perilaku

Perilaku dalam perspektif penelitian ini adalah perilaku konsumen (*consumer behavior*) dalam memilih produk. Menurut Danang Sunyoto, perilaku konsumen diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa yang termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Dalam proses ini terdapat dua elemen penting yakni proses pengambilan keputusan, dan kegiatan fisik, yang semua melibatkan individu menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang atau jasa secara ekonomis ⁴⁹.

Sedangkan menurut Angel, Blakwell, dan Miniard sebagaimana yang dikutip oleh Tatik Suryani mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

“Consumer Behaviour as those activities directly involved in obtaining, consuming, and disposing of product and service, including the decision processes that precede and follow these action ⁵⁰.”

Lebih lanjut menurut Hawkins, Best dan Coney (2007) sebagaimana yang dikutip oleh Tatik Suryani memberikan pengertian yang lebih luas terhadap perilaku konsumen bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dan proses yang

⁴⁹ *Ibid*, h. 66

⁵⁰ Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen....*, h. 6

dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Dengan demikian studi perilaku konsumen itu mencakup bidang yang lebih luas, karena termasuk di dalamnya juga mempelajari dampak dari proses aktivitas yang dilakukan konsumen ke konsumen lain maupun masyarakat ⁵¹. Sedangkan menurut Loudon dan Bitta, perilaku konsumen diartikan sebagai proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa ⁵².

Oleh sebab itu, merujuk pada beberapa pengertian tersebut, maka perilaku konsumen bukanlah suatu aktivitas yang mudah untuk dipahami karena banyak variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi. Oleh karena itu, perilaku konsumen adalah sebuah aktivitas yang kompleks dan dimensional untuk dipahami. Menurut Philip Kotler, terdapat empat faktor (variabel) yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain ⁵³ :

- 1) Faktor Budaya

Menurut Kotler faktor budaya memiliki pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor

⁵¹ *Ibid*

⁵² David L. Loudon *et. al.* *Consumer Behaviour*. Mc. Grawhill. Singapore. Cet 4, 1993, h. 8

⁵³ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran.....*, h. 202-222

ini terdiri dari unsur kultur (kebudayaan), sub kultur, dan Kelas Sosial.

Pertama, kultur (kebudayaan) adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang. Seorang anak memperoleh seangkaian tata nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui keluarga dan lembaga-lembaga kunci lainnya di masyarakat. *Kedua* sub kultur, menurut Kotler, kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Sub kultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Sub kultur banyak membentuk segmen pasar yang penting, dan para pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang khusus dibuat untuk kebutuhan mereka (konsumen). Dan *ketiga* kelas sosial. Di dalam lingkungan masyarakat, terdapat struktur yang menimbulkan stratifikasi sosial. Stratifikasi kadang-kadang berupa suatu sistem kasta dimana anggota dari kasta yang berbeda memiliki peranan-peranan tertentu. Stratifikasi sosial sering disebut sebagai kelas sosial. Kelas-kelas sosial ini memberikan preferensi produk dan merk dalam bidang-bidang tertentu seperti pakaian, perabitan rumah dan lain-lain. Kelas-kelas sosial memiliki beberapa karakteristik.

- a) Orang-orang dalam kelas sosial lebih cenderung untuk berperilaku yang lebih mirip daripada orang-orang dari dua kelas sosial lainnya.
- b) Orang-orang dipandang mempunyai posisi yang lebih tinggi atau rendah menurut kelas sosial mereka.
- c) Kelas sosial seseorang ditandai oleh beberapa variabel dan tidak ditandai oleh satu variabel tertentu. Seperti pekerjaan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi nilai lain.
- d) Individu-individu dapat bergerak dari satu kelas ke kelas lainnya (naik-turun) selama hidup mereka sampai dimana mobilitas ini tergantung pada fleksibilitas dan kekakuan sistem stratifikasi sosial yang ada di masyarakat.

2) Faktor Sosial

Menurut Kotler, faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen.

3) Faktor Pribadi

Kotler mengungkapkan bahwa perilaku konsumen selain dipengaruhi oleh budaya dan faktor sosial, dipengaruhi juga oleh faktor karakteristik pribadi yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep pribadi pembeli.

4) Faktor Psikologi

Menurut Kotler, empat faktor psikologis memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor tersebut motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan pendirian.

Pertama, manusia memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Motivasi manusia dalam memenuhi kebutuhan tersebut bisa bermacam-macam.

Kedua persepsi, perilaku dan tindakan konsumen menurut kotler dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap produk tertentu. Persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan input informasi untuk menyiptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Dan poin sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya.

Ketiga pengetahuan. Pada intinya setiap manusia mereka akan belajar mencari pengetahuan untuk bertindak. Ahli pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan suatu proses yang saling mempengaruhi dari dorongan, stimuli, petunjuk, tanggapan dan penguatan. Teori pengetahuan mengajarkan bahwa seorang pemasar harus bisa menciptakan permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dorongan yang kuat, motivasi dan pengetahuan konsumen.

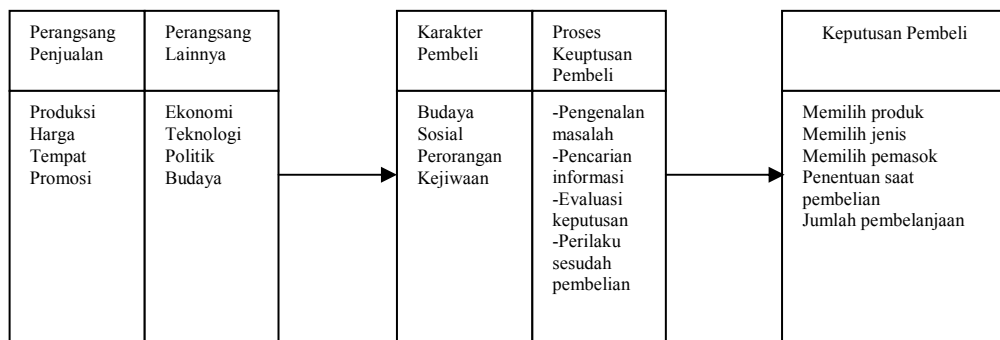
Keempat kepercayaan dan sikap pendirian. Melalui bertindak dan belajar, manusia akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dan hal ini mempengaruhi perilaku mereka dalam

memenuhi kebutuhan. Suatu kepercayaan diartikan sebagai pikiran diskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan pendirian menjelaskan evaluasi kognitif yang menguntungkan, rasa emosional dan kecenderungan tindakan yang mapan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide. Kebanyakan orang memiliki pendirian terhadap semua hal : agama, politik, budaya, pakaian, musik, makanan dan sebagainya.

Berikut ini model proses perilaku konsumen digambarkan oleh Kotler sebagai berikut :

Gambar 2.3

Model Perilaku Konsumen



Sumber : Philip Kotler (1994)

BAB III

**PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR MASJID DI
KECAMATAN NGALIYAN TERHADAP BANK SYARIAH**

A. Sekilas Tentang Kecamatan Ngaliyan

1) Letak Geografis Kecamatan Ngaliyan

Ngaliyan adalah sebuah kecamatan yang terletak di sebelah barat Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, berbatasan dengan kecamatan Mijen, Semarang Barat dan Tugu. Sebelum menjadi sebuah Kecamatan sendiri, Ngaliyan merupakan Kelurahan di dalam wilayah Kecamatan Tugu. Namun, melihat potensi pengembangan dan luas wilayahnya, maka akhirnya Ngaliyan berubah menjadi sebuah Kecamatan⁵⁴. Secara geografis wilayah Kecamatan Ngaliyan terelast antara 110° 53' 11" – 110° 60' 11" bujur timur dan 06° 19' 00" – 06° 22' 16" lintang selatan dengan batas administratif sebagai berikut⁵⁵:

Utara : Kecamatan Tugu
Selatan : Kecamatan Mijen
Barat : Kabupaten Kendal
Timur : Kecamatan Semarang Barat

Berdasarkan monografi Kecamatan Ngaliyan tahun 2013 terdapat 10 kelurahan yang masuk dalam wilayah administratif Kecamatan Ngaliyan,

⁵⁴ http://id.wikipedia.org/wiki/Ngaliyan,_Semarang diakses pada hari kamis, 10 Mei 2015 pukul 14.40 WIB

⁵⁵ Monografi Kecamatan Ngaliyan 2013

antara lain: Podorejo, Wates, Bringin, Ngaliyan, Bambangkerep, Kalipancur, Purwoyoso, Tambakaji, Gondoriyo dan Wonosari.

Adapun luas wilayah Kecamatan Ngaliyan sebesar 4394,9 Ha dengan kepadatan penduduk sebesar 2.173 jiwa/ Km². Kelurahan terluas adalah Kelurahan Podorejo 1.104 Ha dan Kelurahan Ngaliyan 527 Ha, sedangkan kelurahan terkecil adalah kelurahan Kalipancur 125 Ha dan Kelurahan Purwoyoso 135 Ha⁵⁶. Berikut ini peta Kecamatan Ngaliyan :

Gambar 3.1

Peta Kecamatan Ngaliyan



Sumber : BAPPEDA Kota Semarang

⁵⁶ *Ibid*

2) Kependudukan Kecamatan Ngaliyan

Jumlah penduduk Kecamatan Ngaliyan pada tahun 2012 berjumlah 120.887 jiwa atau meningkat sebesar 10,8% dari tahun 2008 sebesar 109.098 jiwa dengan persentase perbandingan laki-laki dan perempuan sebesar 49,9% : 50,1%⁵⁷.

Tabel 3.1

Jumlah Penduduk Kecamatan Ngaliyan

No	Kelurahan	Penduduk		Jumlah (L+P)
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Podorejo	3.148	3.229	6.377
2.	Wates	2.120	2.048	4.204
3.	Bringin	7.025	6.926	13.951
4.	Ngaliyan	6.116	6.705	12.821
5.	Bambankerep	2.504	2.501	5.005
6.	Kalipancur	8.988	8.944	17.932
7.	Purwoyoso	7.673	7.839	15.512
8.	Tambakaji	10.383	10.532	21.279
9.	Gondoriyo	3.049	3.004	6.053
10.	Wonosari	9.017	8.771	17.778
	TOTAL	60.387	60.535	120.992

Sumber : BAPPEDA Kota Semarang & BPS Kota Semarang 2013

Jumlah penduduk 120.887 jiwa tersebut didominasi oleh kelompok masyarakat usia produktif (15-64 tahun) yang mencapai 62,8%, sedangkan kelompok usia tua (>65) hanya mencapai 1,23%. Berikut ini komposisi jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dapat dilihat dalam tabel berikut :

⁵⁷ Kecamatan Ngaliyan Dalam Angka 2013 BAPPEDA dan BPS Kota Semarang

Tabel 3.2

Demografi Kecamatan Ngaliyan

Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kelurahan	Penduduk		Jumlah (L+P)
		Laki-laki	Perempuan	
1.	04-5	5.482	5.044	10.527
2.	5-9	5.504	5.020	10.524
3.	10-14	5.079	4.894	9.974
4.	15-19	5.373	5.936	11.309
5.	20-24	5.454	5.936	11.390
6.	25-29	5.561	5.932	11.493
7.	30-34	5.454	5.555	11.009
8.	35-39	4.952	5.234	10.186
9.	40-44	4.922	5.045	9.968
10.	45-49	4.165	4.110	8.275
11.	50-54	3.430	3.038	6.486
12.	55-59	2.286	1.787	4.072
13.	60-64	1.015	1.000	2.015
14.	65-69	714	785	1.498
15.	70-74	497	599	1.096
16.	> 75	500	619	1.120
TOTAL		60.387	60.535	120.992

Sumber : BAPPEDA Kota Semarang & BPS Kota Semarang 2013

Dari aspek pendidikan, masyarakat Ngaliyan masih banyak warga yang masih belum sekolah berjumlah 7.222 jiwa, dan tidak tamat SD 10.075 jiwa. Adapun masyarakat Ngaliyan yang pernah mengenyam pendidikan perguruan tinggi baik tidak lebih dari 9.710 jiwa atau hanya 8% dari total penduduk. Berikut ini struktur demografi masyarakat Ngaliyan dilihat dari aspek pendidikan.

Tabel 3.3

Demografi Penduduk Kecamatan Ngaliyan

Berdasarkan Jenis Pendidikan

No	Kelurahan (1)	Tidak Sekolah (2)	Belum Tmt SD (3)	Tidak Tmt SD (4)	SD (5)
1.	Podorejo	416	556	538	2.220
2.	Wates	190	378	336	1.069
3.	Bringin	912	1.716	1.222	2.276
4.	Ngaliyan	649	1.149	1.062	2.116
5.	Banbankerep	309	473	368	1.399
6.	Kalipancur	859	1.585	1.495	3.204
7.	Purwoyoso	962	1.579	1.186	3.688
8.	Tambakaji	1.179	1.878	1.519	3.834
9.	Gondoriyo	526	760	408	856
10.	Wonosari	1.221	2.361	1.943	4.587
TOTAL		7.222	12.435	10.075	25.251

Lanjutan Tabel 3.3

No	Kelurahan (1)	SMP (9)	SMA (7)	DIII (8)	PT (9)
1.	Podorejo	1.518	541	50	52
2.	Wates	835	452	58	49
3.	Bringin	1.731	2.081	827	1.001
4.	Ngaliyan	1.975	2.624	713	800
5.	Banbankerep	1.264	714	83	67
6.	Kalipancur	2.885	3.322	892	989
7.	Purwoyoso	3.301	3.405	558	534
8.	Tambakaji	3.934	5.001	803	798
9.	Gondoriyo	811	1.078	275	230
10.	Wonosari	4.145	4.086	541	389
TOTAL		22.398	23.305	4.800	4.910

Dari aspek agama, mayoritas penduduk Kecamatan Ngaliyan merupakan wilayah yang majemuk dengan mayoritas penduduk beragama

Islam sebesar 107.454 jiwa atau 88,68%⁵⁸. Berikut data pemeluk agama di

Ngaliyan :

Tabel 3.4
Demografi Penduduk Kecamatan Ngaliyan
Berdasarkan Agama

No	Nama Kelurahan (1)	Islam (2)	Katolik (3)	Protestan (4)
1.	Podorejo	5.996	18	28
2.	Wates	4.180	22	8
3.	Bringin	11.746	500	538
4.	Ngaliyan	11.439	950	880
5.	Banbankerep	4.609	336	103
6.	Kalipancur	13.442	1.991	2.063
7.	Purwoyoso	13.587	1.007	1.329
8.	Tambakaji	20.093	593	770
9.	Gondoriyo	4.902	105	64
10.	Wonosari	17.461	266	212
TOTAL		107.454	5.787	5.996
Persentase		88,86%	4,79%	4,96%

Lanjutan Tabel 3.4

No	Nama Kelurahan (1)	Budha (5)	Hindu (6)	Lainnya (7)
1.	Podorejo	6	8	0
2.	Wates	0	5	0
3.	Bringin	106	25	0
4.	Ngaliyan	83	82	0
5.	Bambankerep	1	1	45
6.	Kalipancur	250	280	0
7.	Purwoyoso	329	323	0
8.	Tambakaji	24	22	48
9.	Gondoriyo	0	0	0
10.	Wonosari	15	31	0
TOTAL		813	776	93
Persentase		0,67%	0,64%	0,08%

Sumber : BAPPEDA Kota Semarang & BPS Kota Semarang 2013

⁵⁸ Ibid

Banyaknya masyarakat yang beragama Islam di Kecamatan Ngaliyan tersebut ditopang oleh 96 Masjid, 205 Musholla, 12 Pondok Pesantren, 6 Madrasah Ibtidaiyah, 3 Madrasah Tsanawiyah, 2 Madrasah Aliyah dan 2 Perguruan Tinggi Agama Islam yang berada di dalam wilayah Kecamatan Ngaliyan⁵⁹. Melihat realitas tersebut, fungsi infrastruktur keagamaan, terutam masjid, sangatlah penting bagi kehidupan masyarakat dalam aspek keagamaan. Namun demikian, fungsi dan peran masjid harus diperluas tidak hanya memainkan peran dan fungsi ibadah, akan tetapi meluas kepada fungsi pendidikan, kesehatan, dan ekonomi. Sehingga masyarakat mampu membangun peradaban yang tinggi melalui institusi masjid.

3) Sosial-Ekonomi Masyarakat

Kecamatan Ngaliyan merupakan kecamatan di Kota Semarang yang memiliki latarbelakang social-ekonomi yang sangat beragam mulai dari sektor industri hingga pertanian. Dari data monografi, masyarakat Kecamatan Ngaliyan tidak bergantung pada satu mata pencaharian tertentu.

Tabel 3.5

Tabel Mata Pencaharian Penduduk Kecamatan Ngaliyan

No	Kelurahan	Jumlah	%
1.	Petani	5.675	7,48%
2.	Petani Sendiri	4.885	6,44%
3.	Nelayan	-	-
4.	Pengusaha	5.016	6,61%
5.	Buruh Industri	20.475	27,0%
6.	Buruh Bangunan	5.645	7,40%
7.	Pedagang	6.306	8,32%

⁵⁹ Diolah dari berbagai sumber (BAPPEDA Kota Semarang dan Dirjen Pendis KEMENAG RI)

8.	Angkutan	3.044	4,01%
9.	PNS/ TNI	12.121	15,98%
10.	Pensiunan	11.157	14,71%
11.	Jasa/ Lainnya	1.506	1,99%

Sumber : BAPPEDA Kota Semarang & BPS Kota Semarang 2013

Meski secara geografis Kecamatan Ngaliyan sebagian besar masuk dalam wilayah perkotaan dan pemukiman, di sebagian kelurahan Kecamatan Ngaliyan masih banyak yang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian yakni di angka 19,07% atau sebesar 10.560 jiwa. Dari total masyarakat yang bermatapencaharian sebagai petani, 60,18% terpusat pada kelurahan Podorejo 18%, Bambankerep 15,2% dan Kalipancur 27,1%. Namun demikian, mata pencaharian terbesar masyarakat Ngaliyan masing-masing didominasi oleh profesi buruh industri sebesar 27,0%, PNS/ TNI sebesar 15,98%, Pensiunan 14,71%, pertanian 13,93%, pedagang 8,32%, dan pengusaha 6,61%⁶⁰.

Lingkungan sosial-ekonomi masyarakat ngaliyan juga ditopang oleh keberadaan Kawasan Industri di Kelurahan Purwoyoso, Tambakaji dan Wonosari, dan juga perguruan tinggi seperti UIN Walisongo dan Akademi Statistik Muhammadiyah di kelurahan Tambakaji, dan Program PGSD UNNES di Kelurahan Wonosari memberikan dampak ekonomi masyarakat secara signifikan. Di samping itu, ekonomi masyarakat Ngaliyan juga ditopang oleh keberadaan 4 pasar umum yang terletak di kelurahan purwoyoso 2, Ngaliyan 1, dan Wonosari 1.

⁶⁰ *Ibid*

Keberadaan industri di beberapa kelurahan memberikan lapangan pekerjaan yang cukup banyak bagi masyarakat Ngaliyan. Keberadaan perguruan tinggi juga demikian. Keberadaan mahasiswa perguruan tinggi tersebut memberikan lapangan pekerjaan wirausaha bagi masyarakat yang sangat signifikan, mulai jasa kos-kosan, warung makan hingga jasa-jasa penunjang bagi kebutuhan mahasiswa seperti laundry, foto copy, dan lain-lain. Sehingga tidak heran jika pusat Kecamatan Ngaliyan menjadi pusat aktifitas masyarakat untuk melepas suasana penat setiap malam, hal ini juga dipengaruhi oleh keberadaan pusat pengembangan pemukiman seperti BSB City di Kecamatan Mijen (sebelah selatan Kecamatan Ngaliyan), Dimana Ngaliyan menjadi satu-satunya akses keluar pusat pemukiman tersebut.

B. Keberadaan Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan

Keberadaan bank syariah dalam dua dasawarsa terakhir telah memberikan alternatif baru bagi pengembangan perekonomian di Indonesia. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan

yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali ⁶¹.

Dalam konteks pengelolaan perekonomian makro, meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah akan dapat merekatkan hubungan antara sektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.

Hal ini dapat dilihat dari alokasi pembiayaan bank syariah ke sektor produktif. Selama kurun waktu 2009 hingga 2014 rata-rata proporsi pembiayaan produktif bank syariah sebesar 61,21%. Tidak hanya itu, bank syariah juga memberikan kontribusi terhadap UKM, Dimana proporsi rata-rata pembiayaan terhadap UKM dalam kurun waktu 2009 hingga 2014 sebesar 62,26%.

Pertumbuhan positif bank syariah pun mulai dirasakan masyarakat Kecamatan Ngaliyan ketika PT. Bank Muamalat Indonesia membuka kantor di Kecamatan Ngaliyan pada akhir tahun 2011 yang kemudian diikuti oleh PT. Bank Syariah Mandiri, Bank Sinarmas Syariah, dan Bank Danamon

⁶¹ <http://www.ojk.go.id/bank-syariah> diakses pada hari kamis, 15 Mei 2015 pukul 11.20 WIB

Syariah. Hadirnya Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan tidak lain karena pertumbuhan ekonomi masyarakat ngaliyan yang tumbuh dengan pesat dan faktor religiusitas masyarakat Ngaliyan yang berkeinginan memiliki akses pembiayaan dan investasi secara syariah.

Meski secara khusus khusus masyarakat Ngaliyan bisa mengakses jasa layanan bank syariah pada kantor-kantor bank syariah di Kecamatan Ngaliyan, masyarakat Kecamatan Ngaliyan juga bisa mengakses bank syariah di luar Kecamatan Ngaliyan, terutama pada kantor-kantor bank syariah di Kota Semarang. Pertumbuhan bank syariah di Kota Semarang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan Dimana di tahun 2011 hingga tahun 2013 rata-rata tumbuh 44%. Di sisi penghimpunan dana, di tahun 2011 hingga tahun 2013 tumbuh 41%. Saat ini nilai pembiayaan bank syariah di Semarang memiliki nilai sebesar Rp. 4,31 triliun dan simpanan masyarakat sebesar Rp. 4,77 triliun.

C. Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Takmir Masjid di Kecamatan Ngaliyan Terhadap Bank Syariah

1) Profil Responden

a) Profil Kelembagaan Masjid

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Perencanaan Daerah (BAPPEDA) Kota Semarang tahun 2013 terdapat 96 Masjid di Kecamatan Ngaliyan. Dari total populasi 96 masjid tersebut, penulis mengambil 20% sampel, Dimana

tiap-tiap masjid diambil 3 takmir sebagai responden yang diwawancarai dan mengisi kuesioner penelitian. Masjid-masjid tersebut antara lain :

Tabel 3.6

Daftar Responden Kelembagaan

No	Kelurahan	Nama Masjid	Alamat
1.	Podorejo	Jami' At-Taqwa	Dk. Pondok RT 01/ RW X
		Khalfan Salim Said	Dk. Padaan RT 01/ RW V
2.	Wates	Baitul Makmur	Wates RT 03/ RW II
		Baitussalam	Wates RT 07/ RW I
3.	Bringin	Al-Jihad	Bringin RT 13/ RW X
		Al-Ikhsan	Bringin RT 04/ RW II
4.	Ngaliyan	Ar-Royyan	Karonsih Utara RT06/ RW III No. 351
		Muhajirin	Jl. Karonsih IV No. 117
5.	Bambankerep	Al-Amin	RT 01/ RW IV
		Baiturrahim	RT 01/ RW II
6.	Kalipancur	Al-Ikhlas	RT 01/ RW IV
		Al-Hidayah	RT 04/ RW III
7.	Purwoyoso	Jami' Nurul Islam	Jl. Siliwangi No. 570 RT 06/ RW III
		Asy-Syiroj	Purwoyoso RT 01/ RW III
8.	Tambakaji	Al-Azhar	RT 09/ RW VI
		Ash-Shalihin	RT 13/ RW X
9.	Gondoriyo	Al-Jihad	Perumahan Bukit Beringin Lestari RT 13/ RW X
		Muthohirin	Kalikangkung RT 03/ RW 1
10.	Wonosari	Baitussalam	Perumahan Beringin Asri RT03/ RW XI Kel. Wonosari
		Baitul Muttaqin	Wonosari RT 02/ RW XIV

Sumber : *Data Diolah*

Selain menjadi pusat ibadah shalat maktubah dan shalat jumat, masjid-masjid tersebut memiliki kegiatan yang sangat beragam. Dimana hampir 90% masjid memiliki kegiatan Majelis Ta'lim, 80% memiliki TPQ, 75% memiliki kegiatan Jam'iyah Barzanji, 60% memiliki Jam'iyah Tahlil dan Yasinan, 85% masjid mengelola Zakat

Fitrah, namun masjid yang memiliki fungsi memberdayakan ekonomi masyarakat melalui koperasi hanya 5%.

Tabel 3.7

Jenis Kegiatan Masjid di Kecamatan Ngaliyan

No	Jenis Kegiatan Masjid	Persentase
1.	Majlis Ta'lim	90%
2.	Jam'iyah Tahlil dan Yasinan	60%
3.	Jam'iyah Shalawat	75%
4.	TPQ	80%
5.	Madrasah/ Sekolah	5%
6.	Pengelolaan Zakat	85%
7.	Layanan Kesehatan	20%
8.	Koperasi/ BMT	5%

Dari potensi jamaah, 50% masjid memiliki kapasitas jamaah sebesar 100-300 jamaah, 40% di bawah 100 jamaah, dan sisanya sebesar 10% memiliki jamaah di atas 300. Dari potensi kegiatan dan jamaah masjid sebesar itu, potensi kas kelembagaan mereka cukup besar Dimana 55% masjid memiliki kas di kisaran angka Rp. 10 juta – Rp. 30 juta, 30% masjid memiliki kas di atas Rp. 30 juta, dan hanya 15% masjid yang memiliki kas di bawah Rp. 10 juta. Namun dari 20 masjid tersebut, hanya 35% masjid yang mengelola kas masjid di bank syariah, 50% di bank konvensional, 10% di BMT, dan 5% mengelola kas mereka secara konvensional.

b) Profil Individu Takmir

Secara individu, rata-rata usia responden berada di kisaran usia 50-59 tahun sebanyak 25%, usia 40-49 tahun sebanyak 35%, usia

> 60 tahun sebanyak 17%, usia di bawah 39 tahun sebanyak 23%. Dilihat dari jenjang pendidikan 37% responden adalah lulusan SMA, 28% lulusan S1, 7% Diploma, dan 10% lulus SMP. Dari total responden tersebut, selain mengenyam dunia pendidikan formal, hanya 11% yang pernah mengenyam pendidikan dunia pondok pesantren.

Dari aspek pekerjaan, rata-rata responden berprofesi Wiraswasta sebesar 42%, 28% berkerja di sektor Swasta, 12% Pensiunan, 8% Dosen/ Guru, 8% PNS/ BUMN, dan sisanya 2% sebagai TNI/ Polri. Dari sisi penghasilan, rata-rata responden berpenghasilan menengah, Dimana 70% responden memiliki pendapatan di kisaran Rp. 2,5 – Rp. 4,99 juta, 25 % di kisaran Rp. 1 – Rp. 2,49 juta, dan sisanya sebanyak 5% berpenghasilan Rp. 5 – Rp. 10 juta. Adapun dari sisi pengeluaran, 60% responden memiliki pengeluaran sebesar Rp. 2,5 – Rp. 4,99 juta, 33% responden memiliki pengeluaran sebesar Rp. 1 – Rp. 2,49 juta dan sisanya 2% memiliki pengeluaran sebesar Rp. 5 – Rp. 10 juta.

2) Persepsi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Dari total responden takmir masjid yang telah diwawancarai, 100% mengaku “pernah mendengar” bank syariah, namun yang mengaku “tahu” bank syariah hanya 62%. Dimana televisi menjadi media informasi yang paling banyak memberikan informasi tentang bank syariah sebesar 68% dari responden, kemudian disusul oleh media cetak/ koran 58% dari responden, kemudian radio 28%, keluarga 18%.

Kesan yang muncul dalam benak takmir masjid bahwa sebanyak 37% menyatakan bank syariah adalah “bank dengan konsep Islami”, 30% menganggap “bank bagi hasil/ anti bunga”, 25% menganggap “bank orang Islam”, 8% menganggap bank “bermerk Islam”. Dari kesan dan interpretasi terhadap bank syariah tersebut, 78% responden menyatakan “Sangat Setuju” (SS) dan 22% “Setuju” (S) terhadap usaha penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam sebagai dasar operasional bank syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat.

Meski sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju” dan “Setuju” terhadap usaha penerapan prinsip-prinsip syariah dalam mekanisme bank syariah, ketika responden ditanya tentang bunga bank, hanya 42% responden yang menganggap bahwa bunga bank konvensional hukumnya “haram”, 25% menyatakan “subhat” dan 33% menyatakan bunga bank konvensional “halal”.

Tabel 3.8
Persepsi Responden Terhadap Bunga

No	Persepsi terhadap Bunga Bank	Prosentase
1.	Haram	42%
2.	Halal/ Boleh	28%
3.	Subhat	57%

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan pengamatan dan persepsi mendetail tentang bank syariah, dari aspek konsep, takmir masjid memberikan tanggapan bahwa 42% “Sangat Setuju” secara konsep bank syariah sudah sesuai dengan konsep syariah, 35% “Setuju”, 20% menyatakan “Netral/ Ragu-ragu”, dan 3% menyatakan secara

konsep masih belum sesuai konsep syariah dalam hal ini “tidak setuju”. Adapun dari aspek praktek, responden menyatakan “tidak setuju” bahwa praktek bank syariah sesuai dengan konsep syariah sebesar 23%, sedangkan yang menyatakan “Sangat Setuju” 15%, “Setuju” 40%, adapun sisanya sebesar 18% “Netral”. Sedangkan dalam aspek produk, rata-rata responden menyatakan 52% responden menyatakan “Setuju” bahwa produk bank syariah sudah sesuai konsep syariah dan berbeda dengan produk bank konvensional, 27% menyatakan “Sangat Setuju”, 13% menyatakan “Netral”, dan hanya 8% menyatakan “Tidak Setuju”.

3) Preferensi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Pada variabel preferensi, hampir sebagian besar responden menyatakan bahwa 48 “Setuju” dan 40 “Sangat Setuju” menyukai bank syariah menjadi agen bank syariah menjadi agen pembanungan ekonmi ummat dibandingkan dengan bank konvensional. Sedangkan sisanya menanggapi “Netral” sebesar 10%, dan “Tidak Setuju” sebesar 2%.

Dari aspek produk pada variabel preferensi, 43% menyatakan bahwa “Setuju”, 20% “Sangat Setuju”, 20% netral dan sisanya 17% menyatakan “Tidak Setuju” bila responden lebih menyukai produk bank syariah. Preferensi selanjutnya, 48% “Setuju” dan 32% menjawab “Sangat Setuju” bahwa produk bank syariah lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Sisanya, 12% menjawab “Netral” dan 3% menjawab “Tidak Setuju”.

4) Sikap Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Pada variabel sikap, 32% responden menyatakan “Sangat Setuju”, 42% “Sangat Setuju” bahwa mereka mantap menabung di bank Syariah, adapun sikap untuk menggunakan produk pembiayaan 32% mengaku “Sangat Setuju”, dan 33% mengaku “Setuju”. Sedangkan pada level produk-produk jasa, 30% mengaku “Sangat Setuju” dan 43% “Setuju” mereka mantap menggunakan jasa-jasa bank Syariah.

5) Perilaku Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Meski 78% responden menyatakan “Sangat Setuju” (SS) dan 22% “Setuju” (S) terhadap usaha penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam sebagai dasar operasional bank syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat, namun hanya ada 48% responden yang menjadi nasabah bank syariah, Dimana 90% dari nasabah yang menjadi nasabah bank syariah memiliki rekening di bank konvensional, dan sisanya sebanyak 10% hanya menggunakan jasa bank syariah. Dari 48% responden yang menggunakan jasa bank syariah, 93% menggunakan jasa produk tabungan, 45% memanfaatkan produk pembiayaan, dan 28% memanfaatkan produk jasa bank syariah.

Hal ini berbeda jauh dengan perilaku responden yang menggunakan jasa perbankan konvensional yang mencapai angka 92% dari total responden. Alasan yang dikemukakan oleh responden yang menggunakan produk-

produk bank syariah menyatakan bahwa 53% menganggap bank syariah sesuai dengan prinsip syariah, dan 47% menganggap jasa sesuai kebutuhan.

BAB IV

ANALISIS PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU TAKMIR MASJID DI KECAMATAN NGALIYAN TERHADAP BANK SYARIAH

A. Analisis Persepsi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Dari total responden takmir masjid yang telah diwawancarai, 100% mengaku “pernah mendengar” bank syariah, namun yang mengaku “tahu” bank syariah hanya 62%. Namun demikian pengenalan mereka terhadap bank syariah masih sangat minim, dimana prosentase responden yang mengenal produk-produk bank syariah masih di bawah 50%.

Tabel 4.1

Pengetahuan Responden Terhadap Produk Bank Syariah

No.	Produk-produk Bank Syariah	Prosentase	
A.	Funding	1) Mudharabah	40%
		2) Wadhiah	35%
B.	Lending	1) Mudharabah	35%
		2) Musyarakah	23%
		3) Murabahah	32%
		4) Salam	3%
		5) Istishna'	5%
		6) Ijarah	33%
		7) Qard	22%
C.	Jasa	1) Wakalah bil Ujrah	27%
		2) Rahn	25%
		3) Sharf	10%
		4) Kafalah	15%
		5) Wadhiah bil Ujrah	17%

Sumber : Data Primer Diolah

Bagi sebagian responden yang berpendidikan Sarjana dan Pondok Pesantren kalimat yang digunakan dalam penggunaan akad produk bank syariah cukup bisa dikenali, namun bagi mereka yang berpendidikan SMP dan SMA,

kalimat yang digunakan masih sangat susah untuk dipahami. Oleh karena itu, bagi sebagian besar responden penggunaan istilah produk pada bank syariah lebih menggunakan istilah yang lebih memasyarakat, sehingga lebih mudah dipahami, terlebih lagi bagi muslim yang awam.

Konfigurasi pengetahuan responden terhadap bank syariah sebagian masih banyak dipengaruhi oleh televisi sebesar 68%, media cetak/ koran sebesar 58%, kemudian radio 28%, karyawan bank syariah 28%, dan keluarga 18%. Oleh karena itu perlu sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif dari pihak regulator. Berikut ini media informasi dimana takmir masjid memperoleh informasi tentang bank syariah:

Tabel 4.2

Media Saluran Informasi Bank Syariah

No	Media Informasi	Prosentase
1.	Televisi	68%
2.	Radio	28%
3.	Media Cetak/ Koran	57%
4.	Media Online	8%
5.	Media Sosial	7%
6.	Keluarga	18%
7.	Tokoh Masyarakat	8%
8.	Tetangga/ Teman	3%
9.	Edukasi & Sosialisasi dari Regulator	3%
10.	Edukasi & Sosialisasi dari Perguruan Tinggi	8%
11.	Karyawan Bank Syariah	28%

Sumber : Data Primer Diolah

Kesan yang muncul dalam benak takmir masjid bahwa sebanyak 37% menyatakan bank syariah adalah “bank dengan konsep Islami”, 30% menganggap “bank bagi hasil/ anti bunga”, 25% menganggap “bank orang Islam”, 8% menganggap bank “bermerk Islam”. Dari kesan dan interpretasi terhadap bank

syariah tersebut, 78% responden menyatakan “Sangat Setuju” (SS) dan 22% “Setuju” (S) terhadap usaha penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam sebagai dasar operasional bank syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat.

Menurut responden hal ini harus dilakukan karena ini adalah perintah agama untuk menerapkan prinsip-prinsip keadilan dalam bermuamalah manusia untuk mencukupi kebutuhan. Namun demikian, menurut sebagian dari takmir masjid masih terdapat beberapa konsep bank syariah yang masih perlu ditinjau karena masalah khilafiyah dan juga praktek operasional bank syariah yang masih belum sepenuhnya sesuai prinsip syariah.

Prosentase penilaian takmir masjid terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip syariah ke dalam konsep dan praktek operasional masing-masing berbeda. Dimana, penilaian (kritisi) terhadap praktek operasional yang belum sesuai prinsip-prinsip syariah jauh lebih besar yakni 38% menyatakan “Tidak Setuju” jika praktek sudah sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan penilaian terhadap konsep hanya sedikit yang menilai belum sesuai yakni hanya 3% yang menyatakan “Tidak Setuju” bahwa konsep sudah sesuai prinsip syariah. Berikut ini perbandingan penilaian kesesuaian penerapan prinsip ke dalam konsep dan praktek operasional bank syariah :

Tabel 4.3

Perbandingan Persepsi Responden Terhadap Bank Syariah

No.	Penilaian	Konsep	Praktek
1.	Sangat Setuju	42%	15%
2.	Setuju	35%	40%
3.	Netral	20%	18%
4.	Tidak Setuju	3%	23%
5.	Sangat Tidak Setuju	-	4%

Sumber : Data Primer Diolah

Alasan yang diungkapkan oleh responden terhadap konsep yang kurang sesuai dengan prinsip syariah adalah konsep produk pembiayaan murabahah yang dianggap oleh sebagian mereka masih menyerupai praktek bunga, terlebih lagi jika pembiayaan tersebut untuk pembiayaan non-riil, seperti pembiayaan untuk biaya anak sekolah.

Adapun penilaian terhadap praktek operasional bank syariah yang masih dinilai masih seperti bank konvensional adalah praktek pembiayaan murabahah juga yang masih dinilai seperti pembiayaan berbasis bunga di bank konvensional, terlebih lagi, bank syariah lebih banyak menggunakan pembiayaan ini dibandingkan menggunakan pembiayaan berbasis bagi hasil. Akan tetapi diluar konteks tersebut, sebagian besar responden menyatakan bahwa konsep dan praktek operasional bank syariah diakui sudah bagus, karena mulai mengenalkan konsep bermuamalah dalam perspektif Islam, meski masih terdapat kekurangan itu adalah hal yang wajar.

Sedangkan dalam aspek produk, 52% responden menyatakan “Setuju” bahwa produk bank syariah sudah sesuai konsep syariah dan berbeda dengan

produk bank konvensional, 27% menyatakan “Sangat Setuju”, 13% menyatakan “Netral”, dan hanya 8% menyatakan “Tidak Setuju”.

B. Analisis Preferensi Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Pada variabel preferensi, hampir sebagian besar responden menyatakan bahwa 48% “Setuju” dan 40% “Sangat Setuju” menyukai bank syariah menjadi agen bank syariah menjadi agen pembangunan ekonomi umat dibandingkan dengan bank konvensional. Sedangkan sisanya menanggapi “Netral” sebesar 10%, dan “Tidak Setuju” sebesar 2%. Bagi 48% “Setuju” dan 40% “Sangat Setuju” menyatakan alasan bahwa usaha menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam ke dalam praktek perekonomian umat harus didukung. Namun bagi 10% yang menyatakan “Netral/ Ragu-ragu”, mereka belum bisa menilai bank syariah secara mendetail, sehingga tidak berani memberikan pendapat. Adapun bagi 2% yang menyatakan “Setuju” mereka beralasan bahwa terdapat kekhawatiran risiko citra buruk yang mungkin terjadi dalam praktek keseharian bank syariah menimbulkan citra negative terhadap Islam sebagai agama.

Dari aspek produk pada variabel preferensi, 43% menyatakan bahwa “Setuju”, 20% “Sangat Setuju”, 20% netral dan sisanya 17% menyatakan “Tidak Setuju” bila responden lebih menyukai produk bank syariah. Namun demikian penilaian prosentase penilaian ini masih dilakukan oleh semua responden yang sebagian belum mengetahui produk-produk bank syariah. Setelah dilakukan pemilahan terhadap responden yang sudah mengetahui, minimal produk funding dan lending di bank syariah, hasilnya 46% menyatakan “Sangat Setuju” dan 23%

menyatakan “Setuju”, adapun 19% menyatakan “Netral” dan 13% menyatakan “Tidak Setuju”.

Sebagian besar dari responden menilai bahwa mereka 33% menyatakan “Sangat Setuju” dan 44% menyatakan “Setuju” bahwa produk bank syariah lebih baik, beragam dan menguntungkan dibandingkan produk bank konvensional. Menurut pendapat sejumlah takmir masjid yang menggunakan produk simpanan mudharabah di bank syariah bahwa tingkat bagi hasil di bank syariah sedikit lebih tinggi dari pada bunga di bank konvensional, apalagi tingkat biaya potongan rekening juga lebih rendah. Adapun menurut pendapat responden yang mengambil produk pembiayaan di bank syariah mengaku bahwa tingkat biaya pembiayaan murabahah di bank syariah juga kompetitif jika dihitung secara total, karena sifatnya yang tetap, tidak naik turun mengikuti BI Rate.

C. Analisis Sikap Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Besarnya tingkat persepsi dan preferensi positif terhadap bank syariah sebagaimana yang diulas dalam sub bab sebelumnya memberikan pengaruh terhadap variabel sikap. Dimana secara umum dari total responden, 42% menyatakan “Sangat Setuju”, 23% “Sangat Setuju” bahwa mereka mantap menabung di bank Syariah. Tingkat penerimaan ini seperti yang disampaikan pada variabel persepsi dan preferensi bahwa bank syariah hadir menjadi alternatif baru dalam memenuhi kebutuhan masyarakat berbasis nilai-nilai positif syariah Islam, meski sebagian responden memberikan kritisi terhadap bank syariah, namun hal

itu bentuk wajar akan kepedulian takmir masjid terhadap usaha-usaha bank syariah dalam mensejahterakan umat.

Penilaian tersebut juga mempengaruhi sikap untuk menggunakan produk pembiayaan 32% mengaku “Sangat Setuju”, dan 33% mengaku “Setuju”. Para responden mengungkapkan alasan bahwa produk pembiayaan pada perbankan syariah lebih bervariasi untuk memenuhi kebutuhan dengan risiko yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Adapun 17% yang menyatakan “Netral” memberikan alasan bahwa belum ada kebutuhan untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah.

D. Analisis Perilaku Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah

Pada variabel perilaku, meski 78% responden menyatakan “Sangat Setuju” (SS) dan 22% “Setuju” (S) terhadap usaha penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam sebagai dasar operasional bank syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat, namun secara individu hanya ada 48% responden yang menjadi nasabah bank syariah, dimana 90% dari nasabah yang menjadi nasabah bank syariah masih menggunakan produk dan jasa bank konvensional, dan sisanya sebanyak 10% hanya menggunakan jasa bank syariah.

Dari 48% responden yang menggunakan jasa bank syariah tersebut, 93% menggunakan jasa produk tabungan, 24% memanfaatkan produk pembiayaan, dan 17% memanfaatkan produk jasa-jasa bank syariah lain. Hal ini berbeda jauh dengan perilaku responden yang menggunakan jasa perbankan konvensional yang mencapai angka 92% dari total responden.

Alasan yang dikemukakan oleh responden yang menggunakan produk-produk bank syariah menyatakan bahwa 42% menganggap bank syariah sesuai dengan prinsip syariah, dan 33% menganggap jasa sesuai kebutuhan. Berikut ini alasan responden menggunakan jasa-jasa bank syariah:

Tabel 4.4

Faktor-faktor Responden Memilih Bank Syariah

No	Media Informasi	Prosentase
1.	Sesuai dengan konsep syariah	42%
2.	Jasa sesuai kebutuhan	33%
3.	Bonafiditas dan Keamanan	29%
4.	Produk bank syariah lebih menguntungkan	19%
5.	Variasi Produk	27%
6.	Lokasi strategis, dekat dan terjangkau	17%
7.	Tingkat kesehatan bank syariah	6%
8.	Pelayanan tepat dan cepat	19%
9.	Perilaku Karyawan sesuai syariah	17%
10.	Karyawati berbusana sesuai syariah	10%

Sumber : Data Primer Diolah

Ternyata anggapan bahwa bank syariah yang mengusung konsep prinsip-prinsip universal agama Islam menjadi alasan responden menggunakan bank syariah. Namun demikian alasan ini bukan satu-satunya alasan utama, di luar alasan-alasan tersebut banyak alasan benefit dan ekonomis juga banyak mendorong responden menggunakan bank syariah. Oleh sebab itu, bank syariah juga harus mengembangkan layanan yang memiliki benefit yang tinggi.

Adapun alasan-alasan responden menggunakan produk-produk bank konvensional sebagai berikut :

Tabel 4.5

Faktor-faktor Responden Memilih Bank Konvensional

No	Media Informasi	Prosentase
1.	Tidak bertentangan dengan konsep syariah	55%
2.	Jasa sesuai kebutuhan	24%
3.	Bonafiditas dan Keamanan	42%
4.	Produk bank syariah lebih menguntungkan	9%
5.	Variasi Produk	11%
6.	Lokasi strategis, dekat dan terjangkau	42%
7.	Tingkat kesehatan bank syariah	2%
8.	Pelayanan tepat dan cepat	4%
9.	Hadiah	4%
10.	Tempat Kerja	16%

Sumber : Data Primer Diolah

Selain faktor-faktor anggapan responden yang menganggap bank konvensional tidak bertentangan dengan faktor agama, faktor bonafiditas dan keamanan bank konvensional juga memberikan dorongan yang cukup kuat, kemudia lokasi strategis dan jasa sesuai kebutuhan. Yang menarik dari faktor pendukung tersebut adalah faktor payroll gaji pekerjaan yang menggunakan rekening bank konvensional juga memberikan dorongan yang cukup besar.

Selain perilaku secara individu, secara kelembagaan terdapat 35% masjid yang menggunakan jasa bank syariah dalam menyimpan kas masjid, 50% di bank konvensional, 10% di BMT, dan 5% mengelola kas mereka secara konvensional. 35% yang menyimpan kas masjid di bank syariah mengungkapkan alasan simple tentang kebijakan tersebut, dimana sudah semestinya kas masjid disimpan di bank syariah, adapun 50% yang masih menggunakan bank konvensional mengungkapkan bahwa belum punya kepikiran untuk menempatkan kas masjid di

bank syariah dan sebagian lagi berpendapat bahwa menempatkan dana kas masjid di bank konvensional tidak bertentangan dengan syariah agama Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

- 1) Pada variabel persepsi 78% responden menyatakan “Sangat Setuju” (SS) dan 22% “Setuju” (S) terhadap usaha penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam sebagai dasar operasional bank syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat. Kesan yang muncul dalam benak takmir masjid bahwa sebanyak 37% menyatakan bank syariah adalah “bank dengan konsep Islami”, 30% menganggap “bank bagi hasil/ anti bunga”, 25% menganggap “bank orang Islam”, 8% menganggap bank “bermerk Islam”.

Prosentase penilaian takmir masjid terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip syariah ke dalam konsep dan praktek operasional masing-masing berbeda. Dimana, penilaian (kritisi) terhadap praktek operasional yang belum sesuai prinsip-prinsip syariah jauh lebih besar yakni 38% menyatakan “Tidak Setuju” jika praktek sudah sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan penilaian terhadap konsep hanya sedikit yang menilai belum sesuai yakni hanya 3% yang menyatakan “Tidak Setuju” bahwa konsep sudah sesuai prinsip syariah.

- 2) Pada variabel preferensi, hampir sebagian besar responden menyatakan bahwa 48% “Setuju” dan 40% “Sangat Setuju” menyukai bank syariah menjadi agen bank syariah menjadi agen pembangunan ekonomi umat dibandingkan dengan bank konvensional. Sedangkan sisanya menanggapi “Netral” sebesar 10%, dan “Tidak Setuju” sebesar 2%. Bagi 48% “Setuju” dan 40% “Sangat Setuju” menyatakan alasan bahwa usaha menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam ke dalam praktek perekonomian umat harus didukung.

Dari aspek produk pada variabel preferensi responden yang sudah mengetahui, minimal produk funding dan lending di bank syariah, hasilnya 46% menyatakan “Sangat Setuju” dan 23% menyatakan “Setuju”, adapun 19% menyatakan “Netral” dan 13% menyatakan “Tidak Setuju” lebih suka untuk menggunakan jasa-jasa produk perbankan syariah.

- 3) Besarnya tingkat persepsi dan preferensi positif terhadap bank syariah sebagaimana yang diulas dalam sub bab sebelumnya memberikan pengaruh terhadap variabel sikap. Dimana secara umum dari total responden, 42% menyatakan “Sangat Setuju”, 23% “Sangat Setuju” bahwa mereka mantap menabung di bank Syariah. Tingkat penerimaan ini seperti yang disampaikan pada variabel persepsi dan preferensi bahwa bank syariah hadir menjadi alternatif baru dalam memenuhi kebutuhan masyarakat berbasis nilai-nilai positif syariah Islam, meski sebagian responden memberikan kritisi terhadap bank syariah, namun hal itu bentuk

wajar akan kepedulian takmir masjid terhadap usaha-usaha bank syariah dalam mensejahterakan umat. Penilaian tersebut juga mempengaruhi sikap untuk menggunakan produk pembiayaan 32% mengaku “Sangat Setuju”, dan 33% mengaku “Setuju”.

- 4) Secara individu hanya ada 48% responden yang menjadi nasabah bank syariah, dimana 90% dari nasabah yang menjadi nasabah bank syariah masih menggunakan produk dan jasa bank konvensional, dan sisanya sebanyak 10% hanya menggunakan jasa bank syariah.

Dari 48% responden yang menggunakan jasa bank syariah tersebut, 93% menggunakan jasa produk tabungan, 24% memanfaatkan produk pembiayaan, dan 17% memanfaatkan produk jasa-jasa bank syariah lain. Hal ini berbeda jauh dengan perilaku responden yang menggunakan jasa perbankan konvensional yang mencapai angka 92% dari total responden.

Alasan yang dikemukakan oleh responden yang menggunakan produk-produk bank syariah menyatakan bahwa 42% menganggap bank bahwa syariah sesuai dengan prinsip syariah, dan 33% menganggap jasa sesuai kebutuhan. Ternyata anggapan bahwa bank syariah yang mengusung konsep prinsip-prinsip universal agama Islam menjadi alasan responden menggunakan bank syariah. Namun demikian alasan ini bukan satu-satunya alasan utama, di luar alasan-alasan tersebut banyak alasan benefit dan ekonomis juga banyak mendorong responden menggunakan

bank syariah. Oleh sebab itu, bank syariah juga harus mengembangkan layanan yang memiliki benefit yang tinggi.

Selain perilaku secara individu, secara kelembagaan terdapat 35% masjid yang menggunakan jasa bank syariah dalam menyimpan kas masjid, 50% di bank konvensional, 10% di BMT, dan 5% mengelola kas mereka secara konvensional. 35% yang menyimpan kas masjid di bank syariah mengungkapkan alasan simple tentang kebijakan tersebut, dimana sudah semestinya kas masjid disimpan di bank syariah, adapun 50% yang masih menggunakan bank konvensional mengungkapkan bahwa belum punya kepikiran untuk menempatkan kas masjid di bank syariah dan sebagian lagi berpendapat bahwa menempatkan dana kas masjid di bank konvensional tidak bertentangan dengan syariah agama Islam.

B. Saran dan Rekomendasi

- 1) Perlu melakukan sosialisasi dan edukasi yang lebih masif menggunakan media yang tepat menyesuaikan segmentasi kelas sosial masyarakat, sehingga bank syariah lebih dikenal dan dipersepsikan dengan tepat.
- 2) Perlu adanya peningkatan kinerja bank syariah dalam melayani masyarakat dan memberikan kepuasan sesuai konsep syariah, sehingga masyarakat tidak kecewa dengan brand bank syariah sebagai bank yang menggunakan prinsip-prinsip universal agama Islam.
- 3) Perlunya melakukan promosi yang lebih intensif terhadap segmen konsumen takmir masjid karena potensi yang dimiliki sebagai elemen

masyarakat yang memiliki status sosial yang tinggi dan memiliki daya pengaruh yang cukup kepada masyarakat untuk mensosialisasikan bank syariah. Di samping itu, terdapat potensi bagus pengelolaan kas masjid yang dikelola oleh takmir masjid jika hal ini disinergikan.

C. Penutup

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekuarangan dan kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap saran dan kritik untuk perbaikan di masa yang mendatang. Dan semoga skripsi ini bermanfaat.
Amin

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ayub, Moh. E. dkk. *Manajemen Masjid*, Jakarta: Gema Insani Press, 1996
- Antonio, Syafi'i. *Bank Syariah; dari Teori ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press, 2001
- Amir Mahmud dan Rukmana. *Bank Syariah; Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia..*
Jakarta : Erlangga, 2010
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. *Perbankan Syariah*. Jakarta : 2007
- Dewan Masjid Indonesia, *Mimbar Masjid ; Pedoman Untuk Para Khatib dan Pengurus Masjid*,
Jakarta : Haji Masagung. 1988
- Etta Mamang Sangadji dkk. *Metodologi Penelitian; Pendekatan Praktis dalam Penelitian*,
Yogyakarta : Andi Offset, 2010
- Gazalba, Sidi. *Mesjid Pusat Ibadah dan Kebudayaan Islam*, Jakarta. Pustaka Al –Husna, 1994
- Gorys Keraf. *Komposisi*, Jakarta, Nusa Indah, 2001
- Hidayat, Rahmat. *Efisiensi Bank Syariah; Teori dan Praktek*, Jakarta : Gramedia Publishing.
2014
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Ghalia Indonesia : 2010
- Jundiani. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Malang : UIN Malang Press.
2009
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan
Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat : 1994
- Loudon, David L. dan Albert J. Delta Bitta. *Consumer Behaviour*. Mc. Grawhill. Singapore.
1993
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali
Press, 2013
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009

- Robert Kreitner dan Angelo Kinicki. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*, Jakarta : Salemba Empat, 2005
- Syafri Harahap, Sofyan. *Manajemen Masjid; Suatu Pendekatan Teoritis dan Organisasioris*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1993
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen; Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, Jogjakarta : Graha Ilmu, 2012
- Sutarmaji, Ahmad. *Manajemen Masjid Kontemporer*, Jakarta: Media Bangsa, 2012
- Sunyoto, Danang. *Teori, Kuesioner dan Analisa Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2013
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, : Alfabeta, 2008
- Supranto. *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta : Rineka Cipta, 2000
- Suharsini Arikunto. *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta : Rineka Cipta, 1993
- Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif; dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Bandung : Prenamedia Kencana, 2014
- Umar, Husein. *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta : PT Grafindo Pustaka Utama, 2002

Jurnal :

- Dalmeri. *Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Ekonomi dan Dakwah Multikultural*. Jurnal Walisongo Vol. 22 No. 2, November 2014
- Fahd Noor dan Yulizar Djamiluddin Sanrego. *Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)*. Tazkia Islamic Business and Finance Review
- Jazim Hamidi dkk. *Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur Terhadap Bank Syariah*. Universitas Brawijaya Malang

Putu Sihendra, I W Yansen, dan I G Astawa Dipura. *Analisa Tingkat Preferensi Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kabupaten Badung Terhadap Perumahan Menyongosong Pupem Baru*. Jurnal Teknik Sipil. 2007. Volume 11.

Pradhanawati, Ari. Potensi dan Preferensi Terhadap Perilaku Memilih Pegadaian Syariah. Jurnal Bisnis & Manajemen UNPAD. Edisi Maret 2011 Volume XII Nomor 1.

Undang-undang & Peraturan :

Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Laporan & Publikasi :

Bank Indonesia. *Execuitve Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Provinsi Jawa Timur”*. 2000

Bank Indonesia. *Execuitve Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Wilayah Jawa Tengah & DIY”*. 2000

Bank Indonesia. *Execuitve Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Wilayah Jawa Barat.”* 2000

Bank Indonesia. *Execuitve Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Wilayah Sumatera Barat.”* 2001

Bank Indonesia. *Execuitve Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Wilayah Sumatera Selatan.”* 2004

Bank Indonesia. *Execuitve Summary Hasil Penelitian “Potensi, Preferensi, & Perilaku Masyarakat terhadap Bank syariah di Wilayah Kalimantan Barat.”* 2001

BAPPEDA dan BPS Kota Semarang. *Semarang Dalam Angka 2013; Semarang Municipality in Figures 2013*, Semarang: 2014

BAPPEDA dan BPS Kota Semarang. *Semarang Dalam Angka 2011; Semarang Municipality in Figures 2013*, Semarang: 2012

BAPPEDA dan BPS Kota Semarang. *Kecamatan Ngaliyan Dalam Angka 2011*, Semarang: 2011

Dani Panca Setiasih. Skripsi *“Persepsi, Preferensi, Sikap, dan Perilaku Dosen terhadap Bank Syariah (Studi Kasus pada Dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo.”*. 2011

Hasil Kongres Umat Islam VI 2015 di Yogyakarta, *“Penguatan Peran Politik, Ekonomi dan Sosial Budaya Umat Islam Untuk Indonesia Yang Berkeadilan dan Berperadaban.”* 2015

Hasil Survey Literasi dan inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan 2013

Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2013 Otoritas Jasa Keuangan.

Media Online :

Berita “JK Dorong Pengembangan Ekonomi Syariah Berbasis Masjid”
<http://www.neraca.co.id/article/25754/JK-Dorong-Pengembangan-Ekonomi-Syariah-Berbasis-Masjid> diakses pada hari kamis, 26 Maret 2014 pukul 15.40 WIB.

Artikel Berjudul “PERAN DAN FUNGSI TAKMIR MASJID”
<http://bantul.kemenag.go.id/kemenag/artikel-2/121-peran-dan-fungsi-takmir-masjid.html>
diakses pada hari kamis, 15 April 2015 pukul 12.30 WIB.