

WIDYA

MENGEMBANGKAN KREATIFITAS & MENINGKATKAN KUALITAS

TERBIT SEJAK 1984

Selamat
TAHUN
BARU
2012



Pendiri :

Prof.DR.Ir. Zoer'aini Djamal Irwan, MS
Drs. Sjarkawi Tjes (aLM)

Dra. Yulmiliana Dasuki, MM
Drs. H. Dujumhardjinis, MM

Penasehat :

Dirjen Dikti

Staf Ahli :

Prof. Ir. Soekisno Hadikoemoro
Prof. DR. H. Yuhara Sukra

Prof. Dr. S. Somadikara

Prof. Ir. Sambas Wirakusumah, MSc
Prof. dr. H. Arjatno Tjokronegoro, Ph.D

Prof. Ronny Rahman Nitibaskara
Prof. DR. H.H.B. Mailangkay

Prof. DR. Thomas Suyatno

Prof. Haryoto Kusnoputranto

Prof. Ir. H. Darwis Gani, Ph.D, MA
Prof. DR. Ir. Zoer'aini Djamal Irwan, MS

Prof. DR.E.S Margianti, SE, MM

Prof. DR. Koesmawan, MSc, MBA, DBA

Pembina :

Koordinator Kopertis Wilayah III
Prof. Dr. Ilza Mayuni,MA

Sekpel. Kopertis Wilayah III

Dra. Netty Herawaty, MM

Ketua Devisi Media & Informatika

Prof. DR. Eryus A.K, MSc

Pemimpin Umum / Penanggung Jawab :

Drs. H. Endi Djunaedi, M.Si

Pemimpin Redaksi/Redaktur Pelaksana :

Ir. Tukirin, MM

Dewan Redaksi :

Dra. Yulmiliana Dasuki, MM

Dr. RM. Nugroho Ph.D,

Prof. DR. Koesmawan, MSc, MBA, DBA

Ir. Tukirin, MM

Drs. Arjuna Wiwaha, MM

Dian Sufiati, SH, M.Hum

Pemimpin Usaha :

Dra. Yulmiliana Dasuki, MM

Tata Usaha :

Prihatin, SE

Penerbit: Kopertis Wilayah III

Izin Terbit : No. 1079/SK/Dirjen PPG/STT/1986

Alamat Redaksi/Tata Usaha :

Jl. SMAN XIV Cililitan

(Sebelah BKN) Jakarta Timur Telp./Fax (021) 8009947
Bank : BNI 1946 Cabang Jatinegara Jakarta Timur
Kantor Kas BKN No. Rek. 0008913003

Percetakan : Tiara Warna Prinindo
(*Isi di luar tanggung jawab percetakan*)

KETERANGAN COVER

Cover I : Selamat Tahun Baru 2012

Cover IV : Pemberian Pupuk Padi untuk
Menghasilkan Padi yang baik

DARI REDAKSI

Pembaca Widya yang terhormat,

Berkat rahmat Allah yang Maha Kuasa Widya edisi bulan Januari 2012 hadir di tengah-tengah pembaca. Bulan Januari sebagai bulan awal tahun memiliki arti khusus bagi kehidupan manusia. Setelah melakukan evaluasi di bulan sebelumnya, bulan ini dilalui dengan perencanaan yang baru dengan strategi dan harapan-harapan baru. Keberhasilan melakukan analisis dan diagnosis terhadap lingkungan internal dan eksternal di tahun lalu akan sangat menentukan ketepatan rencana dan strategi di tahun ini dan tentunya akan berdampak pada hasil yang akan diperoleh sepanjang tahun 2012.

Bulan Januari tahun ini masih banyak menyisakan persoalan-persoalan tahun lalu misalnya korupsi, kemiskinan, kecelakaan lalu lintas, dampak bencana alam baik di darat maupun di laut, infrastruktur yang belum memadai, demonstrasi mahasiswa menolak rencana kenaikan Bahan Bakar Minyak (BBM), perkelahian pelajar, perkelahian mahasiswa, bentrokan antar warga masyarakat, kriminalitas, dan lain-lain. Untuk mengatasi persoalan tersebut diperlukan kemampuan analisis dan diagnosis secara tepat dan mampu mensiasati persoalan-persoalan ini agar tidak mengganggu perjalanan di tahun 2012. Perlu pula disadari oleh pemimpin di setiap lini Negara dan masyarakat bahwa Indonesia adalah negara dan bangsa besar dengan persoalan yang kompleks sehingga dibutuhkan kepemimpinan yang baik, kecerdasan, kejelian, keberanian, ketegasan dan keadilan, tanpa itu kita akan terseok-seok dan mungkin akan lebih buruk dari tahun lalu, dan hal ini menurut ajaran agama dikatakan sangat merugikan.

Di samping hal di atas edisi kali ini diwarnai suasana duka yaitu salah satu pendiri dan pemimpin redaksi Majalah Ilmiah Widya Bapak Drs Sjarkawi Tjes telah berpulang ke Rahmatullah pada tanggal 4 Januari 2012 dan telah dimakamkan pada hari yang sama di Cibinong Bogor, kita ucapan selamat jalan dan semoga upayanya selama ini dinitai sebagai amal jariyah oleh Allah S.W.T dan ganjarannya untuk bekal kehidupan yang bahagia di akhirat.

Pembaca Widya yang budiman,

Dalam rangka mengawali tahun 2012 Widya terbit dengan topik-topik menarik anataralain: Ekonomi, Pendidikan, Hukum, dan Teknologi. Sebagai pembuka disajikan wawasan dengan judul "Aspek Sosial Budaya Masyarakat Nelayan dalam Mendukung Program Ekowisata Bahari di Kepulauan Seribu", yang ditulis oleh R. Indarjani dari Universitas Islam Assyaifiyah Jakarta. Sejauhmana kemampuan analisis dari para penulis silahkan para pembaca melakukan penilaian dengan sebaik-baiknya demi kemajuan kita bersama

Akhir kata semoga Widya tetap Jaya dalam menyongsong masa depan, dan pengelola Widya mengucapkan "Selamat Tahun Baru 2012, Semoga Tahun Ini Lebih Baik dari Tahun Lalu".

Wassalam

Redaksi

DAFTAR ISI

WAWASAN

ASPEK SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT NELAYAN DALAM MENDUKUNG PROGRAM EKOWISATA BAHARI DI KEPULAUAN SERIBU

R. Indarjani
Univ. Islam As-syafi'iyyah

2 - 8

EKONOMI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH PERBANKAN SYARIAH

Tukirin
STIE Tamansiswa - Jakarta

9 - 16

ANALISIS KEBIJAKAN HUTANG, DIVIDEN DAN NILAI PERUSAHAAN SEBAGAI MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE PADA PERUSAHAAN JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII) DAN INSUSTRI PERBANKAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEC INDONESIA

Wiwiek Prihandini
Institut Perbanas

17 - 22

TANTANGAN KEPEMIMPINAN DALAM MENGINTEGRASIKAN VISI DAN MISI INDIVIDU DENGAN VISI DAN MISI ORGANISASI

Syarif Ali
STIA. Mandala Indonesia - Jakarta

23 - 27

PENGARUH KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH, BESARNYA GAJI, DAN MOTIVASI MENGAJAR TERHADAP KINERJA GURU SEKOLAH DASAR WASKITO DI PAMULANG

Nurdin
STIE Sailendra

28 - 34

KRITERIA PEMIMPIN YANG BERKARAKTER DAN BERKOMPETENSI

Rini Wijayaningsih
Univ. Bung Karno

35 - 41

PENDIDIKAN

PENINGKATAN KEMAMPUAN SISWA TK. AL AFSAH BERKOMUNIKASI SECARA SEDERHANA DALAM BAHASA INGGRIS DENGAN COMMUNICATIVE LANGUAGE TEACHING

Suciana Wijirahayu
Dede Hasanudin
Univ. Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

42 - 48

HUKUM

KAJIAN PERLINDUNGAN HUKUM PADA PEMEGANG RAHASIA DAGANG

Dian Sufiati
FH. UNKRIS

49 - 57

TEKNOLOGI

STUDI KELAYAKAN UJI MIKRO KAITANNYA DENGAN CARBON EQUIVALEN PADA LEMBARAN BAJA MAMPU BENTUK ALL KILLED STEEL SHEET SISTEM BATC ANIL PADA PRODUK LINE BTR,ECL, DAN CRF PT. CRM KRAKATAU STEEL CILEGON

Budi Sukarno
Institut Sains dan Teknologi Nasional, Jakarta

58 - 64

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH PERBANKAN SYARIAH

Tukirin
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tamansiswa Jakarta

ABSTRACT

The Islamic banking has demonstrated its superiority in the storms of the world monetary crisis of 1997-1998. But in its development of Islamic banks is still a alternative in stimulating the economy and society can not become the main actors. The objective of this article is to study the reviewing results of related research publications in international journals of Islamic banks. The method used library research and analized descriptively. It can be concluded that it was found that Islamic banks have not been efficient, the Muslim community has realized that religion is the reason for the selection of banks different from the non-Muslim societies. On the whole Muslim community and non-Muslims to make the quality of service by the employee and the proximity of service facilities into consideration in choosing a bank. While non-Muslim society makes the interest rate becomes an important reason in saving money or making deposits in banks.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah menjadi kajian menarik pada saat sistem kapitalis tidak memberikan hasil yang memuaskan bagi perkembangan perekonomian dunia. Kepercayaan terhadap perbankan Syariah meningkat ketika pada saat krisis moneter tahun 1997 dan 1998 di Indonesia perbankan Syariah dapat mempertahankan kinerjanya. Pengelolaan perbankan yang dilandasi nilai-nilai keislaman yang mengutamakan kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dengan tidak mengeksplorasi salah satu pihak telah mampu mendorong perkembangan perbankan syariah di seluruh dunia termasuk di Indonesia.

Indonesia dengan penduduk 237,64 juta jiwa (data BPS tahun 2010) dan 88 % beragama Islam (serba-sepuh.blogspot.com,2011) menjadi pasar yang menarik bagi perbankan syariah. Setelah perekonomian Indonesia mengalami pemulihan dan bahkan mampu menghindari krisis ekonomi dunia pada tahun 2008 telah membangkitkan kegiatan perekonomian secara menyeluruh. Pada saat ini perekonomian Indonesia mampu tumbuh di atas 6 % per tahun di dalam perekonomian dunia yang mengalami krisis. Hal ini menunjukkan peluang perbankan di Indonesia sangat besar.

Aset bank umum syariah sampai dengan Oktober 2011 sebesar Rp 101,597 triliyun, sementara itu aset bank umum Rp 3.407,508 triliyun (Bank Indonesia,2011)

suatu perbandingan yang belum seimbang jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar dan mayoritas beragama Islam. Angka tersebut menunjukkan kontribusi bank Syariah dalam pembangunan perekonomian umat relatif masih kecil. Hal ini berarti bank Syariah belum mampu menjadi kompetitor yang seimbang bagi bank umum dalam kiprahnya di industri perbankan. Fakta ini menarik untuk dikaji mengingat partisipasi umat muslim Indonesia dalam memajukan perbankan Syariah belum memuaskan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi nasabah dalam memilih bank. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menganalisis publikasi internasional dari riset yang terkait dengan preferensi nasabah dalam memilih bank. Informasi diperoleh melalui jaringan internet dan dianalisis secara deskriptif.

PEMBAHASAN

Efisiensi Perbankan Syariah

Berdasarkan studi literatur yang menyelidiki efisiensi dari contoh bank syariah dan konvensional di 10 negara (Malaysia, Sudan, Bangladesh, Tunisia, Jordan, Lebanon, Yaman, Indonesia, Bahrain, dan Iran) dimana perbankan Islam beroperasi untuk periode 1996-2002, diperoleh ukuran efisiensi dipengaruhi kondisi makro ekonomi negara, aksesibilitas layanan perbankan dan jenis bank. Sementara faktor-faktor ini diasumsikan secara langsung

EKONOMI

mempengaruhi bentuk teknologi, asumsi yang digunakan negara, dan ukuran bank secara langsung mempengaruhi inefisiensi teknis. Perbankan Islam tampak terkait dengan penggunaan masukan tinggi. Selanjutnya, perbedaan ukuran bank dan distribusi internasional menyebabkan inefisiensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sudan dan Yaman relatif memiliki inefisiensi tinggi, sementara Bahrain dan Bangladesh diperkirakan lebih rendah. Kecuali untuk Sudan, di mana bank relatif kuat untuk skala usaha, bank sampel menunjukkan sangat kecil untuk skala usaha, bank-bank Islam yang ditemukan memiliki hasil cukup tinggi untuk skala usahanya dibanding bank konvensional. Sementara ini ditunjukkan bahwa bank-bank Islam dapat mengambil manfaat dari skala usaha yang meningkat. Hasil ini mengidentifikasi dan mengatasi faktor-faktor yang menyebabkan bank-bank Islam untuk memiliki *output* potensial yang relatif rendah untuk tingkat penggunaan masukan yang diberikan dan akan menjadi tantangan utama bagi perbankan Islam di dekade mendatang (Majid,Saal dan Battisti,2010).

Studi di Malaysia menemukan bahwa skema perbankan Islam (IBS), bank telah mencatat pengembalian yang lebih tinggi atas aset (ROA) karena mereka dapat memanfaatkan *overhead* yang ada dilakukan oleh bank-bank utama yang menurunkan biaya *overhead* mereka. Ditemukan pula bahwa rasio ROA yang lebih tinggi untuk bank IBS tidak berarti efisiensi. Hal ini juga konsisten dengan pemanfaatan aset dan margin rasio investasi yang relatif rendah. Temuan ini menegaskan bahwa perbankan Islam yang tumbuh subur cenderung tidak lebih efisien dibandingkan dengan bank utama. Meskipun produk kredit keuangan Islam mungkin telah memenuhi aturan Syariah, kurangnya konten etis tidak memotivasi bank IBS untuk meningkatkan efisiensi melalui skala usaha dan ruang lingkup ekonomi. Hal ini bukanlah ajaran Islam yang salah, tetapi Muslim sendiri yang tampaknya mengabaikan ajaran etika dasar hukum Islam. Dengan demikian, kepentingan seperti operasi perbankan Islam tidak diharapkan menunjukkan kinerja yang unggul sebagaimana seharusnya. Sebaliknya, studi ini menunjukkan bahwa perbankan utama dikelola lebih baik dari bank IBS (Rosly dan Bakar,2003).

Studi di atas menunjukkan perbankan Islam belum

mampu menggunakan modal secara efisien untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada pemangku kepentingan. Pihak perbankan Islam perlu memahami dan mencari upaya untuk meningkatkan efisiensi penggunaan modal agar dapat bersaing dan meningkatkan perannya dalam mendorong kemajuan perekonomian dunia.

Preferensi dalam Pemilihan Bank

Berdasarkan studi pertama yang dilakukan di Bahrain untuk memasukkan tiga jenis nasabah bank:(1) orang-orang dengan bank konvensional,(2) mereka yang dengan bank Islam, dan (3) yang menggunakan kedua jenis bank. Hasil didasarkan pada tingkat tanggapan 65,5 persen dari 1.000 kuesioner yang didistribusikan. Data diolah dan dianalisis dengan statistik deskriptif dan statistik non-parametrik (Mann-Whitney dan Kruskal-Wallis test), dan analisis faktor digunakan untuk menganalisis tanggapan. Temuannya adalah: Keyakinan agama Islam dan tanggung jawab sosial adalah dua faktor yang paling penting yang menentukan pilihan bank. Biaya manfaat adalah faktor yang paling penting yang ketiga dipertimbangkan dalam pemilihan bank; klien dari bank konvensional dan Islam berbagi sejumlah motif, namun mereka berbeda secara signifikan pada beberapa motif dalam kaitannya dengan pemilihan bank; dan klien bank-bank Islam lebih akrab dengan produk / jasa yang sesuai dengan syariah tersebut. Secara keseluruhan, untuk klien bank yang secara eksklusif dengan bank syariah, dan bagi mereka yang bank di berbagai bank, yang paling banyak menggunakan produk/jasa bank syariah adalah murabahah (Al-Ajmi, Hussain dan Al-Saleh,2009:1086-1112). Hasil penelitian tersebut mengandung implikasi bahwa dalam menerapkan strategi pemasaran bank syariah perlu dibangkitkan kesadaran terhadap keyakinan beragamnya, apalagi untuk kasus di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam dimana hal ini sangat potensial untuk meningkatkan nasabah bank syariah.

Selama ini, kalangan perbankan Syariah umumnya masih membidikkan sasaran pada para loyalis Syariah atau pasar yang fanatik terhadap Syariah. Masih jarang bank syariah yang mencoba menangkap pasar mengambang (*floating market*) atau pasar yang tidak

terlalu fanatik terhadap satu sistem perbankan, konvensional atau Syariah. Pasar ini dapat berpindah-pindah, tergantung sistem mana yang lebih menguntungkan (*Kompas*, 30 April 2003). Sejalan dengan ini, dapat disimak hasil penelitian Bank Indonesia tentang "Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa". Dalam Pokok-Pokok Hasil Penelitian, butir (5) disebutkan: Analisis faktor-faktor yang memotivasi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan Syariah ternyata untuk masyarakat Jawa Barat dan Jawa Timur yang lebih dominan faktor *kualitas pelayanan* dan *kedekatan lokasi* bank dari pusat kegiatan, sedangkan faktor pertimbangan keagamaan (yaitu masalah halal/haram) bukanlah menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kecenderungan menggunakan jasa bank syariah (Mutasowifin,2003).

Sebuah studi yang dirancang untuk menyelidiki perilaku nasabah perbankan bank Islam di negara Bahrain telah dilakukan. Data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner self-administered, khusus dirancang untuk mencapai tujuan belajar. Sebanyak 14 pertanyaan meliputi 14 atribut kunci dari perilaku perbankan pelanggan disiapkan setelah meninjau literatur yang relevan pada subjek, serta konsultasi dengan pejabat kunci dalam dua bank yang dipilih yaitu Bahrain Islamic Bank and Faisal Islamic Bank. Tiga belas dari 14 pertanyaan adalah pertanyaan tertutup untuk mendorong respon yang mudah dari pelanggan dan untuk memungkinkan para peneliti untuk menggunakan tes statistik dalam mengevaluasi temuan empiris dari penelitian. Kuesioner dibagikan kepada pemegang rekening di dua bank yang dipilih. Mengingat dua bank memiliki cabang, kuesioner dibagikan dalam semua cabang untuk mencari representasi yang lebih luas nasabah bank. Meskipun 400 kuesioner didistribusikan, ukuran sampel aktual (yaitu dapat digunakan kembali dan menyelesaikan kuesioner) adalah 300 pelanggan (160 dari Faisal Islamic Bank dan 140 dari Bank Islam Bahrain). Prosedur analisis data yakni dua jenis analisis yang dilakukan dalam penelitian ini: analisis profil dan analisis statistik. Analisis Profil dapat-dilihat sebagai sarana untuk mengklasifikasi set tertentu dari subyek menurut sejumlah tertentu dari atribut yang relevan.

Selain analisis profil, tes non-parametrik statistik juga digunakan dalam penelitian ini. Uji chi-kuadrat yang dipilih yang telah banyak digunakan dalam literatur diadopsi dalam penelitian ini karena dua alasan: pertama, kesesuaian dengan sifat data yang dikumpulkan, karena sebagian besar data adalah jenis nominal, kedua, penerapan teknik tidak memerlukan asumsi-asumsi ketat yang biasanya terkait dengan tes statistik parametrik. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas nasabah bank Islam berpendidikan, sekitar 80% adalah antara 25-50 tahun; lebih dari 50% dari yang disurvei pelanggan telah mempertahankan perbankan saat ini hubungan mereka dengan bank-bank Islam untuk lebih dari 6 tahun; kesadaran pelanggan dan tingkat penggunaan yang cukup tinggi untuk rekening tabungan, giro, rekening investasi dan mesin teller otomatis, pelanggan ditemukan paling puas dengan produk/layanan yang kebanyakan mereka gunakan, dengan rekening investasi menerima skor kepuasan tertinggi; karyawan bank Islam menerima skor kepuasan tertinggi di antara unsur-unsur dari sistem pelayanan (Metawa dan Almossawi,198).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, di Singapura, yang memiliki minoritas Muslim dalam populasi, baik muslim dan non-muslim umumnya tidak menyadari budaya perbankan Islam. Dalam kaitannya dengan kriteria seleksi bank, ada kesepakatan umum antara muslim dan non-muslim pada peringkat dari berbagai kriteria. Lima perbedaan yang signifikan dicatat, yang paling berhubungan dengan bunga yang dibayar lebih tinggi pada tabungan. Keinginan bunga yang harus dibayar yang lebih tinggi jauh lebih kuat pada non-muslim. Penelitian ini telah menetapkan bahwa, sementara sebagian kecil umat Islam memiliki kesadaran budaya perbankan Islam, non-muslim memiliki kurangnya kesadaran hampir seluruhnya. Ketika meninjau tanggapan dalam kaitannya dengan sikap terhadap bank Syariah, ada banyak perbedaan sikap, antara muslim dan non-muslim. Sebagai contoh, umat Islam jauh lebih berpendapat bahwa alasan agama dan profitabilitas memotivasi orang untuk deposit uang dengan bank Islam, banyak lagi yang berpendapat bahwa peningkatan jumlah cabang akan mengakibatkan penggunaan yang lebih besar jasa keuangan Islam; lebih akan mempertahankan deposito dalam gerakan perbankan

EKONOMI

Islam, bahkan jika bank Islam di mana mereka mendepositokan uang mereka tidak membuat keuntungan dalam satu tahun; lebih kuat setuju bahwa pemberian pinjaman bebas bunga oleh bank syariah membantu masyarakat dalam cara adil dan efisien; lebih mungkin untuk deposit jumlah yang tak terduga dengan bank Islam dan lebih jauh berpendapat bahwa peminjam mendapatkan keuntungan dengan diberikannya pinjaman yang tidak dikenakan biaya yang ditentukan sebelumnya (Gerrad dan Barton, 1997).

Dari uraian tersebut terlihat masyarakat non-muslim Singapura tidak menjadikan agama sebagai alasan untuk memilih bank, kenyataan ini menjadi peluang yang sangat besar bagi perbankan Syariah untuk memperluas pasarnya di kalangan non-muslim dengan menawarkan produk-produk perbankan yang kompetitif. Sementara itu masyarakat muslim menjadikan agama menjadi salah satu syarat dalam memilih bank selain dari profitabilitas dan kedekatan kantor pelayanan bank, ini merupakan peluang yang harus digarap oleh pelaku bisnis perbankan syariah untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Dalam konteks kriteria pemilihan bank, ada beberapa kesamaan dalam peringkat kriteria tertentu antara muslim dan non-muslim. Namun, beberapa perbedaan yang signifikan secara statistik dicatat. Sebagai contoh, umat Islam relatif lebih sedikit yang mengharuskan tingkat bunga dibayar tinggi untuk tabungan mereka. Juga, umat Islam dipengaruhi oleh pihak ketiga dengan cara yang lebih besar dari non-muslim, pihak ketiga tersebut menjadi saudara, teman dan media. Analisis faktor yang dilakukan pada respon baik muslim dan non-muslim untuk pernyataan pemilihan berbagai bank yang juga menunjukkan beberapa persamaan dan beberapa perbedaan (Gerrad dan Barton, 1997). Umat muslim relatif tidak terlalu terpengaruh dengan suku bunga untuk menabung dan lebih melihat saran pihak ketiga dalam memilih bank. Pihak bank Syariah perlu memanfaatkan strategi yang tepat dengan cara membangun citra positif untuk meningkatkan nasabah dari kalangan muslim. Untuk kalangan nasabah non-muslim suku bunga dan pelayanan masih menjadi daya tarik mereka dalam menabung di bank termasuk di bank syariah.

Persaingan yang ketat menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam struktur dan aktivitas dari sistem

perbankan di seluruh dunia. Bank bersaing tidak hanya dengan diri mereka sendiri, tetapi juga dengan lembaga keuangan lainnya dalam industri keuangan. Dalam masyarakat majemuk seperti Malaysia, kompetisi ini menjadi kuat dengan keberadaan bank Syariah, yang didirikan khusus untuk memenuhi kebutuhan populasi muslim negara itu. Untuk menarik lebih banyak pelanggan, baik bank konvensional dan Islam harus memiliki informasi tentang faktor-faktor yang digunakan oleh pelanggan dalam memilih bank-bank mereka. Akibatnya, bagaimana muslim dan non-muslim memilih bank mereka dan yang sering menggunakan layanan mereka yang diselidiki. Sebuah sampel 301 pelanggan muslim dan non-muslim bank komersial di kota-kota Alor Setar, Sungai Petani, dan Kangar disurvei. Populasi untuk masing-masing kota adalah sekitar 100.000 dan setengah dari penduduk di tiap kota terdiri dari Muslim. Kota-kota ini dipilih karena mereka mewakili lingkungan perbankan yang kompetitif dibandingkan dengan kota-kota lain di negara bagian (Kedah dan Perlis). Pelanggan memiliki berbagai bank dan lembaga keuangan non-bank yang dapat dipilih. Data untuk studi ini dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecuali untuk beberapa perbedaan dalam hal urutan kepentingan, baik muslim dan non-muslim menghargai sifat yang sama ketika memilih bank-bank mereka. Faktor yang paling penting yang dipertimbangkan oleh muslim ketika memilih lembaga keuangan mereka adalah "pelayanan yang cepat dan efisien" dan faktor ini menduduki peringkat kedua oleh non-muslim. "Keramahan personel bank", dianggap sebagai faktor yang paling penting oleh non-muslim, menempati peringkat ketiga dengan pelanggan muslim. Oleh non-muslim dianggap "reputasi dan citra bank" dan "penerimaan diterima di bank" sebagai faktor penting yang masing-masing ketiga dan keenam, tetapi menurut muslim peringkat faktor-faktor tersebut masing-masing ketujuh dan keempat belas (Haron,Nocafifah, dan Sandra; 1994)

Ada banyak kesamaan dan perbedaan antara temuan penelitian ini dan temuan penelitian sebelumnya. Pemilihan "pelayanan yang cepat dan efisien" sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan seleksi oleh muslim dan non-muslim adalah konsisten dengan temuan oleh Kaynak (1986), Erol dan El-Bdour (1989) dan Turnbull

juga peringkat tinggi dalam penelitian ini dianggap sebagai faktor yang paling penting oleh responden sesuai temuan Laroche et al 's.(1986). "Rekomendasi oleh teman-teman dan kerabat", yang dianggap sebagai faktor yang paling penting oleh responden dalam penelitian Anderson dkk, (1976) dan Tan dan Chua (1986), berada di peringkat dua puluh tiga dalam penelitian ini. Ketidak konsistensi antara temuan penelitian Tan dan Chua (1986), sejauh sebagai rekomendasi yang bersangkutan, agak aneh, mengingat bahwa responden dari kedua negara memiliki banyak kesamaan. Seperti Singapura, Malaysia juga memiliki jaringan sosial yang kuat dan ikatan keluarga dekat. Dalam budaya oriental, di mana orang masih mempertahankan nilai-nilai tradisional yang kuat, saran teman dan kerabat masih memiliki pengaruh kuat pada proses pengambilan keputusan seseorang. Lokasi yang nyaman, atau lokasi yang dekat rumah atau kantor, yang ditemukan penting dalam penelitian sebelumnya (Kaynak,1986; Laroche et al,1986; dan Riggall,1980), ditemukan tidak penting dalam penelitian ini. Ini mungkin dapat dijelaskan oleh lokasi berkerumun dan kenyamanan maka setara dari semua bank di kota-kota sampel. Terlepas dari "rekomendasi oleh teman-teman dan kerabat", faktor penting lain dalam keputusan seleksi adalah "penampilan luar dari bank", "ukuran bank", "iklan media massa" dan "kenyamanan interior" (Haron, Norafifah dan Sandra L.,1994).

Berdasarkan studi literatur ditemukan bahwa keyakinan religius merupakan faktor kunci dalam penggunaan keuangan Islam, konsumen juga mengidentifikasi reputasi bank, kualitas pelayanan dan harga sebagai relevansi. Ketika memilih produk-produk lembaga keuangan dan jasa, perusahaan bisnis biasanya menggunakan kriteria yang yang lebih konvensional, seperti biaya keuangan, dalam pengambilan keputusan mereka. Ada juga kepentingan antara lembaga keuangan dalam memasok produk-produk keuangan Islam dan jasa, tapi ini diatasi dengan komplikasi dengan manajemen perusahaan dan kurangnya keakraban dengan kondisi bisnis. Konsep berbagi risiko dengan peminjam berfungsi sebagai penghalang besar untuk menarik kebanyakan lembaga keuangan dalam metode keuangan Islam (Gait, 2008).

Penelitian pada 32 bank-bank besar di Malaysia

termasuk bank-bank konvensional dan bank Islam dilakukan di Kuala Lumpur (KL), ibu kota Malaysia dan negara bagian Selangor, yang merupakan jantung dan pusat kebanyakan bisnis di Malaysia. Populasi target untuk penelitian ini adalah nasabah dari bank Islam dan bank konvensional. Para unit sampling terdiri dari pelanggan yang tinggal di kota-kota besar di sekitar Lembah Klang, Malaysia khususnya di Kuala Lumpur dan Shah Alam, ibukota Negara Selangor. Para penduduk di daerah ini memiliki akses ke semua jenis saluran perbankan dan dengan demikian dapat dianggap sebagai sangat mewakili populasi target untuk evaluasi kualitas layanan bank di Malaysia. Para responden adalah pelanggan dari kedua bank konvensional dan bank Islam dengan profil demografis yang berbeda dengan usia 21 ke atas. Data utama yang digunakan untuk penelitian ini telah dikumpulkan melalui metode survey dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Temuannya adalah model SERVQUAL dimodifikasi terdiri dari empat faktor kritis (dimensi) yang dideteksi oleh analisis faktor: tangibility, kehandalan, kompetensi, dan kenyamanan. Hasil mengungkapkan bahwa harapan pada kompetensi dan kemudahan adalah berbeda secara signifikan antara bank konvensional dan Bank-bank Islam, sedangkan persepsi tentang tangibility dan kemudahan adalah ditemukan secara signifikan berbeda antara kedua jenis bank. Penerapan analisis dominasi dalam Model SERVQUAL menunjukkan bahwa perbedaan antara kedua jenis bank adalah dalam hal derajat dan tidak pola. Kompetensi dan kemudahan adalah ditemukan faktor-faktor relatif lebih mendominasi di kedua jenis bank. Kedua dimensi bersama-sama dapat membantu untuk mengurangi kesenjangan kualitas pelayanan secara keseluruhan 72 persen dalam kasus bank konvensional dan 85 persen dalam kasus bank-bank Islam (Kumar, Kee, dan Charles,2010).

Penelitian dari data yang dikumpulkan dengan kuesioner *self-administered* didistribusikan kepada responden pada 52 cabang bank syariah yang berbeda yaitu Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) dan Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB) di empat negara bagian yang berbeda dari Malaysia, Kelantan, Penang, Kuala Lumpur dan Johor, mewakili empat daerah utama masing-masing yakni Timur, Utara, Tengah dan Selatan.

EKONOMI

Kuesioner melibatkan sampel 750 responden dari empat wilayah yang berbeda di Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan fakta paling penting yang diungkapkan oleh studi ini adalah bahwa kepuasan pelanggan sering tergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh bank-bank Islam. Kualitas jasa meliputi faktor-faktor seperti memperlakukan pelanggan dengan sopan dan hormat; kemampuan staf untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan, efisiensi dan efektivitas dalam menangani setiap transaksi; dan berpengetahuan dan kesiapan dalam memberikan solusi dan jawaban tentang produk bank syariah dan layanan. Akibatnya, bankir Islam tidak bisa lagi bergantung pada strategi pemasaran menarik pelanggan saleh dan religius yang mungkin hanya memiliki kekhawatiran tentang ke-Islaman dari produk keuangan. Hal yang penting wawasan diidentifikasi pada peringkat perbankan yang kriteria seleksi menyiratkan perlunya bank Islam untuk meningkatkan kualitas layanan yang sekarang dianggap sebagai faktor keberhasilan kritis yang mempengaruhi daya saing organisasi. Selain itu, masalah lain yang substansial, yang membutuhkan perhatian, adalah kebutuhan untuk mengintensifkan pendidikan masyarakat dan kesadaran terhadap karakteristik khas bank-bank Islam dan bagaimana hal itu menguntungkan mungkin sesuai dengan kepentingan pelanggan di transaksi keuangan mereka. Bank-bank Islam memiliki potensi yang dipasarkan ke berbagai segmen pelanggan memperluas melampaui orang-orang yang peduli dengan legitimasi fasilitas dari sudut pandang Islam dan mereka yang mencari pelayanan, kenyamanan kualitas dan transaksi yang efisien. Program pendidikan konsumen oleh karena itu penting untuk meningkatkan tingkat kesadaran konsumen tentang karakteristik unik dari Perbankan Islam dan lebar-rangkaian produk keuangan yang ditawarkan Bank Islam (Dusuki dan Abdullah, 2007).

Dari uraian di atas preferensi nasabah dalam memilih bank Islam sebagian tergantung pada faktor religius, namun sebagian besar tidak tergantung pada faktor religius. Pada dasarnya kualitas pelayanan, kenyamanan, efisiensi dalam transaksi, kemampuan dan kesigapan dalam memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, serta agresifitas dari pihak bank dalam memberikan informasi kepada nasabah

sangat menentukan pemilihan bank baik itu untuk bank Islam maupun bank konvensional.

Keterkaitan Perbankan Syariah dan Lembaga Keuangan Mikro

Perbankan Islam dan lembaga keuangan mikro didasarkan pada keyakinan bahwa setiap orang dalam perekonomian berhak untuk keadilan ekonomi. Mereka berdua percaya agunan pinjaman bebas dan percaya bahwa setiap orang, termasuk masyarakat miskin, adalah harus diberikan kredit dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi lokal. Namun, keyakinan mulia ini tidak cukup karena dalam praktik yang sebenarnya tidak cukup dari Islam yang miskin sedang dibantu oleh lembaga baik dalam upaya mereka untuk melarikan diri dari keadaan ekonomi mereka yang mengerikan. Berdasarkan wawancara di musim panas tahun 2006 di Iran ditemukan petani miskin dan penduduk di daerah pedesaan yang membutuhkan pinjaman kecil untuk memperbaiki kehidupan mereka tetapi mereka tidak tahu kepada siapa harus berpaling. Bank-bank lokal tidak menjangkau para petani dan desa. Lembaga keuangan mikro bukan alternatif karena melanggar larangan Islam yaitu menerapkan bunga untuk pinjaman.

Sebagai konsekuensi tragis, orang-orang ini terjebak dalam lingkaran setan kemiskinan. Perbedaan antara praktik-praktek perbankan Islam dan mikro bisa dihilangkan dan bahwa dengan modifikasi, praktik dari masing-masing bisa sangat baik dikombinasikan. Pada dasarnya, praktik-praktek perbankan Islam harus dikombinasikan dengan lembaga keuangan mikro bebas bunga. Hal ini dapat dilakukan dengan mendirikan lembaga keuangan mikro lokal Islam di daerah pedesaan yang menyediakan kredit mikro dan jasa keuangan bagi masyarakat miskin dengan mempraktikkan metode perbankan Islam Mudharabah dan Musyarakah (bagi hasil) atau Murabahah (biaya ditambah *mark up* harga). Kedua sistem, tentu saja, mungkin memiliki kelemahan tetapi kelemahan ini bisa diatasi dengan modifikasi kecil. Bahkan, beberapa modifikasi ini diperlukan di Suriah dan Yaman yang membuktikan bahwa sistem bisa diatur dengan cara yang konsisten dengan hukum Islam. Lembaga keuangan mikro Islam harus mempraktikkan prinsip-prinsip dari sukses praktik keuangan mikro (Brandsma dan Chaouali, 1998).

Lembaga keuangan mikro Islam dapat didirikan oleh bank lokal atau oleh organisasi swasta. Di sisi lain lembaga-lembaga ini membawa kredit mikro untuk kaum miskin dengan menjangkau di mana mereka tinggal (Shahinpoor, 2009).

Uraian di atas menunjukkan bahwa prinsip perbankan Islam dapat dikombinasikan dengan lembaga keuangan mikro sehingga dapat diakses oleh masyarakat miskin di pedesaan untuk melepaskan mereka dari kemiskinan. Oleh karena itu dibutuhkan pihak-pihak yang peduli terhadap masyarakat miskin agar pembangunan dapat dinikmati oleh umat manusia.

Pembahasan Umum

Dari berbagai penelitian perbankan Syariah, dan perbandingan nasabah bank syariah dan bank konvensional diperoleh beberapa kesamaan dan beberapa perbedaan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang prima, efisiensi dalam transaksi, fasilitas, keramahan karyawan, kedekatan lokasi bank menjadi faktor menentukan dalam pemilihan perbankan. Sebagian kecil dari responden menganggap bunga tabungan yang diberikan oleh bank menjadi dasar pemilihan bank. Namun biaya manfaat menjadi faktor yang relatif penting. Sebagian dari nasabah muslim menganggap ajaran agama sebagai dasar untuk memilih bank yang sesuai dengan aturan legitimasi agama. Sedangkan nasabah non-muslim tidak merisaukan masalah agama, bagi mereka yang penting adalah profitabilitas. Dilihat dari kinerja bank diketahui bank syariah belum dapat dikatakan lebih unggul dibandingkan dengan bank konvensional terutama terkait dengan efisiensi. Dari kajian literatur juga ditemukan promosi dan saran teman atau keluarga juga menentukan pilihan bank. Di samping itu terdeteksi perlunya pendidikan masyarakat dalam memahami perbankan syariah. Kepedulian terhadap masyarakat miskin baik bank syariah, bank konvensional, dan lembaga keuangan mikro Islam belum melakukannya secara baik.

Seluruh kajian literatur tersebut dapat dikaitkan dengan informasi berikut: Dari uraian di atas maka akan sangat menarik bila diteliti dari sisi perbankan syariahnya, tidak hanya dari sisi nasabahnya. Ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan masyarakat Indonesia

yang mayoritas beragama Islam kurang tertarik menggunakan jasa perbankan syariah antara lain: (1) mungkin mereka tidak terlalu paham dengan produk bank syariah yang istilah-istilahnya belum dimengerti, (2) Mungkin bank syariah sangat sulit mereka temukan di sekitar tempat aktivitas mereka, (3) Mungkin bank syariah melakukan promosi yang tidak terlalu gencar dan tidak kontinu, (4) Mungkin manajemen bank syariah kalah dengan bank konvensional dalam melihat peluang bisnis, (5) Mungkin jumlah bank Syariah masih terbatas dan skala bisnisnya masih relatif kecil, (6) Mungkin masyarakat tidak terbiasa dengan bagi resiko dan hanya terbiasa dengan bagi hasil; masih banyak kemungkinan lain yang menyebabkan masyarakat muslim Indonesia kurang tertarik menggunakan jasa perbankan syariah.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Perbankan syariah masih menjadi alternatif dalam mendorong kegiatan ekonomi masyarakat dunia baik muslim maupun non-muslim.
2. Perbankan syariah yang memiliki konsep berbagi benefit dan resiko, baru dapat diterima sebagian yaitu berbagi benefit, tetapi yang berbagi resiko belum dapat diterima secara luas oleh nasabah.
3. Masyarakat muslim umumnya menyadari bahwa agama menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih bank sedangkan masyarakat non-muslim tidak menjadikan agama menjadi pertimbangan dalam memilih bank.
4. Kualitas pelayanan oleh karyawan bank syariah, efisiensi dalam transaksi, kesigapan karyawan dalam memberikan solusi masalah nasabah, dan kedekatan fasilitas pelayanan menjadi faktor penting bagi semua nasabah baik muslim maupun non muslim dalam memilih bank. Untuk masyarakat non-muslim bunga tinggi menjadi alasan tambahan untuk menabung di bank.

Saran-saran

1. Sebaiknya perbankan Islam memberikan pendidikan kepada masyarakat melalui iklan atau promosi yang positif agar dapat menjangkau nasabah yang lebih luas sehingga perannya dalam perekonomian tidak hanya sebagai akternatif tetapi menjadi pesaing utama bank

EKONOMI

konvensional.

2. Untuk melayani masyarakat miskin di pedesaan perlu kombinasi prinsip perbankan Islam dan lembaga keuangan mikro agar masyarakat mau dan berani bertransaksi dengan lembaga keuangan mikro untuk membantu kegiatan ekonominya.
3. Jika akan diteliti lebih lanjut maka ada baiknya meneliti perbandingan penerapan strategi bank Islam dan bank konvensional dalam mengelola bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ajmi, Jasim, Hameeda Abo Hussain and Nadhem Al-Saleh. *Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose which Bank to Patronize*. International Journal of Social Economics, 36 (11), 2009;1086-1112
- Badan Pusat Statistik. *Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Propinsi Tahun 2010*, diunduh pada tanggal 15 Desember 2011.
- Bank Indonesia. *Statistik Perbankan Indonesia Vol. 9, No. 11, Oktober 2011*.
- Dusuki, Asyraf Wajdi and Nurdianawati Irwani Abdullah. *Why do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks?* Emerald International Journal of Bank Marketing 25 (3), 2007;142-160.
- Gait, Alsadek. *An Empirical Survey of Individual Consumer, Business Firm and Financial Institution Attitudes Towards Islamic Methods of Finance*. International Journal of Social Economics, 35 (11), 2008;783-808.
- Gerald, Philip and Cunningham J. Barton. *Islamic Banking: A study in Singapore*. The International Journal of Bank Marketing, Bradford, 15 Iss 6, 1997: 204.
- Haron,Sudin, Ahmad Norafifah, dan Planisek Sandra I , *Bank patronage factors of Muslim and non-Muslim customers*. The International Journal of Bank Marketing, Bradford 12, Iss, 1994;32-40.
- Kumar, Mukesh, Fong Tat Kee, and Vincent Charles. *Comparative Evaluation of Critical factors in Delivering Service Quality of Banks: An application of Dominance Analysis in Modified SERVQUAL Model*. International Journal of Quality & Reliability Management 27(3), 2010;352-378.
- Majid, Mariani Abdul, David S. Saal, dan Giuliana Battisti. *Efficiency in Islamic and conventional banking: an international Comparison*. J Prod Anal, 34, 2010;25-43.
- Metawa, Saad A., dan Mohammed Almossawi. *Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications*. The International Journal of Bank Marketing. Bradford, 16 Iss 7;1998-299.
- Mutasowifin, Ali. *Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Pasar Non-Muslim*. Jurnal Universitas Paramadina, 3(1),2003: September.<http://google.co.id> diunduh 7 Oktober 2011.
- Rosly, Syaful Azhar dan Mohd Afandi Abu Bakar. *Performance of Islamic and mainstream banks in Malaysia*. International Journal of Social Economics, Beadford, 30, Iss 11/12, 2003;1249-1265.
- Serba-Sepuluh.blogspot.com. *10 Negara dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbesar di Dunia*. Diunduh tanggal 10 Januari 2012
- Shahinpoor, Nasrin. *The Link Between Islamic Banking and Microfinancing*. Emerald International Journal of Social Economics, 36 (10), 2009;996-1007.

**PERBANKAN
SYARIAH
MEMBUTUHKAN
KEJUJURAN
MASYARAKAT
DAN PENGELOLA
PERBANKAN
AGAR DAPAT
DILAKUKAN
BAGI HASIL DAN
BAGI RISIKO
YANG ADIL SESUAI
TUNTUTAN
SYARIAH**