

PERSEPSI SANTRI TERHADAP BANK SYARIAH

by Any Meilani

Submission date: 24-Sep-2021 10:24AM (UTC+0700)

Submission ID: 1656156154

File name: 4_Jurnal_JEBI_Any_2017.pdf (266.36K)

Word count: 5378

Character count: 31615

PERSEPSI SANTRI TERHADAP BANK SYARIAH

ANY MEILANI

Universitas Terbuka, Jakarta

E-mail: any@ecampus.ut.ac.id

Abstract

The theme of the article is "economy based on the principles of Islam". The purpose of this research is to identify the santri perception toward syariah bank and to analyze the perception of santri between pesantren one with other pesantren. The location of the research was conducted in three locations, namely Darunnajah Pesantren, Pesantren Daar El-Qolam and Pesantren Darul Amanah. The sample of the research is santri of 120 people, taken by simple random sampling from each pesantren counted 40 people by using questioner. The questionnaire contains the profiles and perceptions of santri towards sharia banks. To analyze the santri's perception level in general and to compare the santri perception level between pesantren one with other pesantren using Factor Analysis with Lisrel 8,54. The results showed that: 1) The level of perception of santri against Islamic banks is proportionally equal. The level of perception is almost owned by students (47.5%), perceptions good and very good (44.1%), and less (8.3%). This shows that students in pesantren have a good perception about syariah bank; 2). The perception of santri towards Islamic banks in three different levels of pesantren. The highest levels of students' perceptions are the Darunnajah Pesantren, the Daar El-Qolam Pesantren, and the Darul Amanah Pesantren. For the future, sharia banks should conduct socialization to pesantren because pesantren is a big potential for the development efforts of sharia banks in Indonesia.

Keywords: Perception of Santri, Pesantren, Islamic Bank

PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat terutama sejak terbit dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan syariah. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, berisi penegasan bahwa Bank Indonesia sebagai otoritas moneter menjamin kelegalan bank syariah dan memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi bank syariah. Perkembangan jaringan kantor perbankan syariah sampai dengan Juni 2015 seperti tertera pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Jaringan Kantor Perbankan Syariah 2009 - 2015

Bank	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*)
Bank Umum Syariah							
- Jumlah Bank	6	11	11	11	11	12	12
- Jumlah Kantor	711	1.215	1.401	1.745	1.998	2.151	2.121
Unit Usaha Syariah							
- Jumlah Bank Umum yang memiliki UUS	25	23	24	24	23	22	22
- Jumlah Kantor	287	262	336	517	590	320	327
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah							
- Jumlah Bank	38	150	155	158	163	163	161
- Jumlah Kantor	225	286	364	401	402	439	433
Jumlah	1.223	1.763	2.101	2.663	2.900	2.910	2.881

*) sampai Juni 2015

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2015

Meskipun perkembangan perbankan syariah menunjukkan adanya kenaikan jumlah jaringan kantor perbankan syariah, tetapi aset perbankan syariah masih jauh di bawah aset perbankan nasional konvensional. Permana (Kompas.com, 2012) menjelaskan hingga saat ini aset industri perbankan syariah masih memiliki pangsa pasar di bawah 4 persen dari keseluruhan perbankan nasional dan menurut Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ahmad Buchori (Infobanknews, 2016) sampai Oktober 2015 OJK mencatat pangsa perbankan syariah masih di bawah 5%.

Permana (Kompas.com, 2012) menyebutkan tiga masalah besar dalam perbankan syariah, yaitu:

- 1) Ketersediaan produk dan standarisasi produk perbankan syariah. Hal ini dikarenakan selama ini masih banyak bank syariah yang belum menjalankan bisnisnya sesuai prinsip syariah. Standarisasi ini diperlukan dengan alasan industri perbankan syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Apalagi, produk bank syariah tidak hanya diperuntukkan bagi nasabah muslim, melainkan juga nasabah non muslim;
- 2) Tingkat pemahaman (*awareness*) produk bank syariah. Hingga saat ini, sangat sedikit masyarakat yang tahu tentang produk-produk perbankan syariah dan istilah-istilah di perbankan syariah;
- 3) Industri perbankan syariah adalah sumber daya manusia (SDM). Masalah yang terjadi adalah pihak perbankan kesulitan

untuk mencari SDM perbankan syariah yang berkompeten dan mumpuni.

Menurut Direktur Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (Tempo.co, 2015), terdapat tujuh masalah yang harus diatasi oleh perbankan syariah agar bank syariah dapat maju dan berkembang, yaitu:

- 1) Kurangnya sinergi antara OJK dan pemerintah dalam membangun industri keuangan syariah. Industri keuangan syariah di Indonesia dengan Malaysia yang sudah lebih maju. Pemerintah Malaysia memberi dukungan dengan bentuk insentif pajak, tax holiday, riset, dan pengelolaan anggaran belanja negara.
- 2) Modal perbankan syariah. Pada *blueprint* perbankan syariah setiap tahunnya selalu memuat misi bank syariah harus mampu mandiri hingga mampu memisahkan diri dari induknya. Tetapi hal tersebut belum dapat dilakukan karena kapasitas yang masih terbatas.
- 3) Biaya dana perbankan syariah yang mahal. Hal ini yang menjadi penyebab masyarakat mengeluh perbankan syariah lebih mahal dibandingkan bank umum konvensional. Kondisi saat ini, bank syariah banyak bergantung dari deposito masyarakat yaitu sebesar 60 persen, dan sisanya 40 persen merupakan tabungan, berkebalikan dari bank umum.
- 4) Produk bank syariah yang tidak variatif dan belum dapat diakses masyarakat. Akses pendanaan bank syariah masih kurang pada sektor-sektor tertentu, khususnya

infrastruktur, pertanian, maritim, dan perkebunan. Padahal sektor tersebut memiliki prospek yang bagus, namun sejauh ini bank syariah masih main di sektor riil saja. Perbankan syariah Indonesia saat ini baru memiliki 17 produk, sedangkan Malaysia sudah mencapai 45 produk.

- 5) Kualitas sumber daya manusia di perbankan syariah yang kurang memadai. Hanya sedikit SDM berkualitas yang mau bergabung di bank syariah, kebanyakan SDM yang berkualitas ada di bank konvensional, sehingga terjadi ada *gap of human resources*.
- 6) Pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah yang masih kurang. Edukasi harus terus dilakukan sehingga masyarakat yang tadinya tidak memiliki minat terhadap perbankan syariah lambat laun mulai tertarik.
- 7) Pengaturan dan pengawasan perbankan syariah oleh OJK yang masih harus ditingkatkan. Pengaturan dan pengawasan ini penting untuk meningkatkan daya saing dan untuk mencapai *good corporate governance*.

Indonesia merupakan negara muslim mayoritas terbesar di dunia. Namun amat disayangkan kebanyakan penduduk di Indonesia belum memiliki kesadaran (*awareness*) tentang ekonomi, perbankan dan keuangan syariah. Khalid How-ladar, Kepala Islamic Finance Moody's, menyatakan bahwa salah satu tantangan terbesar perkembangan keuangan syariah di tanah air adalah rendahnya kesadaran masyarakat tentang perbankan dan keuangan syariah (Hidayat, 2015).

Pentingnya kesadaran masyarakat sebenarnya sudah mulai disadari *stakeholders* perbankan dan keuangan syariah di tanah air. Otoritas Jasa Keuangan misalnya, secara regular mengadakan Forum Riset Keuangan Syariah yang diadakan berkerjasama dengan Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) dan universitas-universitas di Indonesia. Program-program tentang ekonomi, perbankan dan keuangan syariah pun mulai marak di televisi dan radio-radio di tanah air. Namun, usaha-usaha peningkatan kesadaran masyarakat diatas masih perlu ditingkatkan lagi. Banyak masyarakat awam yang belum sadar dengan keberadaan ekonomi rabbani di tanah air. Bahkan, sebahagian masyarakat justru mendapat informasi yang keliru, yang menyimpulkan tidak ada bedanya antara ekonomi, perbankan dan keuangan syariah dengan ekonomi, perbankan dan keuangan konvensional. Kesemuanya itu bukti masih kurangnya kesadaran masyarakat.

Berdasarkan survey OJK pada tahun 2013 yang dilaksanakan di 20 provinsi di Indonesia diketahui bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang tergolong *well literate* hanya mencapai angka 21,84 persen. Khusus terhadap perbankan, tingkat literasi yang termasuk kategori tinggi atau *well literate* ini juga tidak jauh berbeda, yaitu mencapai angka 21,80 persen. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga perbankan dan produk dan jasa perbankan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa perbankan, hanya seperlima dari total

penduduk secara keseluruhan. Rendahnya tingkat literasi keuangan selaras dengan rendahnya pemanfaatan produk dan jasa perbankan oleh masyarakat yang hanya mencapai 57,28 persen (Mufihani, 2015). Untuk *well literate* di bidang keuangan syariah dan utilitas produk, tentu jauh makin rendah, mengingat *market share* keuangan syariah belum mencapai 5 persen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Mufihani (2015) terhadap 70 pelaku usaha mikro yang sudah menjadi nasabah bank syariah, diketahui bahwa mayoritas responden (40%) memiliki tingkat literasi yang rendah terhadap perbankan syariah. Hal ini didasarkan pada masih rendahnya pemahaman pelaku usaha mikro terhadap konsep bank syariah, produk dan jasa perbankan syariah serta keterampilan dalam menggunakan produk bank syariah. Adapun prosentase responden dengan tingkat literasi sedang dan tinggi masing-masing mencapai angka 28,57% dan 31,43%. Hasil studi ini juga memaparkan bahwa tingkat literasi perbankan syariah dapat mempengaruhi sikap responden terhadap lembaga perbankan syariah. Dari 22 responden dengan tingkat literasi perbankan syariah tinggi, seluruhnya (100%) telah mengajak keluarga dan pedagang lain untuk menjadi nasabah bank syariah, sedangkan dari 20 responden dengan tingkat literasi sedang, hanya 17 responden saja yang mengajak keluarga dan pedagang lain untuk menabung di bank syariah, adapun untuk 28 responden yang tingkat literasinya rendah, hanya 13 responden atau 46,42%

saja yang mengajak keluarga dan pedagang lain untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi masyarakat terhadap perbankan syariah, maka akan semakin memudahkan upaya untuk mendorong mereka menjadi “juru kampanye” bagi pengembangan industri perbankan syariah ke depan. Mereka akan dengan mudah mengajak warga masyarakat lainnya untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil riset ini hendaknya juga dijadikan cerminan bahwa ternyata upaya mengedukasi tingkat literasi mereka yang sudah menjadi nasabah bank syariah saja masih belum optimal, apalagi terhadap mereka yang belum pernah bersinggungan dengan bank syariah.

Menurut Imahfudh (2015) masih terdengar nada sinis dari sebagian umat islam terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya, seperti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional hanya kosa kata belaka yaitu “bunga “ diganti dengan “bagi hasil”. Umumnya orang hanya tahu bahwa bank syariah adalah bank tanpa bunga dan tidak tahu sama sekali mengenai mekanisme “bagi hasil” sehingga sering bertanya-tanya kalau menabung di bank syariah dan tidak mendapatkan bunga lalu saya mendapat apa? Disisi lain menurut persepsi mereka yang namanya bagi hasil pasti nilainya lebih kecil dari bunga bank. Sementara bank syariah dengan sistim bagi hasil tidak memberikan kepastian pendapatan sebagaimana bunga bank konvensional memberikan kepastian pendapatan. Menurut sebagian pedagang yang membutuhkan pinjaman, menyatakan kredit

di bank syariah prosesnya rumit dan berbelit-belit. Bank syariah juga masih dipandang sebagai lembaga sosial seperti menyalurkan zakat dan memberikan uang tanpa perlu mengembalikan. Ada pula yang berpendapat suku bunga di bank konvensional bukan riba selama tidak melebihi tingkat inflasi sekitar 10% seperti sekarang ini, sehingga suku bunga bank 10% atau kurang dari 10% berarti bukan riba. Bunga itu hanya penggantian terhadap nilai uang yang turun dari akibat inflasi tadi. Argumentasi ini menjadi alasan mengapa lebih memilih bank konvensional. Sebagai pendatang baru di blantika perbankan, konsep bank syariah menghadapi situasi sulit, umat Islam yang awam dengan budaya perbankan dan masyarakat yang hidup dalam cengkeraman ekonomi kapitalis sejak ratusan abad.

Kesalahpahaman terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya. Banyak masyarakat yang belum memahami secara benar apa itu lembaga keuangan syariah, sistem yang dipakai, jenis produknya, serta apa keunggulan lembaga keuangan syariah bila dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

Fakta lain yang ikut membentuk persepsi masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah, yaitu komunikasi atau promosi yang dilakukan lembaga keuangan syariah kurang maksimal. Padahal promosi sangat efektif untuk sosialisasi, membentuk image dan merubah perilaku masyarakat menuju sistem keuangan syariah. Banyak faktor

penyebab Lembaga Keuangan Syariah kurang berpromosi dalam rangka meningkatkan penjualan diantaranya anggaran promosi yang relative masih kecil, bila dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Disamping keterbatasan lain seperti SDM Lembaga Keuangan syariah. Hal ini menjadi tantangan Perbankan syariah dan Lembaga Keuangan syariah lainnya, namun juga ujian bagi umat Islam secara keseluruhan mulai dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), ormas-ormas Islam, Parpol Islam, para akademisi, cendekiawan muslim serta seluruh komponen umat Islam yang mempunyai komitmen terhadap perkembangan ekonomi syariah untuk mensosialisasikan secara merata agar masyarakat sadar dan memahami secara benar terhadap Perbankan Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah lainnya. Ini merupakan kerja besar yang memerlukan waktu, kebersamaan dan sinergi, usaha serius serta dana yang tidak sedikit.

Berbagai kelemahan dan tantangan masih harus dihadapi oleh bank syariah berkaitan dengan apresiasi masyarakat terhadap bank syariah. Diantara kelemahan tersebut adalah masih terbatas dan kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai produk dan jasa bank syariah. Masih banyak segmen masyarakat yang harus menjadi sasaran sosialisasi yang optimal, terutama segmen masyarakat yang dinilai berada di lingkungan yang berpotensi dalam menumbuhkan dan menerapkan nilai-nilai syariah.

Pondok pesantren merupakan salah satu unsur strategis dalam tatanan masyarakat.

Pesantren merupakan institusi pendidikan Islam tradisional yang didirikan oleh perorangan, yakni kyai. Pesantren akhir-akhir ini masuk atau bahkan menjadi model pendidikan alternatif di tengah pengapnya sistem dan model pendidikan Indonesia yang selalu menuai kritik. Artinya, pesantren kini bukan lagi sebatas menjadi identitas kelompok tertentu, melainkan menjadi milik umat Islam semuanya. Popularitas pesantren juga dibarengi oleh terbitnya buku-buku yang membahas tentang pondok pesantren. Tidak saja ditulis oleh para ahli Indonesia, melainkan juga para penulis dan peneliti asing. Tidak keliru bila pesantren diidentifikasi sebagai institusi pendidikan Islam yang memiliki kekuatan yang tangguh. Santri merupakan salah satu unsur pesantren yang potensial untuk pengembangan keuangan syariah. Berdasarkan itu, peneliti tertarik meneliti respon dari kalangan pesantren terhadap perbankan syariah, khususnya para santri karena mereka pun merupakan kalangan yang berpotensi untuk dijadikan pangsa pasar dari bank syariah.

Berdasarkan itu, artikel ini membahas mengenai persepsi santri terhadap bank syariah. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengidentifikasi persepsi santri terhadap bank syariah serta menganalisis perbedaan persepsi santri antara pesantren satu dengan pesantren lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi bank syariah dalam rangka melakukan sosialisai dan promosi bank syariah serta bagi peneliti untuk memperoleh bahan-bahan kajian tentang perilaku civitas akademika pesantren terhadap bank syariah.

Bank Syariah dan Penelitian Sebelumnya

Menurut Arifin (2006), bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Prinsip utama yang diikuti oleh bank islami ini adalah:

- a. Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi
- b. Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuantungan yang sah
- c. Memberikan zakat

Sepanjang praktek perbankan konvensional tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip islam, bank-bank islam telah mengadopsi sistem dan prosedur perbankan yang ada. Namun, apabila terjadi pertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, maka bank-bank islam merencanakan dan menerapkan prosedur mereka sendiri guna menyesuaikan aktivitas perbankan mereka dengan prinsip-prinsip syariah islam.

Beberapa kalangan masyarakat masih mempertanyakan perbedaan antara bank syariah dengan konvensional. Bahkan ada sebagian masyarakat yang menganggap bank syariah hanya trik kamufase untuk menggaet bisnis dari kalangan muslim segmen emosional. Sebenarnya cukup banyak perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, mulai dari tataran paradigma, operasional, organisasi hingga produk dan skema yang ditawarkan seperti yang tertera pada Tabel 2 berikut ini (Pusat Informasi tentang Bank Syariah, 2012).

26
Tabel 2. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Jenis perbedaan	Bank Konvensional	Bank Syariah
Landasan hokum	Hukum positif	Al Qur'an & as Sunnah dan hukum positif
Basis operasional	Bunga	Bagi hasil
Skema produk	Bunga	Berdasarkan syariah, semisal mudharabah, wadi'ah, murabahah, musyarakah dan sebagainya
Perlakuan terhadap Dana Masyarakat	Dana masyarakat merupakan simpanan yang harus dibayar bunganya saat jatuh tempo	Dana masyarakat merupakan titipan/ investasi yang baru mendapatkan hasil bila diputar/diusahakan terlebih dahulu
Sektor penyaluran dana	Tidak memperhatikan halal/haram	Harus yang halal
Organisasi	Tidak ada Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Harus ada Dewan Pengawas Syariah (DPS)
Perlakuan Akuntansi	Accrual basis	Accrual dan cash basis (untuk bagi hasil)

Hasil penelitian Amani (2010) di Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta mengenai persepsi santri terhadap bank syariah ternyata hanya sebatas argumen penalaran saja, karena santri Al-Munawwir masih banyak yang menggunakan jasa bank konvensional dengan alasan bank syari'ah masih sedikit, pengetahuan santri yang masih kurang mengenai bank syari'ah, sehingga para santri mengalami kesulitan untuk memilih bank syari'ah, tapi para santri Al-Munawwir dalam bermuamalah dengan lingkungannya berusaha menerapkan transaksi sesuai dengan hukum Islam. Respon positif sebagian santri Al-Munawwir mengenai perbankan syari'ah adalah bahwasannya bank syari'ah itu memberikan pelayanan yang ramah dan bersahabat, serta perbagian keuntungan dengan cara bagi hasil, berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan

sistem bunga yang telah jelas dalam Al-Qur'an bahwasannya bunga itu haram. Bank syari'ah menggunakan sistem bagi hasil maka pihak kreditur dan debitur memperoleh keuntungan yang sama. Respon negatif sebagian santri Al-Munawwir mengenai bank syari'ah adalah bahwasannya fasilitas di Bank Syari'ah kurang memadai, masih ketinggalan dibandingkan bank konvensional.

Lain halnya dengan studi yang dilakukan Meilani dan Deddy (2013) terhadap guru di beberapa sekolah di Depok menunjukkan bahwa: 1) secara keseluruhan persepsi guru terhadap bank syariah cukup bagus (63%). Bila diurutkan persepsi guru SD (72%) lebih tinggi daripada guru SMA (68%) dan guru SMP (52%). Berdasarkan jenis sekolah, persepsi tertinggi sampai terendah terhadap bank syariah adalah dari guru SD Islam, guru SMA Islam, guru SD Umum, guru SMA Umum, guru SMP Islam dan guru SMP Umum. Persepsi guru sangat ditentukan oleh popularitas bank syariah. Bila dilihat dari sisi minat, secara keseluruhan minat guru terhadap bank syariah cukup bagus (65%); 2) Bila diurutkan minat guru SD (80%) lebih tinggi daripada guru SMA (72%) dan guru SMP (53%). Berdasarkan jenis sekolah, minat tertinggi sampai terendah terhadap bank syariah adalah dari guru SD Islam, guru SMA Islam, guru SD Umum, guru SMA Umum, guru SMP Islam dan guru SMP Umum. Minat guru sangat ditentukan oleh produk bank syariah; 3) Perbedaan persepsi terhadap bank syariah dipengaruhi oleh jenjang sekolah ($p = 0,000$), pendidikan

($p = 0,028$) dan pendapatan ($p = 0,064$), sedangkan faktor jenis sekolah dan status nasabah bank tidak berpengaruh; 4) Perbedaan minat terhadap bank syariah dipengaruhi oleh jenjang sekolah ($p = 0,000$), pendidikan ($p = 0,004$) dan pendapatan ($p = 0,073$), sedangkan faktor jenis sekolah dan status nasabah bank tidak berpengaruh; 5) Tingkat persepsi guru berkorelasi dengan tingkat minat guru sebesar 0,803 ($p = 0,000$). Dengan kata lain persepsi dan minat guru terhadap bank syariah masih tergantung faktor jenjang sekolah, tempat bekerja, pendidikan dan pendapatan guru yang bersangkutan.

Hasil studi Muffihani (2015) menunjukkan bahwa bank syariah yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip islam diketahui oleh responden sebesar 84.28 persen. Seluruh responden telah mengetahui bahwa bunga bank termasuk riba dan hukumnya haram. Istilah bagi hasil telah diketahui oleh 85.71 persen responden, namun perbedaan antara sistem bagi hasil dan sistem bunga bank hanya diketahui oleh 50 persen responden, artinya, separuh responden tidak mengetahui perbedaan antara bunga dan bagi hasil. Hal ini mengakibatkan masih adanya anggapan bahwa perbankan syariah sama seperti perbankan konvensional. Produk-produk bank syariah menggunakan istilah-istilah dalam bahasa arab sehingga responden yang sudah menjadi nasabah bank syariah banyak yang belum mengetahui dan memahami jenis akad-akad tersebut. Hasil estimasi melalui metode OLS menunjukkan bahwa 84.2 persen keragaman proporsi nilai literasi perbankan syariah

responden dapat dijelaskan oleh jenis kelamin, lama pendidikan, laba usaha, lama menjadi nasabah, aksesibilitas, keterbukaan terhadap informasi dan intensitas sosialisasi dan edukasi, dan sisanya sebesar 15.8 persen dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model. Adapun variabel-variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah lama pendidikan, laba usaha dan *dummy* intensitas sosialisasi dan edukasi oleh bank syariah. Tingkat literasi perbankan syariah dapat mempengaruhi sikap responden terhadap lembaga perbankan syariah. Dari 22 responden dengan tingkat literasi perbankan syariah tinggi, seluruhnya (100 persen) telah mengajak keluarga dan pedagang lain untuk menjadi nasabah bank syariah, sedangkan dari 20 responden dengan tingkat literasi sedang, hanya 17 responden saja yang mengajak keluarga dan pedagang lain untuk menabung di bank syariah. Adapun untuk 28 responden yang tingkat literasinya rendah, hanya 13 responden atau 46.42 persen saja yang mengajak keluarga dan pedagang lain untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi masyarakat terhadap perbankan syariah, maka akan semakin memudahkan upaya untuk mendorong mereka menjadi “juru kampanye” bagi pengembangan industri perbankan syariah ke depan. Mereka akan dengan mudah mengajak warga masyarakat lainnya untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil riset ini hendaknya juga dijadikan cerminan bahwa ternyata upaya mengedukasi tingkat literasi mereka yang sudah menjadi nasabah bank syariah saja masih belum optimal, apalagi terhadap mereka yang belum pernah

bersinggungan dengan bank syariah. Karena itu, diperlukan adanya strategi perencanaan edukasi dan sinergi yang lebih kuat antara industri perbankan syariah dengan pemangku kepentingan lainnya, seperti OJK, ulama, kampus dan organisasi-organisasi masyarakat lainnya.

24

METODE PENELITIAN

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa data primer, yaitu data penelitian yang langsung diperoleh dari santri berupa profil dan persepsi santri terhadap bank syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah santri yang ada di pesantren, yaitu Pesantren Darunnajah di Bogor, Daar El Qolam di Serang serta Darul Amanah di Jawa Tengah. Sampel sebanyak 40 orang santri dari masing-masing pesantren diambil secara *simple random sampling*, sehingga total sampel 120 orang.

Kuesioner yang digunakan diambil dari penelitian terdahulu yaitu kuesioner yang dikembangkan oleh Setiasih (2011) dan Meilani dan Deddy (2013) dengan beberapa modifikasi yang disesuaikan dengan keadaan saat ini. Kuesioner penelitian ini meliputi dua aspek, yaitu: aspek profil dan persepsi santri. Indikator aspek persepsi diukur dengan menggunakan skala likert 4 poin (1, berarti Sangat Tidak Setuju; 2, berarti Tidak Setuju; 3, berarti Setuju; dan 4 berarti Sangat Setuju).

Untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, kuesioner diujicobakan kepada 20 (dua puluh) orang. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan

kecermatan suatu alat ukur atau instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Uji validitas yang digunakan adalah dengan menggunakan validasi konstruk (*validation construc*), dimana dianggap valid apabila nilai akar dari *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Reliabilitas dari suatu pengukuran mencerminkan apakah suatu pengukuran terbebas dari kesalahan (*error*) sehingga memberikan hasil pengukuran yang konsisten pada kondisi yang berbeda dan pada masing-masing item dalam instrumen (Sekaran, 2008). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen penelitian ini terbebas dari kesalahan (*error*) sehingga menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat berlaku pada kondisi yang berbeda-beda (Cooper dan Schindler, 2003). Hasil uji coba menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899.

Data penelitian dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada santri yang ada di pesantren, selain itu untuk mendalami materi dilakukan wawancara dengan beberapa santri.

Analisis data dilakukan secara kualitatif maupun kuantitatif. Untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai tingkat persepsi santri secara umum serta perbedaan tingkat persepsi santri antar pesantren menggunakan Analisis Faktor dengan Lisrel 8,54.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Santri

Jumlah santri dari masing-masing pesantren sama yaitu sebanyak 40 orang.

Secara umum responden santri berusia 16,8 tahun dan jenis kelamin perempuan lebih banyak (63%).

Tabel 3. Profil Santri

No.	Aspek Profil	DARUL AMANAH		DARUNNAJAH		DAR EL-QOLAM		Seluruh	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Jumlah Santri	40	100,0	40	100,0	40	100,0	120	100,0
2	Usia (tahun)								
	Minimum	16		16		15		15	
	Maksimum	18		18		18		18	
	Rata-rata	16,9		16,9		16,6		16,8	
	Std. deviasi	0,5		0,7		0,6		0,63	
3	Jenis Kelamin								
	Laki-laki	18	45,0	20	50,0	6	15,0	44	36,7
	Perempuan	22	55,0	20	50,0	34	85,0	76	63,3

Keterangan: Frek = frekuensi (banyaknya pengajar); Stat = statistik sampel

Sebanyak 97,5% santri pernah mendengar mengenai bank konvensional dan 36,7% masih menjadi nasabah bank konvensional tersebut. Hampir semua santri (99,2%) pernah mendengar bank syariah, yang terbanyak dari televisi 36,7%, keluarga 35%, pesantren 18,3%, serta sumber lain seperti bank syariah sendiri, teman, internet, media lainnya. Hanya ada 39,2% santri yang pernah menjadi nasabah bank syariah dan yang masih memanfaatkan bank syariah dalam bertransaksi sebanyak 30,8%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Santri Nasabah Bank

No.	Bank dan Bank Syariah	DARUL AMANAH		DARUNNAJAH		DAR EL-QOLAM		Seluruh	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Mendengar Bank Konvensional:								
	Tidak Pernah	1	2,5	2	5,0	3	7,5	6	5,0
	Pernah:	39	97,5	38	95,0	37	92,5	114	95,0
	Manfaat nasabah	14	35,0	11	27,5	19	47,5	44	36,7
	Tidak lagi	26	65,0	28	70,0	19	47,5	73	60,8
2	Mendengar Bank Syariah:								
	Tidak	1	2,5					1	0,8
	Pernah:	39	97,5	40	100,0	40	100,0	119	99,2
3	Mengetahui Bank Syariah dari:								
	TV	14	35,0	18	45,0	12	30,0	44	36,7
	Internet	2	5,0	2	5,0	2	5,0	6	5,0
	Majalah	2	5,0					2	1,7
	Teman	2	5,0			1	2,5	3	2,5
	Keluarga	17	42,5	13	32,5	12	30,0	42	35,0
	Pondok pesantren	5	12,5	5	12,5	12	30,0	22	18,3
	Bank Syariah	2	5,0	2	5,0	4	10,0	8	6,7
	Lainnya	2	5,0			1	2,5	3	2,5
4	Menjadi Nasabah Bank Syariah:								
	Tidak Pernah	35	87,5	31	77,5	7	17,5	73	60,8
	Pernah:	5	12,5	9	22,5	33	82,5	47	39,2
	Masih nasabah	4	10,0	9	22,5	24	60,0	37	30,8
	Tidak lagi	1	2,5			9	22,5	10	8,3

Sumber: data diolah

Persepsi Santri terhadap Bank Syariah

Pola frekuensi terbesar jawaban santri adalah Setuju (S) atau Sangat Setuju (SS). Frekuensi santri yang menjawab Sangat Tidak

Setuju (STS) hampir tidak ada atau sedikit sekali, kecuali untuk pertanyaan A05.

Pada analisis selanjutnya, frekuensi jawaban STS dan Tidak Setuju (TS) digabungkan, sehingga menjadi tiga kategori respon yaitu TS, S, dan SS. Berdasarkan distribusi ini, indikator-indikator persepsi diuji reliabilitas dan validitasnya apakah mengukur aspek-aspek persepsi (7 aspek). Estimasi parameter model pengukuran persepsi menunjukkan data 16 variabel indikator mengukur 7 variabel aspek persepsi, dengan kata lain, model struktural sesuai dengan data. Statistik kesesuaian: $Chi-Square = 204,80$, $df = 188$, $P-value = 0,19055$, dan $RMSEA = 0,032$.

Berdasarkan estimasi parameter model pengukuran persepsi, juga dihasilkan skor-skor individu santri untuk masing-masing 7 variabel laten aspek persepsi. Ketujuh skor tersebut mempunyai distribusi masing-masing dengan rata-rata 0 dan standar deviasi 1. Statistik skor aspek dan indeks persepsi diringkas pada Tabel 5.

Tabel 5. Deskripsi Statistik Indeks Persepsi Santri terhadap Bank Syariah

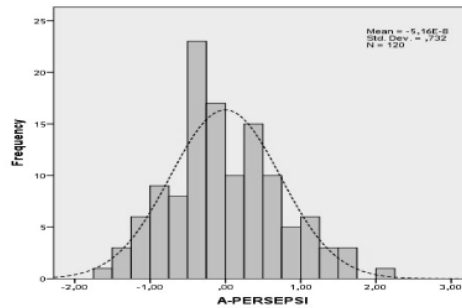
Kode Pesantren	Statistik PERSEPSI	Preferensi	Layanan	Akses	Popularitas	Fasilitas	Bunga	Produk	
PDA	Average	-0,07	0,26	-0,05	0,04	-0,08	0,16	-0,47	0,14
	Min	-1,47	-3,30	-2,22	-1,65	-1,57	-1,79	-2,45	-2,55
	Max	2,09	2,26	2,71	2,46	2,14	2,41	1,91	2,93
	StdDev	0,81	1,08	1,15	1,08	0,92	1,07	0,92	1,06
PDN	Average	0,26	0,52	0,40	0,13	-0,19	0,00	0,68	0,31
	Min	-1,11	-1,62	-1,37	-1,05	-1,86	-1,39	-1,05	-1,06
	Max	1,51	2,19	2,13	1,99	2,10	1,96	1,68	2,28
	StdDev	0,68	0,88	0,85	0,99	0,94	0,98	0,73	0,90
PDQ	Average	-0,19	-0,26	-0,36	-0,18	0,27	-0,16	-0,21	-0,45
	Min	-1,98	-1,87	-2,37	-2,31	-2,06	-1,62	-2,26	-2,36
	Max	1,07	1,80	1,51	1,62	2,07	1,85	1,85	1,54
	StdDev	0,64	0,84	0,84	0,93	1,10	0,94	0,96	0,90

Keterangan: PDA = Pesantren Darul Amanah, PDN = Pesantren Darunnajah, PDQ = Pesantren Daar El-Qolam

Indeks persepsi santri berbeda-beda antar ketiga pesantren, standar deviasi indeks masing-masing ketiga pesantren relatif sama, untuk PDN 0,68, dan PDQ 0,64, kecuali PDA 0,81 lebih tinggi dari kedua pesantren

Persepsi Santri terhadap Bank Syariah

Kurang	Indeks - 1,0 atau kurang	10	8.3
Total		120	100.0



Gambar 1. Histogram Indeks Persepsi Santri terhadap Bank Syariah

lainnya. Pesantren PDA, indeks persepsi rata-rata -0,07, rata-rata persepsi umum maupun aspek-aspeknya di bawah rata-rata keseluruhan (kurang dari nol), kecuali hanya pada aspek akses (0,04), fasilitas (0,16) dan produk (0,14). Pesantren PDN, indeks persepsi maupun aspek-aspeknya di atas rata-rata keseluruhan (lebih dari nol), kecuali popularitas (-0,19). Rata-rata persepsi 0,26. Pesantren PDQ, juga memiliki indeks persepsi rata-rata -0,19, di bawah rata-rata keseluruhan, namun lebih tinggi dari PDA. Indeks persepsi umum maupun aspek-aspeknya rata-rata kurang dari nol, kecuali hanya pada aspek popularitas (0,27). Indeks persepsi dibuat dari rata-rata skor masing-masing ketujuh aspek persepsi. Oleh karena skor setiap aspek persepsi mempunyai distribusi rata-rata 0 dan standar deviasi 1, tingkat persepsi responden dikategori sebagai berikut.

Tabel 6. Interval Indeks untuk Skala Tingkat Persepsi

Interval	Skala	Tingkat
Indeks > 1,0	4	Sangat Baik
Indeks > 0,0 s.d. 1,0	3	Baik
Indeks > -1,0 s.d. 0,0	2	Sedang
Indeks -1,0 atau kurang	1	Kurang

Profil tingkat persepsi responden santri berdasarkan skala interval indeks pada Tabel 6 di atas, disajikan pada Tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Tingkat Persepsi Santri terhadap Bank Syariah

Tingkat Persepsi	Interval	Santri	
		N	%
Sangat baik	Indeks > 1,0	13	10.8
Baik	Indeks > 0,0 s.d. 1,0	40	33.3
Sedang	Indeks > -1,0 s.d. 0,0	57	47.5

Perbedaan Persepsi antara pesantren satu dengan pesantren lainnya

Tingkat persepsi santri di tiga lokasi pesantren berbeda pula. Persepsi kategori sedang dimiliki oleh kebanyakan santri dari Pesantren Daar El Qolam (60%) dan Pesantren Darul Amanah (50%), sedangkan santri di Pesantren Darunnajah memiliki kategori baik tertinggi sebanyak 45%.

Tabel 8. Perbedaan Tingkat Persepsi Santri terhadap Bank Syariah

Tingkat Persepsi	Interval Indeks	Santri					
		PDA		PDN		PDQ	
		N	%	N	%	N	%
Sangat Baik	Indeks > 1,0	4	10,0	8	20,0	1	2,5
Baik	Indeks > 0,0 s.d. 1,0	10	25,0	18	45,0	12	30,0
Sedang	Indeks > -1,0 s.d. 0,0	20	50,0	13	32,5	24	60,0
Kurang	Indeks -1,0 atau kurang	6	15,0	1	2,5	3	7,5

Keterangan :
PDA = Pesantren Darul Amanah, PDN = Pesantren Darunnajah, PDQ = Pesantren Daar El Qolam.

Pada dua pesantren tingkat persepsi santri paling banyak menunjukkan persepsi sedang, Pesantren Daar El-Qolam (60%) dan Pesantren Darul Amanah (50%), sedangkan santri di Pesantren Darunnajah memiliki tingkat persepsi baik tertinggi (45%). Dari ketiga pesantren tersebut apabila dirangking,

maka tingkat persepsi santri tertinggi berada di Pesantren Darunnajah, hal ini terlihat sebanyak 97,5% santri memiliki tingkat persepsi minimal sedang, dan sebanyak 65% santri memiliki minimal persepsi baik. Posisi kedua santri yang ada di Pesantren Daar El-Qolam, sebanyak 92,5% santri memiliki tingkat persepsi minimal sedang dan sebanyak 32,5% santri memiliki minimal persepsi baik. Posisi terakhir Pesantren Darul Amanah, sebanyak 85% santri memiliki tingkat persepsi minimal sedang, dan sebanyak 35% santri memiliki minimal persepsi baik. Yang menarik 35% santri di Pesantren Darul Amanah yang terletak di Kendal-Semarang memiliki tingkat persepsi baik dan sangat baik, sedangkan santri di Pesantren Daar El-Qolam berbeda sedikit yaitu sebesar 32,5% yang memiliki persepsi baik dan sangat baik.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Tingkat persepsi santri terhadap bank syariah secara proposional relatif sama. Tingkat persepsi sedang hampir dimiliki oleh santri (47,5%), persepsi baik dan sangat baik (44,1%), dan kurang (8,3%).
2. Persepsi santri terhadap bank syariah di tiga pesantren tingkatannya berbeda. Tingkatan persepsi tertinggi santri secara berurutan adalah Pesantren Darunnajah, Pesantren Daar El-Qolam, dan Pesantren Darul Amanah.

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bank syariah sebaiknya melakukan:

- a. Sosialisasi mengenai bank syariah ke pesantren karena pesantren merupakan target yang potensial
 - b. Event tertentu yang melibatkan civitas akademika pesantren, supaya kehadiran bank syariah dirasakan oleh mereka.
 - c. Kerja sama antara bank syariah dengan pesantren, khususnya dalam kegiatan pembayaran uang sekolah dan kegiatan transaksi lainnya.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih mendalam mengenai pemanfaatan bank syariah oleh pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Amani, Intan. (2010). *Persepsi Santri Al Munawwir Krpyak Yogyakarta terhadap Bank Syariah*. Tesis tidak diterbitkan. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Andespa, Roni. (2011). *Orientasi Pasar Jasa Perbankan. Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 2(1): 22-32.
- Andespa, Roni. (2011). Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Desain Produk Harapan Pelanggan. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 2(2): 143-153.
- Andespa, Roni. (2017). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1): 43-57.

Andespa, Roni. (2017). Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1): 35-49.

²³ Arifin, Zainul. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.

Bank Indonesia. (2015). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta.

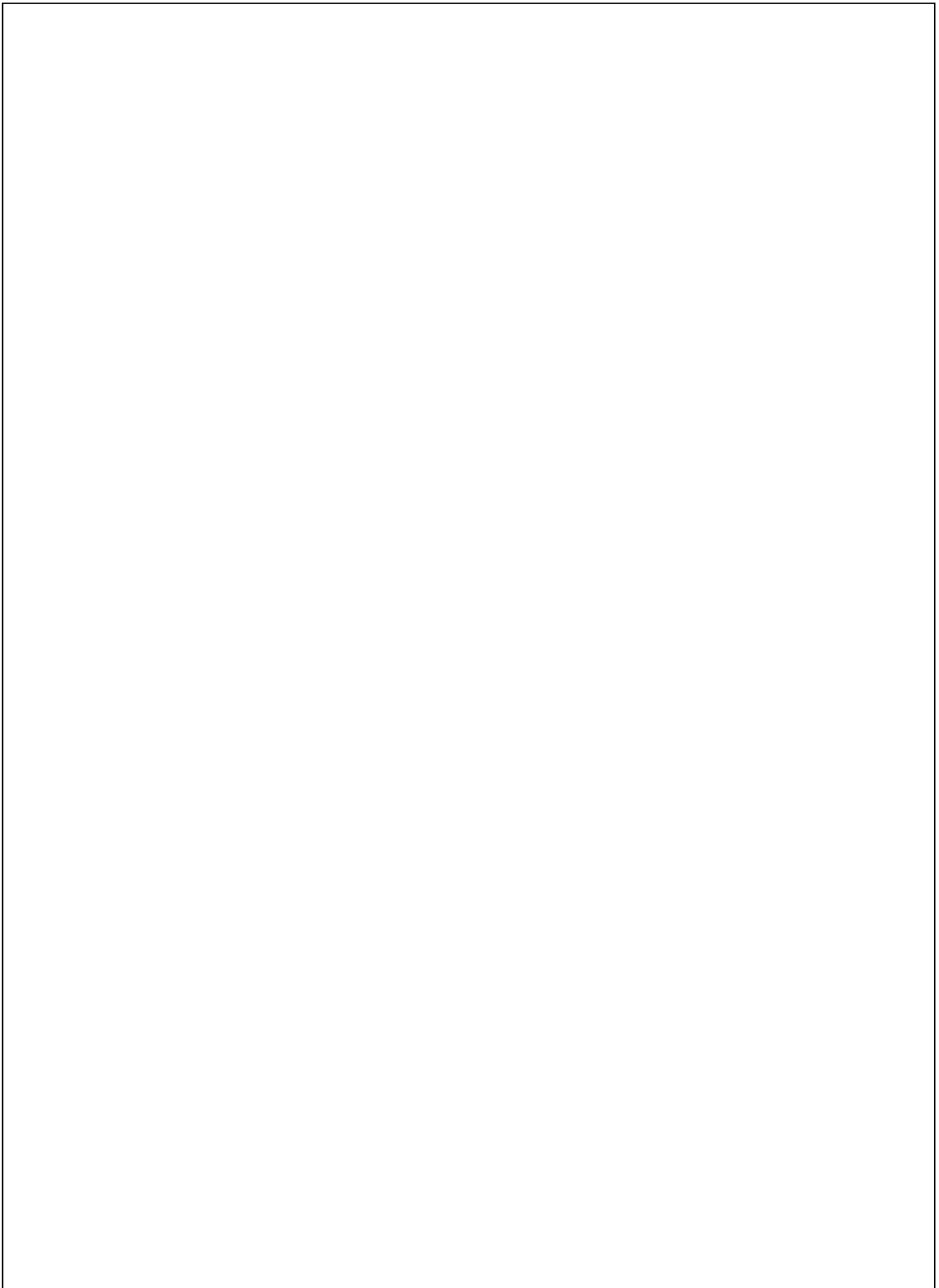
¹⁹ Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. (2003). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

Hidayat, Sutan Emir. (2015). Meningkatkan Preferensi Publik terhadap Keuangan Syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Islam Republika*.

⁴¹ Meilani & Deddy. (2013). *Persepsi dan Minat Guru Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus di Beberapa Sekolah di Depok)*. Tesis tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Terbuka.

³² Muflihani, Z.F. (2015). Tingkat Literasi Pelaku Usaha Mikro terhadap Perbankan Syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Islam Republika*.

Sekaran, Uma. (2009). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.



PERSEPSI SANTRI TERHADAP BANK SYARIAH

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
2	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	1%
3	Submitted to Universitas Putera Indonesia YPTK Padang Student Paper	1%
4	www.iqtishadconsulting.com Internet Source	1%
5	www.e-journal.stie-aub.ac.id Internet Source	1%
6	Mohamad Ghozali. "RESPON KIAI BABAKAN CIWARINGIN CIREBON TERHADAP BANK SYARIAH", Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah, 2017 Publication	1%
7	Olivia Oktafiana, Merina Ditya Paramitha, Sri Wahyuni. "Pengaruh Dewan Komisaris, Komisaris Independen, Dan DPS Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)	<1%

Berdasarkan Islamic Social Reporting (ISR)
Pada Bank Syariah Yang Ada Di Indonesia
Tahun 2016 – 2018", Media Ekonomi, 2021
Publication

8	sinta3.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
9	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
10	Submitted to Padjadjaran University Student Paper	<1 %
11	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1 %
12	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
13	nizaryudharta.blogspot.com Internet Source	<1 %
14	es.scribd.com Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
16	Akmal Riza, Lukman Hakim, Eliana Eliana. "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh", Jurnal EMT KITA, 2021	<1 %

17 Submitted to Universitas PGRI Semarang <1 %
Student Paper

18 ilmiahtesis.wordpress.com <1 %
Internet Source

19 jurnal.unsil.ac.id <1 %
Internet Source

20 moam.info <1 %
Internet Source

21 Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas
Indonesia <1 %
Student Paper

22 Submitted to Universitas Muhammadiyah
Ponorogo <1 %
Student Paper

23 adln.lib.unair.ac.id <1 %
Internet Source

24 ejournal-s1.undip.ac.id <1 %
Internet Source

25 Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya <1 %
Student Paper

26 jimfeb.ub.ac.id <1 %
Internet Source

27 Ana Ramadhayanti. "Strategi Komunikasi Melalui Viral Marketing dan Diversifikasi Terhadap Penarikan Pelanggan", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2021
Publication <1 %

28 fadlinuralim.wordpress.com
Internet Source <1 %

29 jocos.ejournal.unri.ac.id
Internet Source <1 %

30 sakinafinance.wordpress.com
Internet Source <1 %

31 www.pa-bungku.net
Internet Source <1 %

32 www.syekhnurjati.ac.id
Internet Source <1 %

33 Riska Riska, Yoberth Kornelius. "PERAN BUDAYA KERJA DAN ETOS KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS KASIMBAR", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2021
Publication <1 %

34 Seno Hadi Saputro, Hengki Hengki. "Analisis Pengaruh Biaya Perkuliahan, Biaya Promosi dan Faktor Eksternal (Uncontrollable) Terhadap Penerimaan Jumlah Mahasiswa Baru di Kampus STMIK Atma Luhur <1 %

Pangkalpinang", Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 2016

Publication

35

Anita Rahmawaty. "MODEL ADOPSI PRODUK BANK SYARIAH DI KUDUS: PENGEMBANGAN THEORY OF REASONED ACTION DAN SYARIAH COMPLIANCE", INFERENSI, 2014

Publication

<1 %

36

Submitted to lain Palopo

Student Paper

<1 %

37

Reni Yustien, Andi Mirdah. "Penerapan Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis Terhadap Reputasi Organisasi Pada Perusahaan PT. Pertamina di Kabupaten Muaro Jambi", Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2020

Publication

<1 %

38

Wulpiah Wulpiah. "URGENSI PENERAPAN KEPATUHAN SYARIAH PADA PERBANKAN SYARIAH (Telaah Konseptual-Analitis)", ASY SYAR'IYYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM, 2017

Publication

<1 %

39

docplayer.net

Internet Source

<1 %

40

ejournal.unikama.ac.id

Internet Source

<1 %

41

anyfekon.blogspot.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On