

**ANALISIS PERSEPSI DAN PERILAKU KOMUNITAS ARAB AMPEL DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP KEBERADAAN LEMBAGA KEUANGAN
SYARIAH**

SKRIPSI

Oleh :

**AMALIA RIZKA
NIM: G94214161**



Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi Ekonomi Syari'ah

Surabaya

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Amalia Rizka

NIM : G94214161

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Persepsi dan Perilaku Komunitas Arab Ampel dan Implikasinya terhadap Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 25 Juni 2018

Saya yang menyatakan,



Amalia Rizka

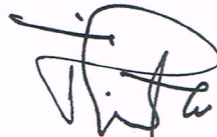
NIM. G94214161

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Amalia Rizka NIM. G94214161 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 08 Juni 2018

Pembimbing



Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag

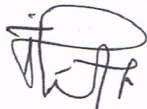
NIP. 196506151991021001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Amalia Rizka NIM. G94214161 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 10 Juli 2018 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi:

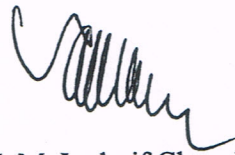
Penguji I



Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag.

NIP. 196506151991021001

Penguji II,



Dr. H. M. Lathoif Ghozali, Lc., MA

NIP. 197511032005011005

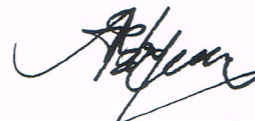
Penguji III



Muhammad Yazid, S.Ag, M.Si

NIP. 197311171998031003

Penguji IV,



Ana Toni Roby Candra Yudha, M. SEI

NIP. 201603311

Surabaya, 17 Juli 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amalia Rizka
NIM : G94214161
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah
E-mail address : rizkaamalia007@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS PERSEPSI DAN PERILAKU KOMUNITAS ARAB AMPEL DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP KEBERADAAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

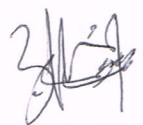
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Agustus 2018

Penulis


(Amalia Rizka)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman, perilaku, dan respon yang diberikan oleh komunitas Arab Ampel terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah dan implikasinya terhadap akselerasi perbankan syariah. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang sama yaitu pengaruh perspsi komunitas Arab Ampel, perilaku komunitas Arab Ampel dan implikasinya terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah.

Penelitian empirik ini dilakukan dengan metode kualitatif yang mendeskripsikan tentang fenomena lembaga keuangan syariah dan respon yang diberikan oleh komunitas Arab Ampel. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam untuk benar-benar mendapatkan penelitian yang bersifat objektif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang diberikan komunitas Arab Ampel terhadap lembaga keuangan syariah adalah beragam. Beberapa masyarakat Arab Ampel yang berprofesi sebagai ustadz atau pengajar menganggap bahwa prinsip dasar lembaga keuangan syariah telah sesuai dengan syari'at Islam dan mereka menggunakan jasa atau layanan dari lembaga keuangan syariah dalam kegiatan transaksi keuangan. Sebagian masyarakat lainnya yang berprofesi sebagai pedagang, ibu rumah tangga, dan pelajar memberikan respon negatif terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah. Hal itu terlihat dari penggunaan jasa lembaga keuangan konvensional dalam transaksi keuangan yang mereka lakukan.

Dalam rangka optimalisasi dan akselerasi lembaga keuangan syariah, diharapkan pihak lembaga keuangan syariah dan pemerintah dapat lebih mengoptimalkan sosialisasi mengenai lembaga keuangan syariah dan memberikan literasi keuangan dalam rangka akselerasi lembaga keuangan syariah di luaran Ampel kota Suarabaya.

Kata kunci: Persepsi, Perilaku, Implikasi, Lembaga Keuangan Syariah.

PENDAHULUAN

Pada tahun 1988 pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan, atau yang lebih dikenal dengan Pakto 88 yang berisi tentang perizinan pendirian bisnis lembaga keuangan perbankan yang seluas-luasnya untuk menunjang pembangunan perekonomian yang ada di Indonesia (liberalisasi sistem perbankan). Dari hal itulah kemudian mulai banyak bermunculan usaha-usaha perbankan.¹

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belum memperoleh perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional.

[illegible]

Per September 2017, industri perbankan syariah terdiri dari 13 Bank Umum Syariah, 21 Unit Usaha Syariah yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional dan 167 BPRS dengan total asset sebesar Rp 395.093.000.000 dengan pangsa pasar 4,61% dengan rincian banyaknya Bank Umum Syariah yang beroperasi di Jawa Timur adalah; sebanyak 43 KPO (Kantor Pusat Operasional), 134 KCP (Kantor Cabang Pembantu), dan 16 KK (Kantor Kas). Sementara itu, jumlah Unit Usaha Syariah yang terdapat di Jawa Timur adalah; sebanyak 22 KPO (Kantor Pusat Operasional), 16 KCP (Kantor Cabang Pembantu) dan 4 KK (Kantor Kas).³

Di kecamatan Semampir sendiri, tepatnya di sekitar kelurahan Ampel terdapat beberapa lembaga keuangan baik syari'ah maupun konvensional, diantaranya adalah koperasi, pegadaian, bank, dan lain-lain. Lembaga keuangan ini berlokasi di sepanjang Jl. Mas Mansyur karena kawasan ini merupakan pusat perekonomian masyarakat di wilayah Ampel yang banyak

³ Data diperoleh dari laman resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan website www.ojk.go.id tentang Statistik Perbankan Syariah tahun 2017 yang diterbitkan pada tanggal 14 November 2017 dengan judul file **SPS September 2017.PDF**

terdapat pertokoan, restoran, hotel dan wisma, sekolahan, dan masjid. Baik lembaga keuangan yang bersifat konvensional maupun syariah keduanya banyak diminati oleh masyarakat di sekitar kawasan Ampel.

Menurut data yang dirilis oleh OJK mengenai *market share* dari Lembaga Keuangan Syariah, baik bank maupun non bank, kecenderungan *market share* dari Lembaga Keuangan Syariah yang ada di Indonesia cenderung mengalami kenaikan di tiap tahunnya. Namun, kenaikan ini dinilai masih lamban. Pasalnya Indonesia adalah negara dengan jumlah muslim terbesar di Indonesia namun faktanya justru *market share* dari Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia sampai saat ini masih jauh tertinggal dengan negara-negara lainnya, seperti Malaysia, Turki, dan Arab Saudi.

Market share (pangsa pasar) tentu sangat dipengaruhi oleh persepsi dan perilaku konsumen dalam melihat suatu produk yang ada. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi dan perilaku komunitas Arab yang bermukim di bagian utara kota Surabaya, yang lebih dikenal dengan Komunitas Arab Ampel terhadap Lembaga Keuangan Syariah yang ada. Hal ini sangatlah menarik mengingat bahwa komunitas Arab di Surabaya bukanlah komunitas yang menjadi mayoritas, dan uniknya mereka mendiami wilayah di Ampel Surabaya sehingga menjadikan wilayah Ampel sangatlah kental dengan suasana yang Islami.

Komunitas orang-orang Arab di Indonesia berpusat di darerah-daerah yang berdekatan dengan pesisir yang pada perkembangannya, mereka banyak melakukan aktifitas perdagangan. Hal ini dilakukan secara konsisiten dan turun-temurun sehingga menjadikannya sebagai pusat perdagangan yang besar dan banyak dikunjungi oleh pedagang lain. Orang-orang Arab itu selanjutnya mendirikan pemukiman di kota Surabaya. Pemukiman orang Arab di Surabaya merupakan pemukiman terbesar dan menjadi pusat dari semua pemukiman di Pulau Jawa, khususnya di Jawa Timur.

Sebagai bagian dari kehidupan masyarakat perkotaan, ada beragam pekerjaan yang dilakukan oleh warga kelurahan Ampel. Berdasarkan keterangan dari informan diketahui sebagian besar penduduk Ampel merupakan seorang wiraswasta, yang meliputi perdagangan, pertukangan, atau berbagai usaha kecil yang dilakukan secara mandiri.⁴

[illegible]

Dari uraian singkat mengenai komunitas Arab yang mendiami wilayah Ampel dan berbagai kegiatan ekonomi yang dilakukannya tersebut diatas, penulis ingin lebih jauh meneliti bagaimana pengaruh komunitas Arab di Ampel terhadap keberadaan lembaga keuangan Syariah dan bagaimana implikasi dari persepsi mereka terhadap akselerasi lembaga keuangan Syariah yang ada saat ini.

Berdasarkan latar belakang masalah, terdapat beberapa hal yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini:

[illegible]

- Pembatasan ruang lingkup penelitian dilakukan untuk mempermudah pemecahan masalah yaitu tentang bagaimana pemahaman dan respon yang diberikan oleh komunitas Arab yang mendiami daerah Ampel di Surabaya terhadap keberadaan Lembaga Keuangan Syariah dan apakah respon yang mereka timbulkan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap akselerasi Lembaga Keuangan Syariah yang ada.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan agar penelitian dapat mencapai sasaran, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

- [illegible]

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka memuat diskripsi singkat tentang penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa penelitian yang dilakukan penulis bukan merupakan suatu bentuk pengulangan atau duplikasi dari penelitian yang telah ada.⁶

Penulis menelusuri kajian pustaka yang memiliki objek penelitian yang hampir sama dengan metode penelitian dan objek yang berbeda, yaitu diantaranya:

1. Penelitian Indra Sofyan dalam skripsinya yang berjudul Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Santri terhadap Perbankan Syariah,⁷ tahun 2016, membahas serta menganalisis pengaruh persepsi masyarakat santri, perilaku masyarakat santri, dan preferensi masyarakat santri terhadap perbankan syariah yang diukur dengan produk dan prinsip perbankan syariah yang mengambil studi kasus di Pondok Pesantren Modern Ibadurrahman Tangerang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat santri, perilaku masyarakat santri, dan preferensi masyarakat santri secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perbankan syariah.

⁶ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Penulisan Skripsi*, (Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel, 2017), 10.

⁷ Indra Sofyan, "Analisis Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Santri terhadap Perbankan Syariah", (Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016)

[illegible]

4. Dalam sebuah jurnal yang ditulis oleh Silvia Miftakhur Rakhman dan Sri Wahyuni, mahasiswi Pendidikan Ekonomi tahun 2011 Universitas Jember dengan judul Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. Dalam penelitiannya, diperoleh hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah di Jember yaitu sebesar 77.7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 22.3% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut. Dimana mahasiswa yang memiliki persepsi yang positif dan baik terhadap bank syariah maka mahasiswa tersebut memiliki minat untuk menabung atau menjadi nasabah pada bank syariah.
5. Skripsi yang ditulis oleh Yosi Susanti, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dengan judul Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitung yang hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi nasabah dalam memilih produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitung dipengaruhi oleh informasi yang mereka dapatkan dari rekan ataupun saudara yang paling dominan. Karena proses pengenalan produk seperti ini dinilai sebagai salah satu yang paling berpengaruh. Hal inilah yang membuat nasabah kurang berminat dalam memilih produk-produk lainnya karena disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman nasabah terhadap produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Belitung. Skripsi ini menganalisis

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

- [illegible]

Persepsi manusia dibentuk oleh 3 pasang pengaruh¹²:

- Karakteristik dan stimulus.
- Hubungan stimulus dengan sekelilingnya.
- Kondisi-kondisi dalam diri seseorang.

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi berifat subjektif. Persepsi itu adalah hasil bentukan dari pikiran dan lingkungan sekitarnya.

Kedua, yaitu perilaku konsumen. Proses pengambilan keputusan ditinjau dari prespektif pengaruh perilaku mendasarkan pada alaan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya.

¹² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 92.

Selain adanya modifikasi pengukuran sikap berdasarkan tindakan (*act*), Fishbein dalam Teori Multiatribut (Fishbein's *Multiattribute Theory*) memodifikasi model dengan mendefinisikan kepercayaan (*beliefs*) sebagai akibat yang diasakan dari adanya tindakan daripada sebagai atribut-atribut merek yang dirasakan. Modifikasi atas model itu juga dilakukan karena kepercayaan dan evaluasi yang menghasilkan hubungan yang kompleks pada perilaku.¹³

¹³ Ibid., 151.

berikan terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah saat ini. Selain itu penulis juga melakukan observasi pada keberadaan Lembaga Keuangan Syariah yang berada di wilayah Ampel Surabaya. Tujuan dari digunakannya metode observasi pada penelitian ini adalah:

- 1) Dengan observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang holistik atau menyeluruh.
- 2) Dengan observasi, maka akan diperoleh pengalaman langsung, sehingga memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep atau pandangan sebelumnya. Pendekatan induktif membuka kemungkinan melakukan penemuan atau *discovery*.
- 3) Dengan observasi peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati orang lain, khususnya orang yang berada dalam lingkungan itu karena telah dianggap biasa dan karena itu tidak akan terungkap dalam wawancara.
- 4) Dengan observasi peneliti dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara karena bersifat sensitif atau ingin ditutupi karena dapat merugikan nama lembaga.

juga mengambil dokumentasi dari beberapa stan dan berada di pasar Ampel yang menggunakan mesin EDC (*Data Capture*) dalam transaksi jual beli yang mereka lakukan karena dari hal itu dapat dilihat pula bagaimana penggunaan bank tertentu dalam transaksi jual beli yang dilakukan para pedagang di toko Ampel.

6. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan setelah data yang telah terkumpul dari lapangan maupun pustaka dengan langkah berikut:

juga mengambil dokumentasi dari beberapa stan dan berada di pasar Ampel yang menggunakan mesin EDC (*Data Capture*) dalam transaksi jual beli yang mereka lakukan karena dari hal itu dapat dilihat pula bagaimana penggunaan bank tertentu dalam transaksi jual beli yang dilakukan para pedagang di toko Ampel.

6. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan setelah data yang telah terkumpul dari lapangan maupun pustaka dengan langkah berikut:

juga mengambil dokumentasi dari beberapa stan dan berada di pasar Ampel yang menggunakan mesin EDC (*Data Capture*) dalam transaksi jual beli yang mereka lakukan karena dari hal itu dapat dilihat pula bagaimana penggunaan bank tertentu dalam transaksi jual beli yang dilakukan para pedagang di toko Ampel.

6. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan setelah data yang telah terkumpul dari lapangan maupun pustaka dengan langkah berikut:

- juga mengambil dokumentasi dari beberapa stan dan berada di pasar Ampel yang menggunakan mesin EDC (*Data Capture*) dalam transaksi jual beli yang mereka lakukan karena dari hal itu dapat dilihat pula bagaimana penggunaan bank tertentu dalam transaksi jual beli yang dilakukan para pedagang di toko Ampel.
6. Teknik Pengolahan Data
- Pengolahan dan analisis data dilakukan setelah data yang telah terkumpul dari lapangan maupun pustaka dengan langkah berikut:

informan kemudian dielaborasikan dalam sebuah laporan dalam bentuk narasi yang selanjutnya akan diambil kesimpulan. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang seluruh data dan informasi mengenai aspek-aspek penelitian didapat dengan cara terjun langsung ke lapangan.

Tiap pertanyaan yang diajukan kepada pihak informan atau narasumber dalam penelitian ini akan dianalisis satu per satu dengan tujuan agar menjaga konsistensi dalam proses analisis. Pengolahan data akan didiskripsikan dalam satu penjelasan dikriptif dalam bentuk bahasa verbal yang kemudian diambil kesimpulan, yang diharapkan pada akhirnya dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana perspektif dan perilaku yang diberikan komunitas Arab Ampel terhadap keberadaan lembaga keuangan Syariah yang ada.

Teknik analisis data dilaksanakan dengan analisis dikriptif kualitatif terhadap data primer yang diperoleh dari berbagai data tertulis. Setelah melakukan analisis dan interpretasi data, selanjutnya akan dilakukan penyajian atau pelaporan penelitian. Dengan demikian, proses analisis data dalam penelitian ini tidaklah menggunakan analisis statistik sehingga jawaban dari para informan dan narasumber terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan akan disampaikan dalam model kalimat-kalimat narasi.

I. Sistematika Pembahasan

Pada sistematika pembahasan ini dipaparkan agar memudahkan dalam hal penulisan dan pemahamannya. Oleh sebab itu penulisan dalam skripsi ini akan dibagi menjadi beberapa bab yang pada tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub bab sehingga pembaca dapat memahami dengan baik. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan yang didalamnya berisi tentang uraian latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian (meliputi data yang dikumpulkan, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data) dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

Bab kedua berisi landasan teori yang berisi teori tentang persepsi dan perilaku konsumen, yang dalam hal ini adalah komunitas arab yang tinggal di kawasan Ampel Surabaya, teori tentang Lembaga Keuangan Syariah, dan teori tentang korelasi antara objek penelitian terhadap perkembangan dan akselerasi Lembaga Keuangan Syariah yang ada.

Bab keempat adalah bab mengenai analisis terhadap penelitian yang telah dilakukan. Bab ini memuat analisis terhadap data penelitian yang telah dideskripsikan dengan tujuan untuk menjawab rumusan-rumusan masalah

BAB II

TEORI PERSEPSI, PERILAKU KONSUMEN, DAN AKSELERASI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Menurut Bilson Simamora, secara formal persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan mengintegrasikan stimulus ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh. Stimulus adalah setiap input yang dapat ditangkap oleh indera, seperti produk, kemasan, merek, iklan, harga, dan lain-lain. Stimulus tersebut ditangkap oleh panca indera, seperti mata, telinga, mulut, hidung, dan kulit.²³

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimulus*). Hubungan sensasi dengan stimulus sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi motivasi dan memori.²⁴

Proses persepsi bukan hanya proses psikologis semata, tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi. Schiffman dan Kanuk, mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana dalam proses tersebut individu

²³ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), 102.

²⁴ Rakhmat Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

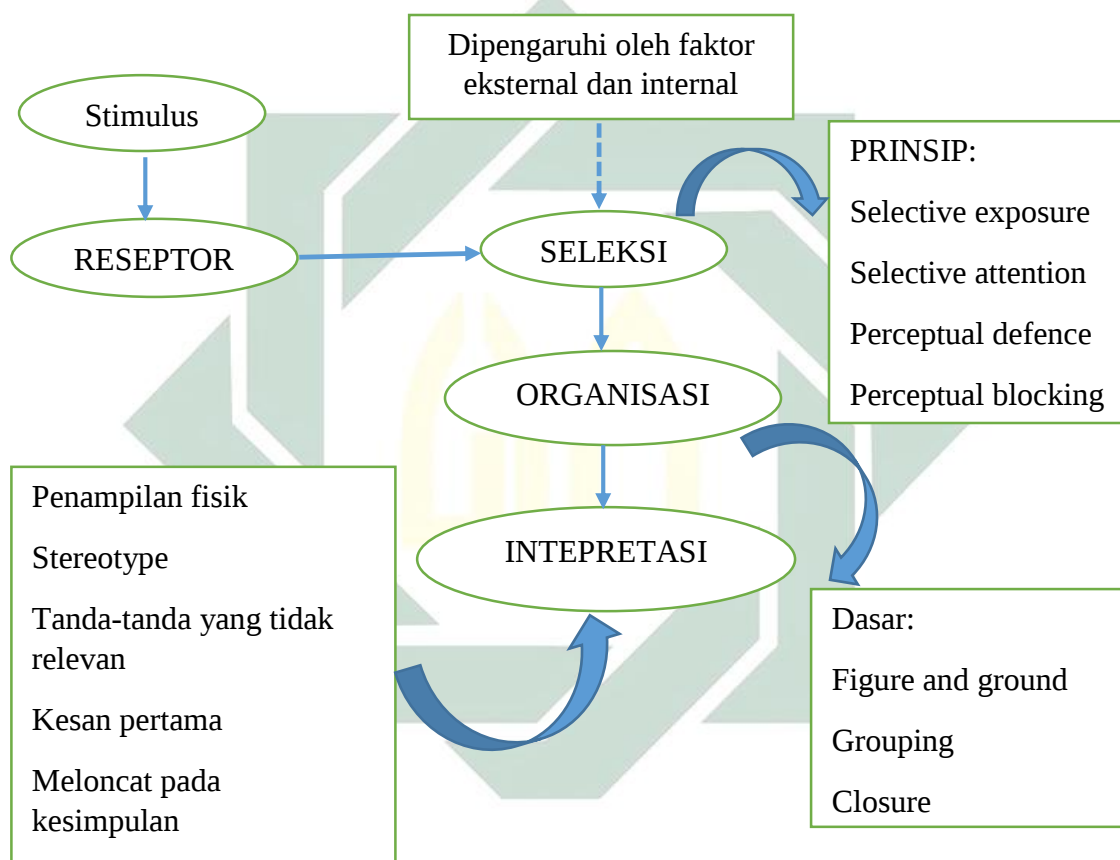
Kanneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson menyebutkan persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu seleksi, organisasi, dan atensi. Sedangkan organisasi melekat pada interpretasi yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna.”²⁶

Persepsi menurut Titik Suryani pada hakekatnya merupakan proses psikologis yang kompleks yang juga melibatkan aspek fisiologis. Proses psikologis penting yang terlibat dimulai dari adanya aktivitas memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan sehingga konsumen dapat memberikan makna atas suatu obyek. Usaha apapun yang dilakukan oleh

²⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 190.

pemasar tidak akan berarti jika konsumen tidak mempersepsikan secara tepat seperti yang dikehendaki oleh pemasar.²⁷ Proses persepsi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Proses Persepsi²⁸



Stimulus yang ditangkap oleh panca indera yang kemudian akan menghasilkan persepsi dalam diri seseorang. Dalam perilaku konsumen stimulus yang berpengaruh pada persepsi konsumen adalah segala bentuk

²⁷ Titik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 102.

²⁸ Ibid., 103.

a) Faktor personal, yaitu faktor yang berasal dari dalam individu sendiri.

i. *Selective exposure*, seseorang akan cenderung memilih berbagai stimulus yang diperolehnya secara selektif. Tidak semua yang diperolehnya akan dipilih. Berbagai informasi yang ada di ingatannya saja lah (*psychological set*) yang akan mempengaruhinya dalam memilih sesuatu.

iii. *Perceptual defence*, konsumen secara tidak sadar akan melindungi diri dari stimulus yang dianggapnya akan membahayakan dirinya atau yang tidak mengenakkannya. Konsumen juga akan melindungi diri

Konsumen akan mengelompokkan, menghubungkan-hubungkan stimulus yang dilihatnya agar dapat diinterpretasikan sehingga mempunyai makna. Prinsip dasar dalam pengoranisasian ini meliputi:³⁰

- ³⁰ Ibid., 105.

Setelah konsumen mengorganisir stimulus yang ada dan mengkaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka agar stimulus tersebut mempunyai makna, konsumen mengintepretasikan atau memberi arti stimulus tersebut. Pada tahapan intepretasi ini secara sadar atau tidak sadar akan mengkaitkan dengan semua informasi yang dimilikinya agar dapat memberikan makna yang tepat. Dalam proses ini pengalaman dan juga kondisi psikologis konsumen seperti kebutuhan, harapan, dan kepentingan akan berperan penting dalam mengintepretasikan stimulus³¹

1. Pengertian Perilaku

Pengertian perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.³² Perilaku konsumen menurut Kotler adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli,

³² <https://kbbi.kemendikbud.go.id>, diakses pada 10 April 2018.

menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.³³

Schiffman dkk, mengatakan studi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang atau jasa yang berhubungan dengan konsumsi. Selain itu perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang terdiri dari:

- a. Tahapan perolehan (*acquestition*): mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*).
- b. Tahapan konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluation*).
- c. Tahapan tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.³⁴

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

Kotler menyatakan bahwa terdapat empat karakteristik atau faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat, yaitu:³⁵

³³ Philip Kotler, *Marketing Management; Analysis, Planning, Implementation, and Control*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 166.

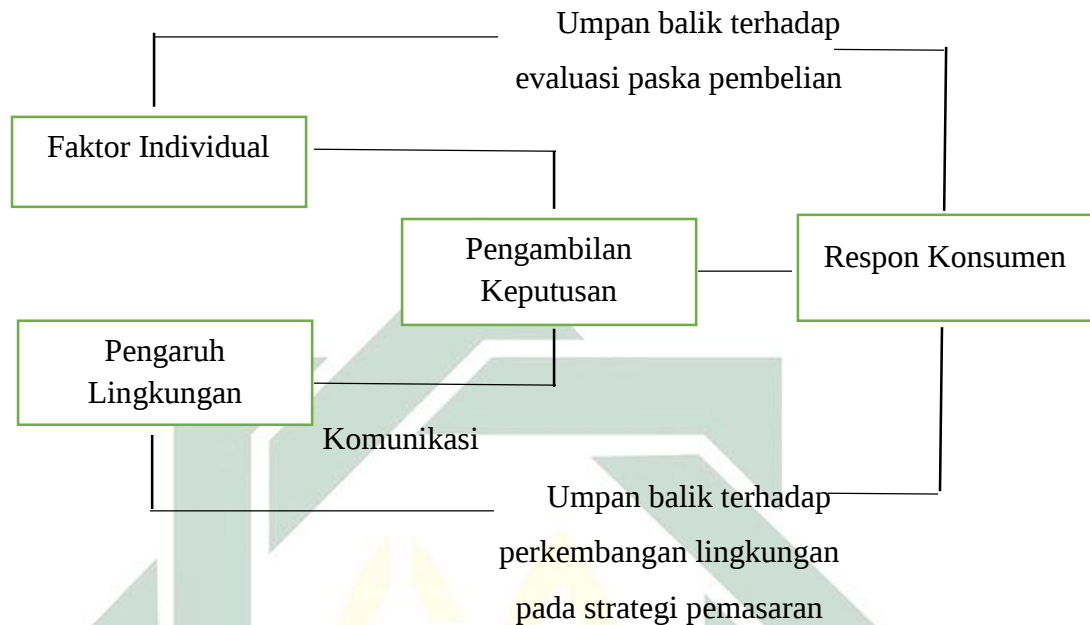
³⁴ Schiffman, Leon G dan Leslies Lazae Kanuk, *Consumen Behaviour Indonesia*, (PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 5.

³⁵ Philip Kotler, *Marketing Management; Analysis, Planning, Implementation, and Control*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 147.

- a. Faktor budaya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada perilaku masyarakat. Hal ini karena budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang.
- b. Faktor sosial. Perilaku masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial masyarakat. Kelompok kecil merupakan orang atau kelompok yang berperan sebagai titik dari referensi individu untuk membentuk nilai, sikap, serta perilaku baik secara umum maupun khusus.
- c. Faktor pribadi. Keputusan pembelian juga dipengaruhi berbagai karakteristik dari individu itu sendiri. Seperti umur dan tahap hidup seseorang, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan lain-lain.
- d. Faktor psikologi. Faktor ini meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Melalui model *stimulus – organism – response*, Assael menjelaskan mengenai model sederhana perilaku konsumen yang dapat dilihat melalui gambar berikut.

Gambar 2.2
Model Sederhana Perilaku Konsumen³⁶



Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa komponen inti dari model tersebut adalah *consumer decision making* yang merupakan proses menerima, mengevaluasi informasi merek produk tertentu. Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang selanjutnya akan menentukan respon konsumen. Pertama adalah konsumen itu sendiri. Ada dua unsur dari konsumen itu sendiri yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yaitu pikiran konsumen yang meliputi kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap dan karakteristik yang meliputi demografi, gaya hidup dan kepribadian konsumen. Faktor kedua adalah pengaruh lingkungan yang terdiri atas nilai budaya, kelas sosial, *face to face group* dan situasi lain yang menentukan.

³⁶ Assael H., *Consumer Behaviour and Marketing Action*, (Boston: Kent Publishing, 1995), 18.

program edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat tidak hanya akan memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum, tetapi juga penting bagi kestabilan sistem keuangan suatu negara. Secara spesifik, terdapat lima alasan mengapa program edukasi keuangan sangat penting dilakukan, yaitu:

1. Untuk meningkatkan efektivitas dari kebijakan moneter.
2. Memastikan fungsi kerja pasar keuangan berjalan lancar.
3. Mendukung kebijakan ekonomi yang berkelanjutan.
4. Mendorong literasi keuangan sebagai barang public (*public good*).
5. Membangun reputasi positif bank sentral di mata masyarakat sehingga kebijakan-kebijakan yang dibuat akan lebih mudah untuk diterima masyarakat.

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) menyebutkan ada lima alasan mengapa program edukasi keuangan menjadi semakin penting untuk dilakukan, yaitu:

1. Kompleksitas produk-produk keuangan yang semakin beragam dan kompleks.
2. Peningkatan jumlah produk keuangan yang tersebar di pasar keuangan.
3. Perubahan pola populasi penduduk dengan tingkat harapan hidup (*life expectancy*) yang makin tinggi, tetapi tidak diiringi dengan pertumbuhan penduduk muda (*delayed childbearing and fewer children*).

Gambar 2.3 Strategi Nasional Literasi Keuangan
Sumber: Laporan Tahunan OJK (2013)³⁹

[illegible]

Program Strategi Nasional Literasi Keuangan 2013 memiliki visi untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang *well literate* dan menggunakan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai untuk mencapai kesejahteraan keuangan yang berkelanjutan. Program ini memiliki 3 pilar untuk merealisasikan terciptanya masyarakat dengan literasi keuangan tinggi. Pilar 1 yang bertujuan untuk meningkatkan kecakapan keuangan dengan program pendukung mengembangkan infrastruktur untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan. Pilar 2 bertujuan untuk mewujudkan sikap dan perilaku keuangan masyarakat yang bijak dengan cara mendorong masyarakat untuk memiliki tujuan dan perencanaan keuangan sehingga dapat meningkatkan pengelolaan keuangan masyarakat. Pilar 3 yang bertujuan pada pengembangan akses keuangan dengan cara memperluas dan mempermudah akses masyarakat ke sektor jasa keuangan, serta menyediakan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) dilakukan pada tahun 2016 terhadap 9.680 orang responden di 34 provinsi di Indonesia menunjukkan adanya pertumbuhan literasi keuangan masyarakat dari tahun 2013 dengan persentase sebesar 21.8% yang tumbuh menjadi 29.7% pada tahun 2016.

Saat ini OJK juga telah menambahkan tiga hal baru dalam revisit Strategi Nasional Literasi Keuangan yaitu informasi terkait literasi dan inklusi keuangan syariah, informasi terkait layanan keuangan digital, dan perencanaan keuangan. Tiga hal baru ini dimaksudkan agar angka literasi keuangan masyarakat Indonesia tiap

Pada tahun 2006, Gubernur Bank Indonesia, Burhanuddin Abdullah, mencanangkan program peningkatan peran perbankan syariah yang lebih besar di industri perbankan nasional melalui sebuah program yang disebut “Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah”. Dalam program ini, Bank Indonesia (BI) telah menetapkan 6 pilar, yaitu:

- Secara garis besar, program ini dapat dilakukan melalui 3 hal. Pertama, program sosialisasi perbankan syariah kepada masyarakat secara lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Kedua, mendorong pengayaan produk dan jasa keuangan syariah serta perluasan *outlet* pelayanan sehingga dapat menjangkau

⁴¹ www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_86306.aspx, diakses pada 2 Januari 2018.

Pada tahun 2007/2008, Bank Indonesia melakukan kebijakan akselerasi perbankan syariah. Kebijakan ini dalam rangka percepatan pertumbuhan bank syariah untuk mencapai target *market share* sebesar 5% pada akhir tahun 2008, dengan melibatkan seluruh unsur, baik manajemen bank, masyarakat dan pemerintah melalui penguatan dari sisi *supply* dan *demand*. Kebijakan ini memiliki tiga program utama, yaitu:

1. Sosialisasi atau edukasi publik tentang perbankan syariah secara intensif dan berdampak luas.
2. Pengayaan produk dan jasa keuangan syariah serta perluasan outlet.
3. Memfasilitasi aliran dana atau investasi luar negeri melalui instrumen keuangan syariah.⁴²

Pengembangan perbankan syariah bertujuan untuk memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komperhensif pengembangan pasar yang meliputi aspek-aspek strategis, yaitu penetapan Visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah

[illegible]

1. Menerapkan visi baru pengembangan perbankan syariah dengan pertumbuhan industri pada fase pertama sebesar 40%, fase kedua sebesar 75%, dan fase ketiga sebesar 81%.
2. Program pencitraan baru perbankan syariah: *positioning, differentiation*, dan *branding*. *Positioning*; bank syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, aspek *differentiation* dengan keunggulan kompetitif dengan produk dan skema yang beragam, transparan, kompeten dalam keuangan dan beretika, teknologi informasi yang selalu *up-date* dan *user friendly*, serta adanya ahli keuangan investasi syariah yang memadai. Sedangkan pada aspek *branding*, “bank syariah lebih dari sekedar bank atau *beyond banking*”.
3. Pemetaan secara lebih akurat terhadap potensi pasar perbankan syariah yang secara umum mengarahkan pelayanan jasa bank syariah sebagai layanan universal atau bank bagi semua lapisan dan segmen masyarakat.

[illegible]

BAB III

PERSEPSI DAN PERILAKU KOMUNITAS ARAB AMPEL

TERHADAP KEBERADAAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

PERSEPSI DAN PERILAKU KOMUNITAS ARAB AMPEL

TERHADAP KEBERADAAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

A. Gambaran Komunitas Arab Ampel

a. Sejarah Nama Ampel

Ampel dapat dikatakan sebagai salah satu sumber sejarah nasional karena dulunya Ampel merupakan tempat penyebaran agama Islam di pulau Jawa yang dapat dibuktikan dengan adanya makam salah satu dari Wali Songo, yaitu Raden Rahmat atau yang lebih dikenal dengan Sunan Ampel dan Masjid Ampel yang oleh Pemerintah Kota Surabaya dijadikan sebagai situs bersejarah dan cagar budaya.

Nama “Ampel” muncul bersamaan dengan datangnya Raden Rahmat ke wilayah tersebut yang semula adalah wilayah di bawah kekuasaan Kerajaan Majapahit. Menurut sejarah, Raden Rahmat mempunyai seorang bibi yaitu, Dewi Dharmawati yang tidak lain adalah istri dari Prabu Brawijaya Kertabumi V. Pada saat itu Kerajaan Majapahit merupakan kerajaan bercorak Hindu, maka didatangkan Raden Rahmat dari Mungthai Selatan ke Majapahit guna menyebarkan ajaran agama Islam. Kemudian Raden Rahmat “ngAmpel” (dalam istilah Jawa berarti “meminjam”) tanah kekuasaan Kerajaan Majapahit di pesisir utara pulau Jawa yaitu pelabuhan Surabaya karena dirasa wilayah tersebut sangatlah strategis dikarenakan pelabuhan Surabaya merupakan pintu gerbang

Kedatangan pedagang Arab muslim ke Jawa juga tidak diketahui dengan pasti. Bukti konkrit kedatangan awal mereka di Jawa yang dapat ditemukan dalam batu nisan bertuliskan Fatimah binti Maimun di Leran Gresik berangka tahun 475 H (1082 Masehi). Walaupun demikian bukan berarti merupakan bukti saat itu telah terjadi Islamisasi di Jawa. Islamisasi dapat diketahui lebih banyak dengan mengacu pada masa Majapahit mencapai puncak kejayaan, yaitu sekitar abad 13 Masehi, terutama dengan penemuan beberapa nisan kubur bercorak Islam di Trowulan dan Gresik.⁴⁶

Asal usul masuknya komunitas Arab di Surabaya sendiri karena wilayah Ampel merupakan wilayah yang strategis untuk jalur lalu lintas perdagangan dan penyebaran Islam. Sejak dibukanya Terusan Suez pada tahun 1869, orang-orang Arab mulai berbondong-bondong ke Asia Timur Jauh. Kebanyakan mereka berasal dari koloni yang sama sehingga persaudaraan dan persatuan sesama imigran semakin kental. Rata-rata imigran Arab itu berasal dari

⁴⁶ Tri Joko Sri Haryono, "Integrasi Etnis Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya", *BioKultur*, Vol.II, (Januari-Juni, 2013), 15.

Memasuki abad ke-16, para imigran kemudian menetap di suatu kawasan yang bernama kampung Ampel, posisi kampung Ampel sangat strategis dan dekat dengan pelabuhan Ujung Galuh. Hal ini menjadikannya sebagai kawasan perekonomian strategis sekaligus sebagai pusat pendidikan dan keagamaan. Semenjak menetap di kawasan tersebut, jumlah para penduduk dari Hadramaut semakin meningkat sampai akhir tahun 1980-an.⁴⁸

Kelurahan Ampel masuk dalam Kecamatan Semampir Kota Surabaya dengan luas wilayah ± 38 ha yang terdiri dari 86 RT dan 17 RW. Batas wilayah kelurahan Ampel adalah sebagai berikut:

- c) Batas wilayah sebelah timur : Kel. Sidotopo, Kec. Semampir

Kel. Simolawang, Kec. Simokerto

- d) Batas wilayah sebelah selatan: Kel. Nyamplungan Kec. Pabean Cantian

⁴⁷ Anik Mukardaya, *Komunitas Masyarakat Ampel di Surabaya (Sejarah Munculnya Masyarakat Arab di Ampel Surabaya)*, (Skripsi Sarjana Fakultas Adab, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2004), 29-30.

[illegible]

Tabel 3.2
Jumlah Penduduk Kelurahan Ampel Menurut Tingkat Pendidikan⁵²

No.	JENJANG PENDIDIKAN (FORMAL)	JUMLAH
1.	Taman Kanak-kanak	585 orang
2.	Sekolah Dasar	5797 orang
3.	SMP/ SLTP	3851 orang
4.	SMA/ SLTA	5361 orang
5.	Akademik (D1-D3)	115 orang
6.	Sarjana	1165 orang

e. Aspek Ekonomi

Kelurahan Ampel merupakan kawasan wisata religi yang banyak didatangi oleh masyarakat baik dari masyarakat sekitar maupun masyarakat luar kota yang ingin melakukan ziarah ke masjid Ampel. Setiap harinya banyak wisatawan yang datang ke Ampel dan hal itu menjadi peluang bagi warga sekitar untuk menjual berbagai macam keperluan beribadah bagi para wisatawan, diantaranya mukenah, sarung, tasbih, berbagai macam makanan dan oleh-oleh haji, dan masih banyak lainnya. Berikut adalah tabel jumlah penduduk menurut pekerjaan warga di Kelurahan Ampel.

⁵² Ibid., 3.

No.	JENIS PEKERJAAN	JUMLAH
1.	Karyawan	4773 orang
2.	Pensiunan/ Purnawirawan	77/10 orang
3.	Wiraswasta/ Dagang	2785/463 orang
4.	Tani/ Ternak	0 orang
5.	Pelajar/ Mahasiswa	3088/350 orang
6.	Buruh	75 orang
7.	Nelayan	0 orang
8.	Ibu Rumah Tangga	4854 orang
9.	Belum Bekerja	3083 orang
10.	Dosen/ Guru	9/160 orang

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Ampel bekerja sebagai pedagang. Kebanyakan mereka adalah pedagang di kawasan Masjid Ampel dan pasar tradisional yang ada di Kelurahan Ampel yang didominasi oleh keturunan Arab baik laki-laki maupun perempuan.

Wiraswasta, menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, memang banyak dilakukan oleh penduduk Kelurahan Ampel. Hal ini disebabkan karena kawasan Ampel merupakan kawasan wisata religi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai daerah. Dengan memanfaatkan kondisi inilah kebanyakan penduduk Ampel menciptakan pekerjaan sendiri dengan berdagang beberapa peralatan beribadah, seperti mukenah, sarung, tasbih, kopiah, dan berbagai macam oleh-oleh haji lainnya. Pedagang jenis ini banyak menjajakan

⁵³ Ibid., 3.

Dengan jumlah penduduk muslim sebagai mayoritas, maka jumlah masjid dan mushollah sebagai tempat peribadatan juga banyak didirikan. Terdapat 39 mushollah dan 1 buah masjid, yaitu Masjid Ampel yang menjadi pusat ibadah kaum muslim di Kelurahan Ampel.

di Kelurahan Ampel.

Unitas Arab Ampel terhadap Keberadaan L

an 2017 terdapat 13.005 orang warga etnis Arab y
pel, yang terdiri dari 6457 orang laki-lak
Penulis telah berhasil melakukan penelitian terl
gan sebagai responden dalam penelitian ini.
melakukan penelitian ini, penulis mengelompokk
rahan Ampel menjadi beberapa kelompok atau g
rjaan mereka. Tujuan dari pengelompokan ini
dah dalam menganalisa bagaimana persepsi dari

di Kelurahan Ampel.

Unitas Arab Ampel terhadap Keberadaan L

an 2017 terdapat 13.005 orang warga etnis Arab y

pel, yang terdiri dari 6457 orang laki-lak

Penulis telah berhasil melakukan penelitian terl

gan sebagai responden dalam penelitian ini.

melakukan penelitian ini, penulis mengelompokk

rahan Ampel menjadi beberapa kelompok atau g

rjaan mereka. Tujuan dari pengelompokan ini

dah dalam menganalisa bagaimana persepsi dar

di Kelurahan Ampel.

Unitas Arab Ampel terhadap Keberadaan L

an 2017 terdapat 13.005 orang warga etnis Arab y
pel, yang terdiri dari 6457 orang laki-lak
Penulis telah berhasil melakukan penelitian terl
gan sebagai responden dalam penelitian ini.
melakukan penelitian ini, penulis mengelompokk
rahan Ampel menjadi beberapa kelompok atau g
rjaan mereka. Tujuan dari pengelompokan ini
dah dalam menganalisa bagaimana persepsi dari

⁵⁶ Kelurahan Ampel, *Laporan Kependudukan Menurut Kewarganegaraan*, Surabaya: Kelurahan Ampel, 2017, 1.

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan terhadap sepuluh orang ustadz atau kyai di Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab dan Dakwah Masjid Agung Sunan Ampel, keseluruhan informan dari golongan ini mengetahui tentang urgensi dari adanya lembaga keuangan yang sesuai dengan Syariat Islam di era saat ini. “Menggunakan produk atau layanan dari lembaga keuangan syariah, baik yang bersifat perbankan maupun non bank adalah salah satu bentuk usaha seseorang guna mengurangi dosa riba yang terdapat pada lembaga keuangan yang sifatnya masih konvensional. Karena riba merupakan salah satu dari dosa besar yang dikatakan Allah dalam Al-Qur’an.”⁵⁸ Demikian adalah kutipan dari hasil wawancara penulis dengan ustadz Muhammad Ba’abud ketika ditanya mengenai tanggapan beliau mengenai keberadaan lembaga keuangan syariah saat ini.

Penulis juga menanyakan kepada informan dari golongan ustadz atau kyai mengenai persepsi orang awam yang mengatakan jika lembaga keuangan syariah, khususnya bank syariah, yang menurut mereka dalam prosesnya belum dikatakan sepenuhnya bersifat syariah, melainkan masih ada unsur riba di

⁵⁸ Muhammad Ba'abud, warga Ampel sekaligus pengajar keturunan Arab, *Wawancara*, Surabaya, 7 Maret 2018.

⁶¹ Husen Al-Jupri, Pedagang keurunan Arab di Kawasan Ampel Suci, *Wawancara*, Surabaya, 26 Februari 2018.

[illegible]

Tidak semua pedagang keturunan Arab di kawasan Ampel Suci memahami dengan baik mengenai lembaga keuangan syariah. 7 dari 10 responden mengatakan bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional adalah sama, khususnya pada lembaga keuangan perbankan. “Pasti ada ribanya meskipun di bank syariah. Saya pakai transfer dan *nabung* di bank konvensional tapi saya *nggak* mau uang saya *dikasih* tambahan (bunga bank). Saya *nggak* mau makan riba, itu dosa besar *mbak*. ”⁶⁴

Informasi tentang bank syariah mereka peroleh dari pihak bank yang melakukan promosi dan menawarkan produknya ke toko-toko mereka. “Awalnya mereka menawarkan EDC (*Electronic Data Capture*) ke sini (toko), dan *nawarin*

⁶⁴ Hasibullah, Pedagang keturunan Arab di Kawasan Ampel Suci, *Wawancara*, Surabaya, 7 Maret 2018.

Mayoritas pedagang Ampel menggunakan bank konvensional untuk kegiatan jual beli mereka. 8 dari 10 responden menggunakan bank konvensional dan 2 responden menggunakan bank syariah. Responden yang menggunakan jasa bank konvensional memberikan tanggapan bahwa antara bank syariah dan konvensional masih terdapat unsur riba. Pendapat lainnya adalah bagi hasil di bank syariah perhitungannya sama dengan bunga di bank konvensional. Salah seorang pedagang keturunan Arab di kawasan Ampel Suci yang menggunakan jasa bank syariah, ibu Azizah, mengatakan jika lembaga keuangan syariah seharusnya lebih melakukan promosi dan edukasi kepada masyarakat agar pemahaman seputar lembaga keuangan syariah dapat dimaknai dengan baik bagi calon nasabah, sehingga jika memang terdapat perbedaan dengan lembaga keuangan konvensional, calon nasabah bisa paham dengan baik perbedaan tersebut.

[illegible]

Penulis melakukan penelitin pada golongan ibu rumah tangga tentang persepsi mereka terhadap lembaga keuangan syariah. Kaum wanita keturunan Arab yang bermukim di Ampel banyak yang tidak bekerja dan menjadi ibu rumah tangga yang mengurus rumah dan keluarga, sehingga dalam kesehariannya mereka tidak banyak yang menggunakan jasa layanan perbankan. “Ibu-ibu disini tidak banyak yang kerja jadi jarang yang memakai jasa perbankan. Semua keuangan dalam rumah tangga banyak diatur oleh suami.”⁶⁶ Jawab ibu Hamidah sewaktu penulis bertanya tentang seberapa banyak mereka menggunakan jasa atau layanan perbankan.

Dari hasil wawancara terhadap sepuluh orang warga Arab Ampel yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga, keseluruhan mereka mengetahui mengenai

[illegible]

Seluruh responden dari kelompok ini mengetahui keberadaan lembaga keuangan syariah di kawasan tempat tinggal mereka. Informasi itu mereka dapatkan dari promosi yang dilakukan pihak LKS dan 3 orang responden lainnya mengetahui dari rekan dan sanak saudara. Menurut mereka, tidak banyak nasabah dari golongan ini yang menggunakan jasa layanan lembaga keuangan syariah, baik untuk melakukan pinjaman uang atau sekedar menabung. Hal ini

[illegible]

an yang keempat yaitu komunitas Arab
jar. Penulis mengambil 10 responden yang te
g pelajar SMA dan 4 orang mahasiswa. Res
asil wawancara penulis dengan 10 orang kom
ponden dari pelajar dan mahasiswa, seluruh
getahui tentang adanya lembaga keuangan
sekitar tempat tinggal mereka. Namun resp
ng menggunakan jasa lembaga keuangan sy
bagai pelajar SMP dan SMA mengatakan

g pelajar SMA dan 4 orang mahasiswa. Respon hasil wawancara penulis dengan 10 orang responden dari pelajar dan mahasiswa, seluruhnya mengetahui tentang adanya lembaga keuangan sekitar tempat tinggal mereka. Namun responden yang menggunakan jasa lembaga keuangan sebagai pelajar SMP dan SMA mengatakan

g pelajar SMA dan 4 orang mahasiswa. Respon hasil wawancara penulis dengan 10 orang responden dari pelajar dan mahasiswa, seluruhnya mengetahui tentang adanya lembaga keuangan sekitar tempat tinggal mereka. Namun responden yang menggunakan jasa lembaga keuangan sebagai pelajar SMP dan SMA mengatakan

g pelajar SMA dan 4 orang mahasiswa. Respon hasil wawancara penulis dengan 10 orang responden dari pelajar dan mahasiswa, seluruhnya mengetahui tentang adanya lembaga keuangan sekitar tempat tinggal mereka. Namun responden yang menggunakan jasa lembaga keuangan sebagai pelajar SMP dan SMA mengatakan

Penulis telah melakukan penelitian terhadap komunitas Arab yang tinggal di kelurahan Ampel kota Surabaya, yang telah dikelompokkan dalam empat golongan atau kelompok untuk mengetahui perilaku mereka terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah.

Komunitas pedagang dan wiraswasta Arab Ampel rata-rata menggunakan jasa atau layanan lembaga keuangan konvensional dengan alasan jika lembaga keuangan

konvensional lebih mudah diakses dan dalam praktiknya rekan bisnis mereka juga menggunakan lembaga keuangan konvensional sehingga mereka menilai jika mereka menggunakan jasa lembaga keuangan syariah akan lebih merepotkan ketika digunakan untuk bertransaksi. Selain itu, mereka mengatakan jika minimnya keberadaan lembaga keuangan syariah di kawasan Ampel juga menjadi salah satu faktor mengapa mereka tidak menggunakan layanan lembaga keuangan syariah. Dalam menjalankan bisnisnya, para pedagang Ampel Suci menggunakan produk perbankan berupa tabungan, kredit dan transfer. Responden tidak tertarik untuk membuka deposito atau produk investasi lainnya karena mereka tidak banyak mengetahui tentang produk investasi tersebut dan tidak tertarik untuk berinvestasi di lembaga keuangan.

Komunitas ibu rumah tangga dari keturunan Arab yang berdomisili di Ampel rata-rata tidak menggunakan jasa atau layanan lembaga keuangan, baik konvensional atau syariah dalam transaksi keuangan mereka. Karena golongan ini tidak bekerja dan hanya menjadi ibu rumah tangga sehingga mereka tidak memperoleh pendapatan. Jika untuk menabung, mereka lebih cenderung untuk menyimpannya di rumah dengan alasan karena nominal yang mereka tabungkan tidak banyak dan akan lebih mudah jika mereka ingin menggunakannya sewaktu-waktu.

Pada komunitas pelajar dan mahasiswa, penggunaan jasa dan layanan perbankan tidak banyak dibutuhkan. Kalangan pelajar SMP dan SMA tidak menggunakan jasa lembaga keuangan karena mereka tidak berpenghasilan sehingga belum membutuhkan layanan lembaga keuangan dalam bertransaksi. Responden

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia cukup menggembirakan. Menurut data statistik perbankan syariah, Bank Indonesia (2017), per September 2017, tercatat ada 13 bank umum syariah (Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Syariah BRI, Bank Syariah Bukopin, BNI Syariah, BUSN Non Devisa, PT Bank BCA Syariah, PT Bank Jabar Banten Syariah, PT Bank Panin Syariah, PT Bank Victoria Syariah, PT Bank Maybank Syariah Indonesia), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan asset yang tiap tahunnya terus meningkat.

Penulis telah melakukan wawancara dan mengumpulkan informasi dari pihak lembaga keuangan syariah yang ada di kawasan Ampel tentang banyaknya nasabah

b. Kospin Jasa Syariah

Koperasi Simpan Pinjam JASA (Kospin Jasa) adalah sebuah lembaga koperasi yang telah berdiri sejak tahun 1973 dengan fokus usaha pada penghimpunan dana berupa simpanan dari anggota dan calon anggota untuk kemudian disalurkan kembali dalam bentuk pinjaman kepada anggota atau calon anggota secara luas. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan layanan Kospin Jasa, kini semakin banyak pula jaringan usaha dan mitra usaha Kospin Jasa yang telah tersebar di wilayah Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta, Banten, Yogyakarta dan Jawa Timur. Di tiap provinsi pun jumlah unit usahanya dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.

Kospin Jasa Syariah yang terletak di Jl. KH Mas Mansyur Nomor 141 telah beroperasi sejak tahun 2009 dan tiap tahunnya memiliki nasabah yang terus meningkat. Peningkatan nasabah terutama pada nasabah komunitas Madura sedangkan untuk nasabah komunitas Arab tidak terjadi pertumbuhan yang signifikan.

Upaya Kospin Jasa Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah dengan memberikan margin yang relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan lembaga keuangan perbankan pada produk pembiayaan dan memberikan bonus menarik bagi nasabah yang menabung.

Sejarah Pegadaian dimulai pada tahun 1746 saat VOC mendirikan Bank Van Leening sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Pada tahun 1901 didirikanlah Pegadaian Negara untuk pertama kalinya di

[illegible]

⁷⁰ Edu Terano Siwi, *Wawancara*, Surabaya, 14 Februari 2018.

ANALISIS PERSEPSI DAN PERILAKU KOMUNITAS ARAB AMPEL TERHADAP KEBERADAAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

Persepsi dapat dimaknai sebagai suatu proses dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, menginterpretasi stimulus (rangsangan) ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh. Persepsi akan terbentuk setelah melalui beberapa alur, yaitu proses penyeleksian stimulus yang kemudian stimulus tersebut akan dihubungkan dan dikelompokkan dan pada akhirnya memberikan suatu makna (interpretasi).

69

sepenuhnya benar dari pada tetap bertahan pada suatu hal yang sudah sepenuhnya salah.

Menurut hasil analisa penulis, hal ini terbentuk karena latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh golongan dari para ustadz, kyai atau pengajar tersebut yang telah mendapat pengetahuan mengenai praktek ribawi yang ada pada lembaga keuangan konvensional.

Informasi yang diterima dari lembaga keuangan syariah yang dalam semboyannya mengedepankan mengenai praktik keuangan yang sesuai dengan syariat Islam dan ditambah dengan adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Lembaga Penjamin Simanan (LPS) yang oleh komunitas dari golongan ini diterima dengan baik sehingga menimbulkan persepsi yang positif pula dari adanya lembaga keuangan yang berbasis syariat Islam. Meskipun tidak semua responden dari golongan ini memahami dengan baik mengenai praktik perbankan karena dalam kesehariannya mereka tidak banyak terlibat dengan lembaga keuangan dan tidak banyak menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

Pada golongan masyarakat Arab Ampel yang berprofesi sebagai pedagang atau wirausahawan, mereka memiliki persepsi yang beragam terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah. Tiga dari sepuluh orang responden mengatakan jika lembaga keuangan syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional. Karena menurut mereka, proses perputaran uang antara lembaga keuangan syariah dan konvensional masih menjadi satu. Menurut analisa penulis, hal ini disebabkan karena masih ada beberapa lembaga keuangan syariah, khususnya perbankan, yang

masih belum *spin-off* atau memisahkan kepemilikan asset dari induknya. Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, hal ini dapat terjadi apabila bank tersebut telah mencapai 50% dari total aset bank induknya atau telah beroperasi selama 15 tahun sejak berlakunya Undang-undang. Persepsi berbeda yang ditunjukkan dari komunitas ini adalah mereka menganggap adanya lembaga keuangan syariah sebagai usaha perbaikan umat Islam dalam pengelolaan uang yang selama ini mengikuti aturan yang non-Islami dan meminimalisir adanya unsur riba.

Golongan ketiga adalah komunitas Arab Ampel yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT). Hasil wawancara penulis dengan beberapa informan dari golongan ini mengenai persepsi mereka terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah adalah mayoritas mereka tidak memahami dengan baik perbedaan antara lembaga keuangan syariah dengan konvensional, bahkan beberapa orang ada yang menganggapnya sama saja. Mereka berpendapat jika lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah, keduanya masih memiliki unsur riba yang sama.

Hasil analisa penulis adalah persepsi tersebut muncul dari informasi yang mereka dapatkan mengenai lembaga keuangan syariah yang masih minim. Selain itu, persepsi orang lain yang mengatakan bahwa riba terdapat pada lembaga keuangan mana pun menjadi salah satu yang mempengaruhi persepsi tersebut tetap bertahan pada komunitas ibu rumah tangga. Komunitas Arab Ampel pada golongan ibu rumah tangga termasuk dalam kategori tidak banyak bersentuhan dengan lembaga keuangan syariah dan tidak banyak menggunakan layanan lembaga keuangan. Kehidupan mereka yang sederhana ditambah dengan mereka tidak

Golongan keempat adalah responden dari kelompok pelajar dan mahasiswa. Kalangan pelajar yang berstatus sebagai pelajar SMP dan SMA di

Perilaku konsumen merupakan cara individu dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki, yang berupa waktu, uang dan usaha, guna membeli barang atau jasa yang berhubungan dengan konsumsi. Perilaku konsumen juga memiliki beberapa tahapan yang terdiri dari tahapan perolehan (mencari dan membeli barang atau jasa), tahapan mengkonsumsi (yang didalamnya mencakup proses menggunakan dan mengevaluasi) dan tahapan pasca pembelian, atau dapat dikatakan dengan apa yang dilakukan konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku seorang konsumen, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

[illegible]

perbankan syariah dikarenakan lebih memiliki banyak produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan aksesnya pun lebih mudah dijangkau. Golongan ini menyadari adanya riba dalam lembaga keuangan konvensional sehingga mereka memilih untuk menggunakan layanan lembaga keuangan syariah. Faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen golongan ini dalam menggunakan lembaga keuangan syariah adalah faktor pribadi, yaitu dipengaruhi oleh berbagai karakteristik dari individu itu sendiri, seperti umur dan tahapan hidup seseorang, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan lain-lain. Golongan ini dapat dikatakan sebagai golongan terdidik dan telah mendapat pengetahuan agama yang cukup sehingga mereka dapat bersikap lebih bijak dan selektif dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk.

Pada kelompok pedagang atau wiraswasta Arab Ampel, memiliki persepsi yang beragam terhadap lembaga keuangan syariah. Kelompok ini terbilang aktif dalam menggunakan layanan lembaga keuangan dikarenakan pekerjaan mereka adalah pedagang atau wirausahawan yang kesehariannya terlibat dalam praktik jual beli. Para responden mengaku mengetahui tentang adanya unsur riba dalam lembaga keuangan konvensional, namun hal itu tidak menjadi alasan yang kuat untuk mereka agar beralih ke lembaga keuangan syariah. Hal ini dikarenakan keberadaan lembaga keuangan konvensional yang lebih dekat dan mudah untuk mereka akses dan banyaknya rekan bisnis mereka yang menggunakan layanan lembaga keuangan konvensional. Faktor yang dominan dalam mempengaruhi perilaku komunitas ini adalah faktor sosial dan lingkungan sekitar mereka. Pekerjaan mereka sebagai

pedagang dan pengusaha yang membutuhkan akses lembaga keuangan yang cepat dan efisien membuat mereka lebih memilih untuk menggunakan layanan lembaga keuangan konvensional. Selain itu, rekan bisnis juga menjadi alasan mereka untuk menggunakan layanan lembaga keuangan yang sama. Ketika penulis menanyakan kemungkinan mereka untuk beralih pada lembaga keuangan syariah, mereka sangat mengiyakan hal itu karena apabila aksesnya lebih mudah dan banyak rekan bisnis yang turut menggunakannya, maka mereka akan ikut berpindah juga pada layanan lembaga keuangan syariah. Hal ini dapat dilihat bahwa pada golongan para pedagang dan wiraswasta komunitas Arab Ampel sangat terbuka dan menyambut baik atas keberadaan lembaga keuangan syariah.

Kelompok yang ketiga adalah komunitas Ibu Rumah Tangga (IRT). Dalam kesehariannya, mereka tidak banyak terlibat dan menggunakan jasa lembaga keuangan dikarenakan mereka tidak bekerja dan tidak memperoleh penghasilan. Aktivitas mereka tiap harinya adalah mengurus rumah dan keluarga. Dari hasil wawancara diketahui jika komunitas ini cenderung tertutup dan tidak banyak mengetahui tentang lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah. Persepsi mereka jika lembaga keuangan adalah sama dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial. Hal ini karena budaya dari keluarga dan orang-orang terdahulu dari golongan ini tidak banyak melakukan transaksi dan aktivitas dengan lembaga keuangan dan karakteristik masyarakat dari golongan ini yang cenderung tertutup akan hal-hal baru membuat mereka tidak terlalu tertarik dengan lembaga keuangan syariah. Argument ini didukung dengan kebiasaan mereka yang dalam perihal

keuangan, mereka lebih memilih untuk menyimpan atau menabung dalam brankas atau tabungan pribadi dari pada menyimpannya pada bank atau lembaga keuangan lainnya.

Dalam kesehariannya, responden dari kelompok pelajar tidak banyak menggunakan transaksi lembaga keuangan. Dalam hal keuangan mereka masih mengandalkan orang tua dan tidak melakukan bisnis atau usaha sendiri. Sehingga respon yang diberikan komunitas pelajar terhadap lembaga keuangan syariah adalah acuh dan tidak memberikan tanggapan positif terhadap lembaga keuangan syariah.

Dengan melihat dari hasil wawancara penulis kepada komunitas Arab yang bermukim di wilayah Ampel Surabaya, respon yang diberikan dengan adanya lembaga keuangan syariah cukup beragam. Responden dalam penelitian dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu kelompok ustadz, kyai, atau pengajar, kelompok pedagang atau wirausahawan, dan kelompok ibu rumah tangga. Pengelompokan ini dimaksudkan agar penulis dapat mengetahui dengan lebih dalam mengenai persepsi

dan tindakan yang timbul dari persepsi yang dimiliki oleh masing-masing kelompok terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah.

Dari pembahasan permasalahan yang terdapat pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa persepsi komunitas Arab Ampel yang terbagi menjadi beberapa golongan, baik yang merupakan nasabah maupun yang bukan nasabah bank syariah, ditinjau dari persepsi dan perilaku yang mereka tunjukkan, adalah tidak memberikan dampak positif terhadap perkembangan atau akselerasi lembaga keuangan syariah. Hal ini didukung dengan beberapa alasan, yaitu:

1. Jumlah Komunitas Arab Ampel yang didominasi dari kalangan pedagang dan ibu rumah tangga memberikan respon negatif dalam bentuk persepsi mereka yang mengatakan jika baik lembaga keuangan konvensional maupun syariah adalah sama walaupun terdapat sedikit perbedaan di dalamnya dan tindakan mereka yang tidak menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.
2. Bagi nasabah lembaga keuangan syariah, yang didominasi dari kalangan ustadz, kyai, atau pengajar, populasi mereka lebih sedikit dari pada kelompok yang berasal dari pedagang dan ibu rumah tangga, sehingga dengan jumlah yang sedikit ini dapat dikatakan jika tidak memberikan dampak yang berarti terhadap perkembangan lembaga keuangan syariah di kawasan Ampel.
3. Nasabah lembaga keuangan syariah dapat dikategorikan sebagai nasabah pasif dalam menggunakan jasa lembaga keuangan karena kebutuhan mereka terhadap produk dan jasa lembaga keuangan hanya sekedar menyimpan dan mengambil uang.

4. Dukungan yang diberikan dari para nasabah lembaga keuangan syariah untuk percepatan pengembangan tidak dibuktikan dalam tindakan yang konkret sehingga tidak memberikan pengaruh pada nasabah lainnya.
5. Melalui *indepth interview* diperoleh pula jawaban bahwa walau secara konsep lembaga keuangan syariah yang sudah baik, akan tetapi dari praktek lembaga keuangan syariah masih ditemukan ketidaksesuaian dengan konsep yang ada. Sehingga hal tersebut menjadi faktor tidak dipilihnya lembaga keuangan syariah oleh sebagian besar masyarakat komunitas Arab Ampel.

Jika dianalisa lebih lanjut mengenai program kebijakan yang telah dicanangkan oleh Bank Indonesia tentang akselerasi perbankan syariah, terdapat tiga program utama dalam kebijakan akselerasi ini, yaitu:

1. Sosialisasi atau edukasi publik tentang perbankan syariah secara intensif dan berdampak luas.
2. Pengayaan produk dan jasa keuangan syariah serta perluasan outlet.
3. Memfasilitasi aliran dana atau investasi luar negeri melalui instrumen keuangan syariah.

Pada poin nomor satu yang menyatakan adanya sosialisasi atau edukasi yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada masyarakat luas mengenai perbankan syariah, menurut penulis, dalam komunitas Arab Ampel hal tersebut belum terapkan dengan baik. Pasalnya, dari hasil wawancara penulis kepada komunitas

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 79

- ## B. Saran

Bagi kalangan akademisi, diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang sama yaitu pengaruh perspsi komunitas Arab Ampel, perilaku komunitas Arab Ampel dan implikasinya terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji komponen lain selain mengenai persepsi, perilaku dan implikasinya terhadap lembaga keuangan syariah yang telah dibahas oleh penulis atau dengan indikator yang berbeda serta didukung oleh teori-teori atau penelitian terbaru.

- Munawwaroh. *Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan terhadap Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Skripsi-UIN Sunan Kalijaga, 2017
- Nasution. *Metodologi Reaserch Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003
- Nawawi Uha, Ismail. *Ekonomi Moneter Islam: Tematik Teori dan Pengantar Praktik*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014
- OJK, "Sejarah Perbankan Syariah", dalam <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2017
- Pratiwi, Aika. *Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Merek Canon di Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi-UM Yogyakarta, 2014
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004
- Sofyan, Indra. *Analisis Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Santri terhadap Perbankan Syariah*. Jakarta: Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah, 2016
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015
- Suryani, Titik. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- www.ojk.go.id, Revisit Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, diakses 5 April 2018
- www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_86306.aspx, diakses pada 2 Januari 2018