

**ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT WONOGIRI
TERHADAP BANK MUAMALAT KCP WONOGIRI
BERDASARKAN PROFESI**

SKRIPSI



Oleh :
Sekar Ayu Rohmiati
NIM 210816022

Pembimbing
Ika Susilawati, S.E., M.M.
NIP 197906142009012005

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
2021**

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sekar Ayu Rohmiati
NIM : 210816022
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Preferensi Masyarakat Wonogiri Terhadap Bank
Muamalat KCP Wonogiri Berdasarkan Profesi

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui theses.iainponorogo.ac.id, adapun isi dari keseluruhan penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 10 Mei 2020

Yang membuat pernyataan


SEKAR AYU ROHMIATI
NIM: 210816022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sekar Ayu Rohmiati

NIM : 210816022

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Preferensi Masyarakat Wonogiri Terhadap Bank Muamalat KCP

Wonogiri Berdasarkan Profesi.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 April 2021

Pembuat Pernyataan,



Sekar Ayu Rohmiati
NIM. 210816022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1.	Sekar Ayu Rohmiati	210816022	Perbankan Syariah	ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT WONOGIRI TERHADAP BANK MUAMALAT KCP WONOGIRI BERDASARKAN PROFESI

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi

Ponorogo, 20 April 2021

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

A. n. Agung Eko Purwana, S.E, M.Si.
NIP. 197109232000031002

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Ika Susilawati, S.E, M.M
NIP. 197906142009012005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT WONOGIRI
TERHADAP BANK MUAMALAT KCP WONOGIRI
BERDASARKAN PROFESI
Nama : Sekar Ayu Rohmiati
NIM : 210816022
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Ridho Rokamah, S.Ag., M.SI.
NIP. 197412111999032002

Penguji I :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.
NIP. 197202111999032003

Penguji II :
Ika Susilawati, S.E, M.M
NIP. 197906142009012005

(..........)
(..........)
(..........)



Ponorogo, 3 Mei 2021
Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Hafid Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

ABSTRAK

Rohmiati, Sekar Ayu. 2021. *Analisis Preferensi Masyarakat Wonogiri Terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri Berdasarkan Profesi*, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Kata Kunci: Faktor-faktor Preferensi, Bank Muamalat, Profesi

Di era modern saat ini, perbankan telah menjadi sarana paling vital bagi masyarakat di bidang keuangan. Perbankan telah menjadi kebutuhan masyarakat modern yang mempercayakan uangnya untuk diinvestasikan atau untuk memperoleh pembiayaan. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih atau pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Terdapat empat faktor preferensi terhadap barang dan jasa, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Praktek bank syariah saat ini belum banyak dimengerti oleh masyarakat baik dalam bentuk kegiatan usaha, produk dan jasanya yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah diaman keberadaan bank syariah merupakan sesuatu yang relatif baru. Bank Muamalat KCP Wonogiri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Seiring kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga lembaga keuangan yang

mampu memberikan kepuasan kepada nasabahlah yang akan memperoleh simpati.

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian kualitatif yaitu dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi masyarakat. setelah data terkumpul maka peneliti menganalisisnya dengan analisis data menggunakan metode analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: adanya faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari diri masyarakat itu sendiri. Faktor internal yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri adalah persepsi masyarakat tentang bank syariah dan persepsi tentang proposi keuntungan, serta keinginan untuk menghindari riba. Sedangkan faktor eksternal Faktor eksternal yang mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri adalah periklanan atau promosi dan pengaruh dari lingkungan seperti orang-orang terdekat yang ada disekitarnya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, dengan menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya. Lembaga keuangan di kenal ada dua macam, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Adapun peranan utama dari kedua lembaga ini relatif sama, yaitu sebagai perantara keuangan (*financial intermediation*) antara surplus unit (*ultimate lenders*) dengan defisit unit (*ultimate borrowers*).¹

Di era modern saat ini, perbankan telah menjadi sarana paling vital bagi masyarakat di bidang keuangan. Perbankan telah menjadi kebutuhan masyarakat modern yang mempercayakan uangnya untuk diinvestasikan atau sebagai lembaga untuk memperoleh pembiayaan. Dalam pasal undang-undang No. 21 Tahun 2008, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.²

Terbentuknya undang-undang No. 21 Tahun 2008 merupakan bentuk penegasan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin kelegalan bank syariah, dan memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi bank

¹ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: ANDI, 2015), 409.

² Yaya, Rizal, *et al*, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 59.

syariah yang memiliki status sebagai bank umum syariah seperti PT, Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Muamalat dan karena di dalamnya dijelaskan bahwa dalam perbankan Indonesia dikenal sistem (*dual banking sistem*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.³ Bank Muamalat yang menjadi bank syariah pertama di Indonesia tidak akan cukup berpuas diri hanya dengan status sebagai pelopor industri perbankan syariah di Indonesia, tetapi akan senantiasa meningkatkan performan bisnisnya melalui pengembangan jaringan kantornya.

Bank Muamalat yang kini dapat ditemui disetiap kota, memudahkan nasabah dalam mengaksesnya. Khususnya di kota Wonogiri, Salah satu bank syariah yang ada di Wonogiri adalah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonogiri. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonogiri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Seiring kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga lembaga keuangan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya yang akan memperoleh simpati. Nasabah telah pandai memilah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Perilaku konsumen atau nasabah memang sangat menentukan dalam proses

³ Rivai, Veithzal dan Andria Permata, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktis dan Mahasiswa*, (Jakarta: Raja GarfindoPersada, 2008), 65.

pengambilan keputusan pembelian atau memilih produk tersebut.

Bank Muamalat yang kini dapat ditemui disetiap kota, memudahkan nasabah dalam mengaksesnya. Khususnya di kota Wonogiri, Salah satu bank syariah yang ada di Wonogiri adalah Bank Muamalat KCP Wonogiri. Bank Muamalat KCP Wonogiri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Seiring kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga lembaga keuangan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabahlah yang akan memperoleh simpati. Nasabah telah pandai memilah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan.

Bank Muamalat KCP Wonogiri yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan senantiasa mengembangkan produk serta jasa yang dapat mendukung dan memenuhi kebutuhan nasabah baik perorangan maupun korporasi. Selain itu Bank Muamalat KCP Wonogiri merupakan salah satu kantor cabang pembantu dimana lokasi Bank sangat strategis dan mudah dijangkau. Bank Muamalat memiliki keunggulan dalam sistem informasi dan teknologi. Salain itu keunggulan lain yang dimiliki Bank Muamalat pelayanan yang ramah dan cepat dalam melayani nasabah.⁴

⁴ Joko Suli, *Wawancara*, 22 Februari 2021

Preferensi dan minat merupakan hal yang saling berkaitan, jika seseorang sudah memiliki preferensi dengan sesuatu hal maka orang tersebut akan timbul minat terhadap apa yang di sukainya. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih atau pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Preferensi tersebut juga akan menentukan produk-produk apa yang akan dibeli konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.⁵ Terdapat empat faktor preferensi terhadap barang dan jasa, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.⁶

Praktek bank syariah saat ini sudah banyak dimengerti oleh masyarakat baik dalam bentuk kegiatan usaha, produk dan jasanya yang menyebabkan adanya preferensi atau minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah. Keberadaan bank syariah merupakan sesuatu yang relatif baru bagi masyarakat, meskipun sudah sekitar 17 tahun yang lalu sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992.⁷

⁵ Vebitia dan Bustaman, "Alisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah di Wilayah Banda Aceh", dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, Vol. 2, No. 1, 2017, 98-107.

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Meida Group, Cet V, 2013), 10.

⁷ Fahd Noor dan Yulizar Djamaludin Sanrego, Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta), dalam *jurnal TAZKIA Islamic Business and Finance Review*, vol. 6, No. 1, 2011, 65.

“Saya mengetahui apa itu bank syariah, saya memilih menggunakan jasa bank muamalat KCP Wonogiri karena selain dalam kegiatannya menggunakan prinsip Syariah yaitu lokasi yang sangat strategis dan mudah untuk dijangkau pelayanannya juga ramah”.⁸

“Bank syariah saya pernah dengar yang katanya bagus karena bebas dari bunga, tetapi saya kurang tertarik karena di daerah sini belum ada yang namanya bank syariah. Kalo saya suka menggunakan bank biasa saja yang mudah dan tempatnya gampang dimana-mana ada, mungkin kalo ada bank syariah bisa dicoba dulu bagaimana apa beda atau sama saja dengan bank biasa”.⁹

Peneliti memilih masyarakat di Wonogiri, sebagai objek penelitian karena jumlah penduduk Kabupaten Wonogiri Tahun 2019 sebanyak 1.091.504 jiwa, dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dari penduduk perempuan, yaitu penduduk laki-laki sebanyak 545.595 orang dan penduduk perempuan sebanyak 545.909 orang. Penduduk terbanyak di Kecamatan Wonogiri sebanyak 88.446 orang atau sebesar 8,10% dari total penduduk. Penduduk wonogiri mayoritas adalah tamatan pendidikan terakhirnya yaitu tamat SD/MI/Sederajat sehingga banyak masyarakat yang berkerja sebagai petani.¹⁰

⁸ Anita Novianti, *Wawancara*, 16 Februari 2021.

⁹ Lestari, *Wawancara*, 16 Februari 2021

¹⁰<https://humaswonogirinews.org/blog/11/06/2020/gambaran-demografis-kabupaten-wonogiri-tahun-2019/>, (diakses pada 3 Maret 2021, Jam 20.55).

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Masyarakat Wonogiri Terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan Profesi”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti dapat merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana analisis typologi profesi masyarakat Wonogiri ?
2. Bagaimana analisis preferensi masyarakat Wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi ?
3. Bagaimana analisis dampak preferensi terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Muamalat KCP Wonogiri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui typologi profesi masyarakat di daerah Wonogiri.
2. Untuk mengetahui preferensi masyarakat Wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi.
3. Untuk mengetahui dampak terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Muamalat KCP Wonogiri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan sumbangan pemikiran pengembangan ilmu perbankan Syariah, khususnya tentang preferensi masyarakat

Wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Muamalat

Hasil dari penulisan penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai preferensi masyarakat Wonogiri terhadap bank Muamalat Kcp Wonogiri berdasarkan profesi. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan sebagai sumber rujukan dan menambah literatur dalam penelitian untuk dijadikan pedoman atau perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut serta dapat memberikan referensi untuk para peneliti berikutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan skripsi, penulis merumuskan sistematika supaya menunjukkan penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun untuk sistematikanya sendiri sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP BANK MUAMALAT KCP WONOGIRI

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam pembahasan tentang permasalahan preferensi masyarakat

Wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi nasabah atau masyarakat di daerah Wonogiri dan minat masyarakat terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, teknik pengelolaan data dan teknik analisis data.

BAB IV : PAPARAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisikan pemaparan data dan hasil analisis data mengenai preferensi masyarakat Wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi masyarakat di daerah wonogiri.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan tersebut menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

BAB II

PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP BANK MUAMALAT KCP WONOGIRI

A. Kajian Teori

1. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Preferensi adalah (hak untuk) didahulukan atau diutamakan dengan yang lain; prioritas, pilihan, kecenderungan, kesukaan¹. Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.² Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.³ Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk.

Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen,

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), 787.

² Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 10 (Jakarta: Prehalindo, 2000), 154.

³ Poerdawaminta, W.J.S, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi. III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 769.

misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya yang terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.⁴

Preferensi atau selera adalah sebuah konsep yang digunakan dalam ilmu sosial, khususnya ekonomi. Hal ini mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari peningkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, dan gaya hidup. Preferensi secara lebih luas yakni sebagai sumber dari motivasi. Dalam ilmu kognitif, preferensi individual memungkinkan pemilihan tujuan.

Preferensi yang berarti minat atau kesukaan, kata arti atau pengganti. Jadi preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka memiliki kebebasan memilih.

Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan

⁴ Sukanto, *Fisiologi* (Jakarta: Integritas Press, 1997), 120.

itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya⁵

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat kita artikan bahwa preferensi merupakan minat yakni suatu gambaran keinginan setiap konsumen mengenai barang maupun jasa yang akan dikonsumsi. Dari semua barang dan jasa (*commodity bundle*) yang mungkin akan dikonsumsi, konsumen memiliki penilaian tersendiri tentang barang yang paling diinginkan. Dalam teori mikro ekonomi, konsumen diasumsikan mampu membedakan barang mana yang ingin dikonsumsi dan menentukan daftar urutan preferensi (*order of preference*) barang yang ada.⁶

Produk yang ditawarkan barang dan jasa (*commodity bundle*) yang mungkin untuk dikonsumsi, konsumen memiliki penilaian tersendiri tentang barang yang paling diinginkan. Dalam teori mikro ekonomi, konsumen diasumsikan mampu membedakan barang mana yang ingin dikonsumsi dan menentukan daftar urutan preferensi (*order of preference*) barang yang ada. Dalam membuat daftar urutan

⁵ Ibid., 121.

⁶ M. Ridwan. Dkk, *Ekonomi pengantar Mikro dan Makro Islam* (Bandung: Citapustaka Medan, 2013), 16.

preferensi ada tiga asumsi yang dipergunakan yaitu:⁷

- 1) Kelengkapan (*Completeness*) yaitu ketika konsumen dihadapkan pada pilihan antara berbagai barang yang ada, konsumen bisa memilih kombinasi barang yang paling diinginkan, atau mengambil kombinasi barang yang paling komplit dari semua kombinasi yang ada. Jika A dan B adalah dua kondisi, maka tiap orang harus bisa menspesifikasikan; A lebih disukai daripada B, atau sebaliknya, atau sama-sama disukai.
- 2) Transitivitas (*Transitivity*) yaitu jika konsumen lebih menyukai barang A dari pada barang B, dan barang B lebih disukai dari barang C, maka A harus dipilih bukan barang C.
- 3) Kontinuitas (*Continuity*) yaitu tidak ada seorangpun yang merasa puas sepenuhnya meskipun sudah memperoleh semua barang yang diperlukan. Semakin banyak barang yang bisa dikonsumsi, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan konsumen selalu ingin mengkonsumsi dan terus mengkonsumsi.

Daftar urutan preferensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kontinuitas

⁷ Simamora, *Riset Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Gramedia Utama, 2004), 16.

(*continuity*) karena tidak hanya satu produk saja yang digunakan maka semakin banyak barang yang bisa digunakan maka semakin tinggi tingkat kepuasannya karena konsumen selalu ingin mengkonsumsi dan terus mengkonsumsi.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi

Terdapat empat faktor preferensi terhadap barang dan jasa⁸:

- 1) Faktor-faktor kebudayaan
 - a) Kebudayaan, merupakan faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang dan menjadi faktor penentu. Jika makhluk hidup lain bertindak berdasarkan naluri, lain halnya dengan manusia yang dalam berperilaku umumnya dipelajari.
 - b) Subbudaya, merupakan yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya yang terdiri dari sub budaya yang lebih kecil. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras dan area geografis.
 - c) Kelas sosial, merupakan kelompok masyarakat yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai,

⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, ... 10.

minat dan perilaku serupa. Kelas sosial ini adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat.

2) Faktor-faktor sosial⁹

- a) Kelompok referensi, kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, dengan adanya interaksi yang berhubungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan lebih formal dimana interaksi yang terjadi kurang berhubungan.
- b) Keluarga, dalam kegiatan jual beli, keluarga dapat dibedakan menjadi dua. Yang pertama adalah keluarga orientasi merupakan orang tua. Karena dari orang tua lah seseorang pertama kali mendapatkan pandangan tentang agama, politik dan ekonomi. Yang kedua adalah keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup, anak-anak, keluarga merupakan organisasi pembeli yang paling penting dalam suatu masyarakat.

⁹ Ibid., 10.

- c) Peran dan Status, bentuk partisipasi seseorang terhadap kelompok selama dalam hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status¹⁰.
- 3) Faktor Pribadi
1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang bisa dibentuk dari tahapan siklus hidup keluarga. Pada saat mereka menjalani hidupnya, biasanya mengalami perubahan atau transformasi dan ini biasa dialami oleh orang-orang dewasa.
 2. Pekerjaan, para pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu menjadi sasaran oleh pemasar untuk diidentifikasi berdasarkan kelompok kerja.
 3. Gaya hidup, gaya hidup seseorang merupakan pola hidup didunia yang di ekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup dapat mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan bisa menggambarkan seseorang secara keseluruhan.

¹⁰ Ibid., 11.

4. Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.
- 4) Faktor-faktor Psikologis
 - a) Motivasi, merupakan kebutuhan biogenik yang timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus, resah dan tidak nyaman. Motivasi juga termasuk dalam kebutuhan psikogenik yang timbul dari keadaan fisiologis seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.
 - b) Persepsi, persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi, untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.
 - c) Proses belajar, merupakan perubahan dalam perilaku seseorang yang bisa timbul dari pengalaman.
 - d) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.¹¹

¹¹ Ibid., 12.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat beli adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek yang mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut. *The consumer may also form an intention to buy the most preferred brand* yang berarti bahwa konsumen mempunyai keinginan untuk membeli suatu produk berdasarkan pada sebuah merek. Minat timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.¹²

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan

¹² Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 63-64.

tertentu.¹³ Sedangkan menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.¹⁴

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat membeli merupakan salah satu subjek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangan-tanggapan (*stimulus-response model*) apa yang di dengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium oleh hidung itulah yang disebut stimulus.¹⁵

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan.

¹³ Andi Mappier, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), 62.

¹⁴ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 145.

¹⁵ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 112.

Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sector rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendapatkan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak itu bias diatur dengan sebaik-baiknya. Ada beberapa tahapan minat antara lain: 1) Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, 2) Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah¹⁶

b. Tahapan Minat Konsumen

Tahapan minat pembelian konsumen dapat dipahami melalui model AIDA yang diuraikan oleh Kotler dan Keller sebagai berikut:

1) Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

2) Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

¹⁶ Dalyono, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 56.

3) *Hasrat (Desire)*

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahap ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4) *Tindakan (Action)*

Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.¹⁷

c. Dimensi Minat Konsumen

Menurut Donni Juni Priansa minat pembelian konsumen berkenaan dengan empat dimensi pokok, yaitu:

1) *Minat Transaksional*

Minat transaksional merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk (barang atau jasa) yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

¹⁷ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, ..., 146.

2) Minat Referensial

Minat referensial merupakan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalaman dan informasi tentang produk tersebut.

3) Minat Preferensial

Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap produk-produk tersebut. Preferensi tersebut hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4) Minat Eksploratif

Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang di minatnya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.¹⁸

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah:

¹⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 168-169.

1) Faktor Psikologi

Pilihan membeli seseorang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama, yaitu: motivasi, persepsi, kepercayaan dan perilaku.

2) Faktor Pribadi

Sekumpulan karakteristik perilaku yang dimiliki oleh individu dan bersifat permanen disebut kepribadian. Minat seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, dan daur hidupnya, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

3) Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial ini seperti kelompok referensi, keluarga, status dan peran sosial.¹⁹

Kemudian menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan pembelian adalah:

- 1) Pengetahuan
- 2) Gaya hidup
- 3) Pekerjaan dan keadaan ekonomi
- 4) Kepribadian dan konsep diri
- 5) Promosi²⁰

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 217

²⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 172-175

3. Profesi

a. Pengertian Profesi

Secara harfiah profesi berasal dari kata *profession* (ingris) yang berasal dari bahasa latin profesus ang berarti mampu atau ahli dalam suatu bentuk pekerjaan. Dalam *webster's new worl dictionary* di temukan bahwa profesi merupakan suatu pekerjaan yang menuntut pendidikan tinggi.²¹ Kata profesi dapat di ketahui dari tiga sumber makna yaitu makna secara etimologi profesi berasal dari bahasa ingris *profession* atau bahasa latin *profecus* yang artinya mengakui, pengakuan, menyatakan mampu atau ahli dalam melakukan pekerjaan tertentu.

Secara terminologi profesi dapat di artikan sebagai suatu pekerjaan yang mempersyaratkan pekerjaan tinggi bagi pelakunya yang di tekankan pada pekerjaan mental. Sementara secara sosiologi profesi merupakan jenis model pekerjaan yang ideal, karena dalam realitanya bukanlah hal yang mudah untuk mewujudkannya dan hanya bisa dilakukan oleh orang-orang yang sudah profesional dalam bidangnya.²²

Secara lebih lanjut pengertian profesi menurut para ahli adalah sebagai berikut:

²¹ Alma Buchari, *Guru Profesional edisi revisi* (Bandung: Alfabeta, 2012), 115.

²² Suprihatiningrum Jamil, *Guru Profesional cetakan II* (Yogyakarta: ARUZZ Media, 2014), 45-46.

- 1) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa profesi adalah bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan keahlian (ketrampilan, kejuruan, dan sebagainya) tertentu.²³
- 2) Menurut Buchari Alma yang mengutip Villmer dan Mill yang dikutip Peter Jervis profesi merupakan suatu pekerjaan yang didasarkan atas studi intelektual dan pelatihan yang khusus.²⁴
- 3) Ilsa Nelwan mengartikan profesi dengan memandang tiga aspek yang mengikuti makna profesi berikut,
 - a) *Kalogial* yaitu bahwa pengetahuan dan kompetensi seseorang telah di validasi atau di uji oleh lingkungan kerjanya.
 - b) *Kognitif* berhubungan dengan pengetahuan serta kompetensi tersebut berdasarkan ilmu pengetahuan yang rasional.
 - c) *Moral* penilaian profesional serta saran yang di berikan serta berorientasi pada suatu nilai substantif.²⁵

Merujuk kepada uraian di atas profesi dapat di artikan sebagai suatu pekerjaan atau jabatan yang menuntut ke ahlian yang didapat dari

²³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 1104.

²⁴ Alma Buchari, *Guru Profesional edisi revisi, ...*, 116.

²⁵ *Ibid.*, 117.

pendidikan dan latihan tertentu.²⁶ Dapat dikatakan bahwa pengertian profesi adalah pekerjaan yang memang memerlukan keahlian-keahlian tertentu, yaitu ketrampilan yang mendasarkan diri pada pengetahuan teoritis dan sesuai dengan kaidah tingkah laku (kode etik). Sudah tentu pengetahuan itu harus diperoleh dari suatu proses pendidikan dan latihan.²⁷

B. Kajian Pustaka

Setelah penulis melakukan penelusuran, terdapat beberapa penelitian yang melakukan pembahasan mengenai preferensi. Berikut ini adalah pemaparan hasil penelusuran studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Jasa Perbankan Syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja

Judul penelitian yang telah dilakukan oleh Shely Feberian adalah Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Jasa Perbankan Syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja. Penelitian ini membahas tentang perbedaan tingkat kepentingan antar atribut jasa perbankan syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja dan perbedaan utilitas antar *level* atribut jasa perbankan syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja serta kombinasi preferensi utama apakah yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja.

²⁶ Suprihatiningrum Jamil, *Guru Profesional cetakan II, ...*, 49.

²⁷ Dawam Rahardjo, *Islam dan Transformasi Sosial-Ekonomi* (Jakarta: LSAF, 1999), 294.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan tentang preferensi masyarakat. Perbedaannya adalah dalam penelitian tersebut membahas lebih kepada preferensi masyarakat kepada atribut jasa perbankan syariah Bank Muamalat, sedangkan penelitian ini membahas secara khusus tentang preferensi masyarakat Wonogiri berdasarkan profesi terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri.²⁸

2. Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Luwunggede, Mundu Dan Karangreja Kabupaten Brebes)

Judul penelitian yang telah dilakukan oleh Lutfia Nuril Arafah yang berjudul Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Luwunggede, Mundu Dan Karangreja Kabupaten Brebes). Penelitian ini membahas tentang preferensi masyarakat desa yang belum terjangkau sosialisasi kegiatan bank syariah. Sehingga menjadikan masyarakat desa yang memiliki tingkat pendapatan yang rendah, masih hanya berhubungan dengan lembaga keuangan konvensional seperti koperasi, BPR, bank bahkan rentenir karena belum terjangkau aktifitas lembaga keuangan syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan

²⁸ Shely Feberian, "Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Jasa Perbankan Syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja" (Skripsi, Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu).

tentang preferensi masyarakat secara umum. Perbedaannya dalam penelitian tersebut membahas preferensi dan perilaku masyarakat desa terhadap perbankan Syariah, sedangkan dalam penelitian ini membahas preferensi masyarakat Wonogiri berdasarkan profesi terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri.²⁹

3. Preferensi Masyarakat Desa dan Kota Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Jember

Judul penelitian yang telah dilakukan oleh Fifi Nur Rohmah yang berjudul Preferensi Masyarakat Desa dan Kota Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Jember. Penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan perbankan syariah, lokasi perbankan syariah masyarakat desa dan kota terhadap perbankan syariah di Kabupaten Jember dan beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat desa dan kota.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan tentang preferensi masyarakat secara umum. Perbedaannya dalam penelitian tersebut adalah membahas preferensi masyarakat desa dan kota berdasarkan pengetahuan dan lokasi bank syariah, sedangkan dalam penelitian ini membahas preferensi

²⁹ Lutfia Nuril Arifah, "Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Luwunggede, Mundu Dan Karangreja Kabupaten Brebes)" (Skripsi, Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).

masyarakat Wonogiri berdasarkan profesi terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri.³⁰

4. Preferensi Santri Dalam Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Kabupaten Malang

Judul penelitian yang telah dilakukan oleh Roisul Abid yang berjudul Preferensi Santri Dalam Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Kabupaten Malang. Penelitian ini membahas tentang preferensi minat menabung santri terhadap bank syariah dengan memperhatikan pengaruh pengetahuan, religiusitas, produk bank dan pelayanan yang bank syariah di Kabupaten Malang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan tentang preferensi masyarakat secara umum. Perbedaannya dalam penelitian tersebut adalah membahas preferensi minat menabung para santri, sedangkan dalam penelitian ini membahas preferensi masyarakat Wonogiri berdasarkan profesi terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri.³¹

³⁰ Fifi Nur Rohmah, "Preferensi Masyarakat Desa dan Kota Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Jember" (Skripsi, Jember, Universitas Jember, 2021).

³¹ Roisul Abid, "Preferensi Santri Dalam Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Kabupaten Malang" (Tesis, Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, 2019).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti, maka pendekatan penelitian yang akan diambil adalah kualitatif dengan jenis penelitian yaitu studi kasus. Peneliti akan mengumpulkan berbagai informasi untuk memperoleh gambaran mendalam tentang permasalahan tersebut sehingga dihasilkan suatu kesimpulan atau teori baru. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan akan digunakan metode wawancara, studi dokumenter dan *browsing internet* yang kemudian dianalisis menjadi suatu teori.

Wawancara akan dilakukan terhadap masyarakat Wonogiri yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Personel yang direncanakan akan diwawancarai yaitu berprofesi sebagai wirausaha, pengajar/guru, petani/nelayan dan PNS. Studi dokumenter dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan preferensi masyarakat, profesi dan produk bank serta dampak dari preferensi tersebut. Disamping itu diperlukan pula dokumen yang berupa buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Untuk melengkapi data sebagai bahan pembahasan yang lebih mendalam tentang permasalahan tersebut, maka dilakukan *browsing internet*.¹ Data yang dibutuhkan melalui *browsing internet* di antaranya adalah

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 15.

data tentang profil Bank Muamalat yang diperoleh dari bank Muamalat. Disamping itu, *browsing internet* dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

B. Lokasi Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Bank Muamalat KCP Wonogiri yang beralamat di Jl. Salak, Giripurwo, Kec. Wonogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah.

C. Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan-permasalahan adalah data-data yang berkenaan dengan preferensi masyarakat wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi.²

Wawancara akan dilakukan terhadap masyarakat Wonogiri yaitu pengelompokan berdasarkan profesi sebagai berikut wirausaha, PNS, tenaga medis, lembaga, karyawan bank, dan Non-karyawan. Sedangkan dokumen berupa buku-buku sebagai bahan teori diperoleh peneliti dari perpustakaan dan buku-buku yang disediakan oleh penulis sendiri (melalui pembelian atau pinjam). Data yang diperoleh melalui *browsing internet* berupa jurnal, makalah atau buku internet diperoleh dari internet melalui *google.com*.

D. Metode Pengumpulan Data

² Albi Anggito, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 212.

Metode yang dilakukan dalam proses pengumpulan data di dalam penelitian ini ada 3, antara lain adalah:

1. Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.³ Metode ini dipakai guna untuk mendapatkan informasi secara langsung dan jelas dengan mewawancarai secara langsung Manajer Bank Muamalat KCP Wonogiri, Nasabah dan masyarakat Wonogiri. Dengan cara ini diperoleh informasi secara tepat berkenaan dengan permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti.

2. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang terdapat sangkut pautnya dengan penelitian, sebagai pelengkap dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan memperoleh data dari Bank Muamalat KCP Wonogiri berupa dokumen resmi yang tepat dan relevan dalam penelitian yang dilakukan.

3. Browsing Internet

Data yang akan didapatkan melalui *browsing internet* di antaranya adalah data tentang bank Jatim Syariah Cabang Madiun yang diperoleh dari bank Jatim. Disamping itu, *browsing internet* dilakukan

³ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 1016), 231.

untuk mendapatkan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.⁴

E. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, maka selanjutnya pengolahan data dengan beberapa cara yaitu *editing*, *organizing*, dan penemuan hasil riset.⁵

1. Editing

Editing atau pemeriksaan data yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, sudah benar serta sudah sesuai atau relevan dengan masalah yang ada di bank Muamalat KCP Wonogiri. Setelah itu peneliti kembali ke lokasi penelitian hingga hasil wawancara benar-benar sesuai dan cukup lengkap.

Wawancara dilakukan 3 kali. Pada tahap pertama peneliti masih kekurangan data banyak karena hasil wawancara kurang mendetail. Setelah itu tahap kedua peneliti mulai memancing pertanyaan hingga mendapatkan kelengkapan data di tempat penelitian, data kedua ini sebenarnya hampir lengkap tetapi tidak ada dokumen pendukungnya. Pada akhirnya peneliti melakukan penelitian ketiga dengan menggali data dan pertanyaan ulang kepada masyarakat Wonogiri. Pada penelitian akhir ini hasil wawancara benar-benar sesuai dan cukup lengkap.

2. Organizing

⁴ Ibid., 145

⁵ Didin Fatihudin, *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 136-137.

Organizing, yaitu teknik yang digunakan dalam mengelola data yang diperoleh penulis dalam penelitian dengan cara menyusun data tersebut secara sistematis sebagaimana yang telah direncanakan dalam rumusan masalah. Setelah mendapatkan data hasil wawancara tersebut, peneliti menyusunnya berdasarkan permasalahan tampak.

3. Penemuan Hasil Riset

Penemuan hasil riset, yaitu data yang diperoleh dalam penelitian ini diolah melalui proses *editing* dan *organizing*, selanjutnya dilakukan analisis lanjutan dengan menggunakan teori dan dalil tertentu sehingga diperoleh kesimpulan sebagai jawab atas keseluruhan masalah yang diteliti. Setelah diolah dengan proses *editing* dan *organizing*, peneliti melakukan analisis data dengan teori yang ada di buku atau jurnal yang sesuai dengan penelitian dengan begitu peneliti bisa menyimpulkan hasil dari rumusan masalah yang diteliti tersebut.

F. Teknis Analisis Data

Analisa data adalah proses penyederhanaan dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁶ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dalam penelitian kualitatif kedalam penghayatan terhadap interaksi antar konsep yang sedang dikaji secara empiris adalah hal utama dalam penelitian ciri penelitian kualitatif adalah bersifat deskriptif lebih mengutamakan

⁶ Masri singlarimbun dan Sofya Efendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), 264.

proses dan analisis data cenderung secara induktif, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan maka peneliti akan mengajukan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu sampai data dianggap *kredibel*.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data menggunakan taktik triangulasi dalam penelitian dalam penelitian bisa diartikan sebagai taktik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik, pengumpulan data dan sumber data yang telah ada triangulasi sekaligus menguji kredibilitas dan yang dihasilkan selama penelitian, tujuan utama triangulasi bukan hanya mencari kebenaran tentang suatu fenomena lebih kepada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.⁷

⁷ Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebedayaan* (Sleman: Pustaka Widyatama, 2006), 110.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Paparan Data Umum

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat

Berdasarkan Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk selanjutnya disebut “Bank Muamalat Indonesia” atau “BMI” berdiri dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 Tambahan No. 1919A.¹

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia secara resmi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah pertama di Indonesia. Dua tahun setelahnya, tepatnya pada

¹ <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, jam 08.45).

27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin sebagai Bank Devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya, pada 2003, BMI dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi *Mudharabah*. Aksi korporasi tersebut membawa penegasan bagi posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 249 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima serta 55 unit Mobil Kas Keliling.²

² <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, jam 08.45).

BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus merealisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas anaknya yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

BMI tidak pernah berhenti untuk berkembang dan terus bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*.³

2. Perkembangan Bank Muamalat

Perkembangan Bank Muamalat Indonesia hingga saat ini sangat menggembirakan. Hal ini menunjukkan Bank Syariah dengan konsep bagi hasil

³ <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, jam 08.45).

mampu bersaing dengan Bank Konvensional. Peristiwa penting yang tidak dapat dilupakan adalah krisis moneter yang melanda Indonesia khususnya sektor ekonomi, akan tetapi dengan keyakinan menjalankan roda Perbankan Syariah dengan Hukum Allah, Bank Muamalat Indonesia, tetap eksis dalam menghadapi krisis tersebut Bank Muamalat Indonesia, Cab.Surakarta. Keyakinan penuh untuk membangun perekonomian Umat, Bank Muamalat Indonesia terus melakukan dakwah. Pembukaan kantor cabang baru menjadi prioritas utama di tahun 2003. Pada tahun 2003 sebagai tahun Layanan dan Jaringan telah membuka 23 Kantor Cabang baru di seluruh Indonesia, suatu angka fantastis yang belum pernah dicapai sebelumnya dalam kurun waktu 11 tahun.⁴

Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta. Salah satu yang menjadi skala prioritas Bank Muamalat Indonesia adalah Kota Surakarta. Pilihan Bank Muamalat Indonesia terhadap Kota Surakarta dilakukan dengan pertimbangan mengenai letak Kota Surakarta yang strategis, Potensi akan *Funding* dan *Lending* dan adanya komitmen masyarakat terhadap Syariah Islam Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta.

Awal pendirian Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta dimulai dengan mendirikan Muamalat *Business Centre* (MBC) pada awal tahun 2002 sebagai

⁴ <https://text-id.123dok.com/document/eqoov415q-sejarah-pt-bank-muamalat-indonesia-tbk-cabang-surakarta.html>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, Jam 13.00).

sarana untuk memperkenalkan Bank Muamalat Indonesia kepada masyarakat Kota Surakarta dan sekitarnya. MBC ini berlokasi di PT. Telkom, Jl. Mayor Kusmanto No. 01 Surakarta. Kegiatan MBC diantaranya silaturahmi dengan masyarakat Surakarta dan sekitarnya untuk memperkenalkan konsep syariah dan produk-produk Bank Muamalat Indonesia baik dari segi pendanaan maupun pembiayaan.

Kegiatan sosialisasi ini mendapat tanggapan positif dari masyarakat Surakarta dan sekitarnya. Kegiatan dan program MBC ini akhirnya membuahkan hasil yaitu dengan menetapkan bahwa di Eks Karesidenan Surakarta segera dibuka Cabang Bank Muamalat Indonesia Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta. Pada tanggal 8 September 2003 Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta memulai kegiatan operasional ditandai dengan peresmian Kantor Cabang Surakarta yang berlokasi di Jl. Kapten Mulyadi No.87 F Ruko Lojiwetan Pasar Kliwon, Surakarta yang diresmikan oleh Bapak Slamet Suryanto selaku walikota Surakarta Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta. Untuk mengakomodir kebutuhan nasabah atas layanan yang prima dan kantor yang lebih besar, maka pada tanggal 13 November 2006 Kantor Cabang Utama direlokasi ke Jl. Slamet Riyadi No.314 Surakarta Depan Stadion Sriwedari Surakarta dan kantor yang lama yang berlokasi di Jl. Kapten Mulyadi No.87 F Lojiwetan Surakarta berubah

statusnya menjadi Kantor Kas. Pada tanggal 31 Agustus 2007.⁵

Bank Muamalat Indonesia membuka kantor layanan di RS PKU Muhammadiyah Surakarta, Bank Muamalat Indonesia membuka Unit Pelayanan Syariah Klaten, Bank Muamalat Indonesia Cab. Surakarta membuka Kantor Layanan yang berlokasi di daerah Palur dan juga membuka 3 Kantor Cabang Pembantu yaitu di Kartasura, Boyolali dan Wonogiri.

Kantor Bank Muamalat Kantor cabang pembantu Wonogiri ini mulai beroperasi pada tanggal 17 Desember 2009 yang beralamat di Jl. Jenderal Ahmad Yani, Salak, Giripurwo, Kec. Wonogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Kantor ini bukan milik sendiri, akan tetapi masih mengontrak dengan 7 karyawan yaitu 4 karyawan *banking staff*, 1 *scurity*, 1 *officeboy*, dan 1 *driver*.⁶

3. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan

⁵ <https://text-id.123dok.com/document/eqoov415q-sejarah-pt-bank-muamalat-indonesia-tbk-cabang-surakarta.html>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, Jam 13.00).

⁶ Marketing, *Wawancara*, 25 Maret 2021.

prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁷

4. Produk Bank Muamalat

- a. Penyaluran Dana⁸
 - 1) Pembiayaan atas dasar prinsip *Murabahah*
 - 2) Pembiayaan atas dasar prinsip *Mudharabah*
 - 3) Pembiayaan atas dasar prinsip *Bai Bithaman Ajil*
 - 4) Pembiayaan atas dasar prinsip *Qardhul Hasan*
 - 5) Pembiayaan atas dasar prinsip *Musyarakah*
- b. Penghimpunan Dana
 - 1) Giro atas dasar prinsip *Wadiah*
 - 2) Deposito atas dasar prinsip *Mudharabah*
 - 3) Tabungan atas dasar prinsip *Mudharabah*

B. Paparan Data

1. Profesi Nasabah Menggunakan Jasa Bank Muamalat Kcp Wonogiri

Tabel 4.1

⁷ <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, jam 08.45).

⁸ <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, (diakses pada tanggal 31 Maret 2021, jam 08.45).

Data Profesi Nasabah Bank Muamalat KCP Wonogiri

Data Nasabah Bank Muamalat 2020		
No	Profesi	Jumlah
1	Dokter	4
2	Ibu Rumah Tangga	80
3	Karyawan Bank	42
4	Karyawan Swasta	471
5	Koperasi	5
6	Lainya	21
7	Lembaga Keuangan Konvensional	22
8	Lembaga Keuangan Syariah	7
9	Lembaga Pendidik	1
10	Masjid	5
11	Notaris	4
12	Paramedis	6
13	Pegawai Koperasi	1
14	Pegawai Yayasan	9
15	Pejabat Negara	1
16	Pekerja Informal	13
17	Pelajar/Mahasiswa	152
18	Pendidik/Guru	213
19	Pengacara	3
20	Pensiunan	17
21	Petani/Nelayan	42
22	PNS/TNI/Polri	380
23	Wirausaha	442
24	Yayasan	2
Jumlah		1943

Sumber: Bank Muamalat KCP Wonogiri, 2020⁹

Berdasarkan Table 4.1 diatas Data nasabah Bank Muamalat KCP Wonogiri tahun 2020 dapat dilihat bahwa nasabah yang menggunakan jasa di Bank Muamalat KCP Wonogiri berdasarkan profesi

⁹ Joko Suli, *Wawancara*, 22 Februari 2021.

dengan jumlah terbanyak yaitu Karyawan Swasta sebesar 24% dengan jumlah 471 nasabah, wirausaha sebesar 23% dengan jumlah 445 nasabah, kemudian PNS/TNI/Polri sebesar 20% dengan jumlah 380 nasabah, dan Pengajar/Guru sebesar 11% yaitu berjumlah 212 nasabah. Dapat dikatakan bahwa mayoritas nasabah di Bank Muamalat KCP Wonogiri adalah Karyawan Swasta, dilihat dari lokasi kantor yang sangat strategis berada jalan utama mudah ditemui dan juga dekat dengan instansi pemerintah maupun swasta.

Pada data diatas dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok atau kategori profesi masyarakat Wonogiri, yaitu kelompok wirausaha terdiri dari pedagang dan notaris. Kelompok PNS/ASN (pegawai negeri sipil) yang terdiri dari TNI, Polri, pengajar/guru dan pejabat negara, sedangkan untuk kelompok lembaga meliputi lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah, koperasi, yayasan, lembaga pendidik, masjid. Kelompok yang berprofesi sebagai tenaga medis meliputi dokter dan paramedis. Kemudian kelompok karyawan terdiri dari karyawan bank, karyawan swasta, pegawai koperasi, dan pegawai yayasan. Dan kelompok terakhir adalah kelompok non karyawan meliputi petani/nelayan, ibu rumah tangga, pelajar, pensiunan, pekerja informal dan lainnya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Muamalat Kcp Wonogiri Berdasarkan Profesi

a. Diskripsi Hasil Wawancara

Preferensi merupakan pilihan seseorang terhadap produk maupun jasa. Konsumen memiliki preferensi atau pilihan suka terhadap produk maupun jasa, maka konsumen tersebut akan memilih untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Dan apabila seorang konsumen memiliki preferensi tidak suka terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen tersebut pun juga tidak akan menggunakan produk atau jasa tersebut.

Banyak motivasi masyarakat dalam berhubungan dengan bank, baik sebagai *kreditor* maupun *debitor*. Alasan masyarakat berhubungan dengan lembaga perbankan antara lain, balas jasa dari modal yang disetor, keamanan, fasilitas atau kemudahan, memperoleh jasa pembiayaan dan pertimbangan sistem perbankan yang berlaku. Dengan demikian pilihan masyarakat terhadap sistem perbankan yaitu sistem bunga atau sistem bagi hasil tergantung pada motivasi yang mendasari. Perlu disadari bahwa motivasi yang mendasarinya bisa saja dari beberapa motivasi diatas. Keputusan akhir akan ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan diantaranya berbagai motivasi tersebut.¹⁰

¹⁰ Khairul Amri dkk, "Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri", *Ar-Raniry, dalam Jurnal SAMUDRA DAN BISNIS*, Vol 9, No. 1, Januari 2018, 34.

Preferensi konsumen terhadap suatu barang dapat diketahui dengan menentukan atribut-atribut atau faktor-faktor yang melekat pada produk. Atribut-atribut itulah yang pada akhirnya dapat mempengaruhi seseorang sebagai pertimbangan untuk memilih suatu barang. Setiap konsumen memiliki pandangan yang berbeda-beda, yang perbedaan tersebut mempengaruhi perilaku konsumen (*consumers' behavior*) dalam pengambilan keputusan.¹¹ Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian, yaitu: kebudayaan, sosial, keluarga, pekerjaan, gaya hidup, persepsi, motivasi dan tingkat pendidikan.¹²

Faktor-faktor yang disebutkan di atas yaitu adanya faktor internal dan eksternal konsumen dalam keputusan pembelian, bahwa faktor tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih dan menggunakan produk maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Berdasarkan penyesuaian dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini faktor eksternal yang digunakan adalah sosial masyarakat. Sementara faktor internal terdiri dari pengetahuan, motivasi, tingkat Pendidikan, dan gaya hidup. Seperti halnya masyarakat Wonogiri yang menjadi informan berdasarkan profesi, yaitu yang

¹¹ Ibid., 35

¹² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Meida Group, Cet V, 2013), 10.

disampaikan oleh 8 responden tentang faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri terhadap Bank Muamalat Kcp Wonogiri berdasarkan profesi.

Ibu Sri Wahyuni berprofesi sebagai guru SD beliau menyatakan, suka menggunakan produk/jasa di Bank Muamalat KCP Wonogiri. Menurut beliau pelayanan yang diberikan sangat ramah selain itu menggunakan cara islam dalam bermuamalah, informasi tentang Bank Muamalat KCP Wonogiri dari teman kerja dan juga kerabatnya. Ibu Sri Wahyuni tertarik dengan Bank Muamalat KCP Wonogiri dengan alas untuk menghindari riba yang ada di bank konvensional dan juga bunganya lebih kecil dari bank yang lainnya.¹³

Berdasarkan jawaban pertanyaan peneliti yang disampaikan oleh ibu Sri Wahyuni terdapat faktor internal yang mempengaruhi preferensi beliau terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri. Faktor internal tersebut berasal dari dalam diri Ibu Sri Wahyuni sendiri bahwa beliau ingin menghindari dosa riba yang ada di bank konvensional dan juga persepsi ibu Sri Wahyuni bahwa bunga bank Muamalat lebih kecil dai bank lainnya. Selain itu terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi juga, yaitu terkait informasi

¹³ Sri Wahyuni, *Wawancara*, 14 Februari 2021

tentang bank syariah yang ia dengar dari teman kerja dan kerabatnya.

Ibu Anita Noviana berprofesi sebagai PNS petugas kecamatan beliau menyatakan, mengetahui apa itu bank syariah, sistem yang sesuai dengan syariat Islam menghindari riba yang diharamkan, tempat yang sangat mudah dijangkau, pelayan yang ramah, dan tidak banyak potongan administrasi, informasi tentang Bank Muamalat KCP Wonogiri dari iklan/promosi, majelis, keluarga dan kerabat. Ibu Anita Noviana memilih menggunakan jasa Bank Muamalat KCP Wonogiri karena untuk menghindari riba.¹⁴

Berdasarkan jawaban pertanyaan peneliti yang disampaikan oleh ibu Anita Noviana terdapat faktor internal yang mempengaruhi preferensi terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri yaitu berasal dari diri sendiri akan bahayanya riba dan merasa nyaman. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi preferensi yaitu informasi yang diperoleh dari melihat iklan, juga mendengar dari majelis dan keluarganya.

Ibu Wulandari berprofesi sebagai guru TK menyatakan, mengetahui mengenai Bank Muamalat KCP Wonogiri. Menurut Ibu Wulandari perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional terletak pada masalah pinjaman, yaitu bank syariah lebih mahal dari

¹⁴ Anita Novianti, *Wawancara*, 16 Februari 2021

pada bank konvensional. Informasi yang ia peroleh terkait tentang bank syariah adalah dari tetangga yang pernah melakukan pinjaman di bank syariah. Ibu Wulandari tidak tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah maupun Bank Muamalat KCP Wonogiri dengan alasan takut apabila beban bunga/bagi hasilnya terlalu besar akan memberatkan.¹⁵

Berdasarkan jawaban pertanyaan peneliti yang disampaikan ibu Wulandari bahwa tidak tertarik menggunakan bank syariah maupun bank Muamalat KCP Wonogiri, hal tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dimana faktor internalnya adalah pengetahuan yang kurang tentang sistem syariah yang ada di dalam bank syariah sehingga menimbulkan spekulasi kesulitan keuangan dimasa mendatang. Informasi terkait bank syariah yang ia peroleh dari tetangga yang pernah melakukan pinjaman di salah satu bank syariah merupakan faktor eksternal, dimana menyatakan masalah pinjaman lebih mahal bank syariah di bandingkan dengan bank konvensional. Sehingga kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi preferensi Ibu Wulandari terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri.

Bapak Edi berprofesi sebagai Wirausaha menyatakan, pengetahuan bapak Edi tentang

¹⁵ Wulandari, *Wawancara*, 17 Februari 2021

Bank Muamalat KCP Wonogiri dengan bank lain yang ada di Wonogiri. Terkait dengan perbedaan bank Muamalat KCP dan bank konvensional menurut beliau adalah bank Muamalat bunganya lebih kecil dari pada bank konvensional. Informasi yang ia peroleh pun hanya dari orang-orang terdekat seperti tetangga ataupun saudaranya. Bapak Edi juga tertarik menjadi nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri, apabila memang bunganya lebih kecil, karena menurutnya bisa meringankan pinjaman bagi warga yang memiliki pendapatan kelas menengah kebawah.¹⁶

Bapak Edi memutuskan memilih bank Muamalat KCP Wonogiri. Faktor eksternal dapat mempengaruhi preferensi bapak Edi terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri. Faktor eksternal tersebut yaitu informasi tentang bank syariah yang ia dapatkan melalui orang-orang maupun kerabat dekat yang ada disekitar beliau yang membicarakan tentang bank syariah dan Bank Muamalat. Selain faktor eksternal, faktor internalpun juga mempengaruhi bapak Edi dalam memilih bank Muamalat KCP Wonogiri. Dimana persepsi beliau tentang bunga bank Muamalat KCP Wonogiri lebih kecil yang dapat meringankan pinjaman bagi rakyat menengah kebawah.

¹⁶ Edi, *Wawancara*, 20 Februari 2021

Ibu Suryati berprofesi sebagai petani, ia menyampaikan bahwa Lembaga Keuangan Syariah yang diketahui disekitar Wonogiri. Tentang perbedaan bank syariah dengan bank konvensional menurut Ibu Suryati adalah tidak memiliki perbedaan dan sama saja dengan bank-bank pada umumnya. Informasi tentang bank syariah ia peroleh dari orang-orang yang ada di sekitarnya. Ibu Suryati tidak tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah maupun bank Muamalat KCP Wonogiri dengan alasan beliau tidak mengetahui atau tidak paham dengan bank syariah dan bank Muamalat.¹⁷

Adanya faktor internal dan eksternal ternyata juga tidak pasti dapat mempengaruhi preferensi masyarakat untuk memilih bank Muamalat. Seperti pernyataan Ibu Suryati, beliau tidak tertarik untuk menjadi nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri. Meskipun ia telah mendapatkan informasi tentang bank Muamalat dari orang-orang yang ada disekitarnya. Beliau menyatakan tidak paham dengan sistem operasional yang ada di bank syariah maupun bank Muamalat.

Bapak Widodo berprofesi sebagai PNS menyatakan, Lembaga Keuangan Syariah yang diketahui disekitar Wonogiri. Menurut bapak Widdodo bank syariah dengan bank konvensional

¹⁷ Suryati, *Wawancara*, 20 Februari 2021

sama saja dengan dengan bank-bank lainnya yang membedakan hanya lebelnya saja, syariah dan non syariah. Informasi yang ia peroleh tentang bank Muamalat KCP Wonogiri dari internet dan beberapa teman ditempat kerja. Beliau tertarik untuk menjadi nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri dengan alasan apabila bunga atau bagi hasilnya bank lebih kecil dari pada bank konvensional.¹⁸

Bapak Widodo mendapatkan informasi tentang bank syariah melalui internet yang beredar dan teman kerja merupakan faktor eksternal yang berdampak mempengaruhi Bapak Widodo dalam memutuskan memilih bank syariah maupun bank Muamalat KCP Wonogiri. Selain itu persepsi tentang bunga bank Muamalat KCP Wonogiri lebih kecil menjadi faktor internal yang juga mempengaruhi beliau dalam memilih bank syariah. Ternyata faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi preferensi Bapak Widodo terhadap bank syariah dan bank Muamalat Wonogiri.

Ibu Vera berprofesi sebagai pedagang menyatakan, Lembaga Keuangan Syariah yang ia ketahui disekitar Wonogiri. Menurut beliau perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional adalah bank syariah transaksinya menggunakan cara islam sedangkan bank

¹⁸ Widodo, *Wawancara*, 23 Februari 2021

konvensional tidak. Informasi tentang bank syariah yang diperoleh saat kuliah, mengikuti majelis, sedangkan informasi mengenai bank Muamalat KCP Wonogiri diperoleh dari iklan, teman dan saudaranya. Untuk menjadi nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri tertarik dengan alasan karena tidak ada bunganya dan pembiayaan yang diberikan lebih mementingkan kemaslahatan nasabah selain itu menghindari dosa riba yang ada di bank konvensional.¹⁹

Terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi preferensi ibu Vera terhadap bank syariah maupun bank Muamalat KCP Wonogiri. Hal tersebut dapat dilihat dari dampak informasi yang diperoleh dari kuliah, majelis, teman, dan iklan terkait tentang sistem operasional yang ada di bank syariah, yang menyatakan bank syariah itu tidak ada bunganya dan pembiayaan yang diberikan bank syariah lebih mementingkan kemaslahatan nasabah. Sedangkan faktor internalnya adalah persepsi untuk menghindari dosa riba di bank Konvensional.

Ibu Marni merupakan seorang yang berprofesi sebagai petani, pengetahuan ibu Marni tentang Lembaga Keuangan Syariah apa saja yang ada disekitar Wonogiri adalah BRI Syariah, Bank Muamalat, dan Bank Jateng Syariah. Terkait dengan perbedaan bank syariah dan bank

¹⁹ Vera, *Wawancara*, 26 Februari 2021

konvensional menurut beliau adalah bank syariah sama saja dengan bank-bank pada umumnya yang menjadi pembeda ada kata syariah pada nama bank. Informasi yang ia peroleh pun hanya dari orang-orang terdekat seperti tetangga ataupun saudaranya. Ibu Marni juga tertarik menjadi nasabah bank syariah, apabila memang bunganya lebih kecil dibandingkan dengan bank konvensional.²⁰

Berbeda lagi dengan alasan Ibu Marni dalam memutuskan memilih bank Muamalat KCP Wonogiri. Faktor eksternal dapat mempengaruhi preferensi Ibu Marni terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri. Faktor eksternal tersebut yaitu informasi tentang bank Muamalat KCP Wonogiri yang ia dapatkan melalui orang-orang maupun kerabat dekat yang ada disekitar beliau yang membicarakan tentang bank Muamalat KCP Wonogiri. Selain itu alasan ibu Marni adalah bunga atau bagi hasil yang diberikan lebih kecil dari bank lainnya, hal tersebut termasuk kedalam faktor internal yang mempengaruhi prefensi ibu Marni terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri.

C. Analisis Data

1. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Wonogiri Terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri

²⁰ Marni, *Wawasan*, 2 Maret 2021

Selanjutnya untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri terhadap Bank Muamalat KCP Wonogiri, maka peneliti telah mengadakan wawancara dengan delapan masyarakat dengan berdasarkan profesi atau pekerjaan yang di jalani oleh masyarakat tersebut, yaitu petani, wirausaha, PNS dan guru/pengajar. Berikut adalah analisis dari hasil wawancara diatas.

Teori tentang preferensi konsumen merupakan tahapan akhir seseorang dalam menentukan suatu barang maupun jasa yang berdampak pada kepuasan setiap individu. Preferensi konsumen terhadap suatu barang dapat diketahui dengan menentukan atribut-atribut atau faktor-faktor yang melekat pada produk. Terdapat beberapa faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam perilaku konsumen dan faktor-faktor penentu tersebut dapat dibagi menjadi dua faktor utama:²¹

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri sendiri seperti faktor psikologis. Faktor ini adalah proses pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari: Motivasi dan ketertiban, persepsi, proses belajar/pengetahuan,

²¹ Vebitia dan Bustaman, "Alisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah di Wilayah Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, Vol. 2, No. 1, 2017, 100.

kepercayaan, demografi dan sikap. Yang termasuk dalam faktor internal yang dapat mempengaruhi preferensi dan perilaku masyarakat adalah sebagai berikut:

1) Ingin menghindari riba

Keinginan untuk menghindari riba termasuk dalam faktor internal yaitu motivasi. Karena ia ingin menghindari riba maka dari itu masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri, yang menurut masyarakat bank Muamalat KCP Wonogiri adalah bank yang operasionalnya menggunakan sistem syariat Islam dimana sistem tersebut tidak mengandung riba. Hal tersebut diungkapkan oleh 3 responden yaitu Ibu Sri Wahyuni, ibu Anita dan ibu Vera, bahwa alasan memilih menggunakan produk atau jasa di bank Muamalat KCP Wonogiri adalah untuk menghindari dosa riba.

2) Persepsi

Persepsi termasuk dalam faktor internal, yang merupakan pandangan seseorang terhadap sesuatu yang dapat merangsang keinginan dan berakhir pada keputusan pembelian suatu produk maupun jasa. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh bapak Widodo, bapak

Edi, ibu Marni dan ibu Sri Wahyuni yang memiliki persepsi terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri, yaitu bahwa bunga dalam bank syariah lebih kecil dari pada di bank konvensional. selain itu juga persepsi tentang porposisi keuntungan, yaitu apabila angsuran dibank Muamalat KCP Wonogiri lebih rendah dari bank konvensional atau bank lainnya maka mereka akan memilih bank Muamalat KCP Wonogiri. Sehingga persepsi-persepsi tersebut dapat mempengaruhi mereka dalam memutuskan memilih bank Muamalat KCP Wonogiri.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar seperti faktor lingkungan. Perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti: Budaya, kelas sosial, dan pengaruh pribadi. Dan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri adalah sebagai berikut:

1) Periklanan/promosi

Periklanan termasuk dalam faktor eksternal, dimana suatu informasi yang menjadi alat untuk menarik konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari ibu Vera, Ibu Anita dan

Bapak Widodo bahwa dengan beredarnya periklanan baik dari brosur maupun iklan elektronik dan internet dapat menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi beliau terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri.

2) Pengaruh lingkungan

Pengaruh lingkungan termasuk dalam faktor eksternal yaitu pengaruh pribadi. Yang merupakan setiap individu akan terpengaruh oleh orang-orang yang ada disekitarnya terkhusus tentang menggunakan barang maupun jasa pada suatu brand. Seseorang yang belum mengetahui tentang bank syariah akan menjadi tahu karena faktor lingkungan. Seperti halnya yang diungkapkan oleh 8 responden dimana mereka mendengar tentang bank syariah maupun bank Muamalat melalui orang-orang terdekat seperti keluarga, tetangga maupun rekan kerja.

Faktor-faktor tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nugroho J Setiadi, bahwasanya berdasarkan penelitian ada beberapa hal yang mendasari masyarakat Wonogiri dalam memilih bank Muamalat, yaitu apabila angsuran di bank Muamalat KCP Wonogiri lebih kecil dibandingkan dengan bank konvensional maupun bank lainnya, ingin menghindari riba, persepsi tentang perbedaan bank syariah dan bank konvensional, serta promosi atau informasi yang masyarakat terima.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri adalah promosi, yang merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta untuk meningkatkan kualitas penjualan produk atau jasa. Sehingga dengan mengadakan sosialisai atau promosi produk, pelayanan dan lain sebagainya yang dimiliki oleh bank Muamalat KCP Wonogiri kepada masyarakat agar mereka mengetahui kualitas, perkembangan dan produk yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan masyarakat Wonogiri itu sendiri. Hal tersebut terlihat dari banyaknya masyarakat yang tertarik atau memilih menggunakan bank Muamalat yang diakibatkan adanya informasi melalui orang-orang terdekat maupun media elektronik yang merupakan dalam faktor eksternal.

Selain promosi, proposi keuntungan juga menjadi faktor masyarakat Wonogiri, terdapat beberapa pendapat tertarik atau mempunyai minat untuk menjadi nasabah bank Muamalat, apabila angsuran lebih rendah dari bank konvensional. Mayoritas masyarakat Wonogiri masih *profit oriented*, karena di Indonesia menggunakan sistem dual banking dimana adanya bank syariah dan bank konvensional berdampingan, masyarakat memilih bank mana yang lebih menguntungkan tanpa memperdulikan kesyariahan transaksi keuanganyang dilakukan.

Persepsi masyarakat terhadap keuntungan yang akan didapatkan apabila melakukan transaksi di bank Muamalat KCP Wonogiri juga dapat mempengaruhi masyarakat khususnya masyarakat di Wonogiri untuk memilih bank Muamalat KCP Wonogiri, dimana persepsi tersebut termasuk dalam faktor internal yaitu yang berasal dari dalam diri setiap individu.

Masyarakat Wonogiri menyatakan mendengar mengenai perbedaan bank syariah dan bank konvensional, kesan awal yang tertangkap oleh responden yang dominan adalah bahwa bank syariah merupakan bank Islam, bank yang hanya berlabel syariah namun sama saja dengan bank-bank pada umumnya (konvensional). Walaupun ada Sebagian kecil yang benar-benar paham bagaimana perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Dari sini ternyata masyarakat masih belum mengetahui apa perbedaan yang menonjol dari bank syariah dengan bank konvensional. Hal tersebut dikarenakan kurangnya masyarakat Wonogiri dalam mendapatkan informasi terkait bagaimana sistem operasional bank syariah dan lain sebagainya tentang bank syariah, sehingga menyebabkan masyarakat kesulitan untuk membedakan antara bank syariah dan bank konvensional secara jelas. Dimana pengetahuan masyarakat tentang perbedaan bank syariah dan bank konvensional dapat mempengaruhi mereka dalam memilih.

Mengenai perilaku terhadap bank Muamalat responden mengatakan bahwa alasan responden dalam

memilih bank Muamalat KCP Wonogiri yang paling dominan adalah *profit oriented* maksudnya adalah responden akan memilih bank Muamalat KCP Wonogiri apabila bank Muamalat KCP Wonogiri lebih menguntungkan dibandingkan dengan bank konvensional. Ternyata faktor keuntungan juga mempengaruhi preferensi masyarakat Wonogiri dalam memilih menggunakan produk maupun jasa di bank Muamalat KCP Wonogiri. Dalam hal ini ternyata masyarakat tidak memperdulikan kesyariahan bank syariah dan hanya memperhatikan keuntungan yang mereka dapatkan dari bank, sehingga *profit oriented* menjadi faktor masyarakat dalam menentukan atau memilih bank Muamalat KCP Wonogiri sebagai lembaga keuangan yang diminati.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikaitkan dengan teori keputusan pembelian dimana persepsi yang termasuk dalam faktor psikologis menjadi salah satu faktor internal dalam mempengaruhi masyarakat dalam keputusan pembelian suatu produk maupun jasa. Selain itu pengaruh lingkungan yang merupakan faktor eksternal juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Preferensi masyarakat Wonogiri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, yang dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih menggunakan bank Muamalat Kcp Wonogiri.

Selanjutnya dapat dilihat bahwa dari 8 orang responden yang peneliti wawancarai dua diantaranya menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal tidak mempengaruhi mereka untuk memilih dan menjadi

nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri yaitu Ibu Suryati dan Ibu Wulandari, meskipun responden tersebut sudah mendapatkan informasi tentang bank syariah maupun bank Muamalat KCP Wonogiri, mereka mengatakan bahwa tidak paham apa dan bagaimana bank Muamalat itu. Alasan lainnya karena takut menggunakan bank Muamalat KCP Wonogiri apabila mengalami kesulitan keuangan dengan bunga yang besar di kemudian hari. Sedangkan enam diantaranya menyatakan faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi preferensi mereka untuk menjadi nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan Analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat diketahui bahwa typoligi profesi masyarakat Wonogiri terdapat 5 kelompok profesi yang mewakili dari berbagai macam profesi yang ada di Wonogiri dan melihat banyaknya nasabah bank Muamalat KCP Wonogiri yang memiliki profesi beragam. Typologi profesi masyarakat yaitu wirausaha, PNS/ASN, lembaga, tenaga medis, karyawan dan non karyawan.
2. Analisis prefrensi masyarakat Wonogiri terhadap bank Muamalat KCP Wonogiri dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu aktor internal yang mempengaruhi preferensi masyarakat adalah persepsi masyarakat tentang bank Muamalat dan persepsi tentang proposi keuntungan, serta keinginan untuk menghindari riba. Faktor eksternal yang mempengaruhi preferensi dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah adalah periklanan atau promosi dan pengaruh dari lingkungan seperti orang-orang terdekat yang ada disekitarnya.
3. Tingkat pemahaman masyarakat pada perbankan syaiah di daerah Wonogiri dapat dikatakan sedang, karena dari hasil jawaban responden memiliki minat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan bank Muamalat KCP Wonogiri dengan beberapa pertimbangan. Faktor yang mempengaruhi minat

masyarakat yaitu pengetahuan, persepsi, motivasi dan pilihan produk yang ditawarkan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, selanjutnya peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Masyarakat Wonogiri sebaiknya mulai beralih dari lembaga keuangan konvensional ke Lembaga keuangan syariah yaitu bank Muamalat Kcp Wonogiri dapat menjadi mitra usaha yang tepat guna menghindari riba dan mendapatkan keuntungan yang halal.
2. Bank Muamalat KCP Wonogiri hendaknya memperhatikan faktor psikologis konsumen yakni diantaranya adalah motivasi dan persepsi. Diantaranya hal yang paling penting untuk dilakukan adalah sosialisasi kepada masyarakat mengenai apa itu bank syariah, bagaimana sistem syariah serta perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, supaya masyarakat yakin bahwa bank Muamalat KCP Wonogiri telah sesuai dengan hukum islam, bebas dari riba, sehingga akan menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk bertransaksi secara syariah. Dengan adanya sosialisasi, persepsi positif akan muncul ditengah masyarakat sehingga hal ini akan menimbulkan keyakinan dan akan menjadi faktor pendorong atau motivasi masyarakat untuk memilih bank Muamalat KCP Wonogiri.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Abdullah, Thamrin., dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press. 2013.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. 2010.
- Anggito, Albi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak. 2018.
- Antonio, Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insana Press. 2001.
- Buchari, Alma. *Guru Profesional edisi revisi*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Dalyono. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Efendi, Sofya., dan Masri singarimbun. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Endraswara, Suwardi. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebedayaan*. Sleman: Pustaka Widayatama. 2006.

- Fatihudin, Didin. *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. 2015.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.
- Jamil, Suprihatiningrum. *Guru Profesional cetakan II*. Yogyakarta: ARUZZ Media. 2014.
- Karim, Adiwaman. *Praktik Pengembangan Perbankan Syariah di Negara-negara Islam*. Depok: FHUI. 2003.
- , *Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall. 2012.
- , *Manajemen Pemasaran*, Cet. 10. Jakarta: Prehalindo. 2000.
- , *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- , *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga. 2008.

- Mappier, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional. 1997.
- Mardani. *Aspek Hukum lembaga keuangan syariah di Indonesia*. Jakarta: KENCANA. 2015.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2013.
- Menteri Agama. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta: Pustaka Al-Fatih. 2009.
- Muljono, Djoko. *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: ANDI. 2015.
- Permata, Andria Rivai, dan Veithzal. *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisis dan Mahasiswa*. Jakarta: Raja Garfindo Persada. 2008.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Ridwan, M. dkk. *Ekonomi pengantar Mikro dan Makro Islam*. Bandung: Citapustaka Medan. 2013.
- Sastrohadiwiryono, Siswanto. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara. 2005.

- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Meida Group. 2013.
- Simamora. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Gramedia Utama. 2004.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 1016.
- , *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Sukanto. *Fisiologi*. Jakarta: Integritas Press. 1997.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1994.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: PUSTAKA SETIA. 2013.
- W.J.S, Poerdawaminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi. III. Jakarta: Balai Pustaka. 2006.
- Yaya, Rizal, *et al*. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: Erlangga. 2009.

Daftar Jurnal dan Skripsi

Abid, Roisul. "Preferensi Santri Dalam Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Kabupaten Malang". Tesis, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, 2019.

Amri, Khairul dkk. "Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri." *Jurnal Ar-Raniry SAMUDRA DAN BISNIS* 9 No.1 (2018).

Arafah, Lutfia Nuril. "Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Luwunggede, Mundu Dan Karangreja Kabupaten Brebes)." Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2019.

Feberian, Shely. "Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Jasa Perbankan Syariah Bank Muamalat Harkat Sukaraja". Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. 2019.

Hidayanto, M. Fajar. "Praktek Riba dan Kesenjangan Sosial." *Jurnal La-Riba Ekonomi Islam VoL.II No.2* (2008).

Musdholifah. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2012-2014." *Jurnal Ilmu Manajemen Vol IV No.3* (2016).

Ningsih, Widya Wahyu, “*Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah dengan Bank Umum Konvensional di Indonesia*”, Skripsi. Universitas Hasanudin: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2012.

Nurhidayah, “Fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Aatas Aspek Hukum Islam Perbankan Syariah di Indonesia.” *Jurnal Al- ADALAH* Vol.X No.1 (2011).

Rohmah, Fifi Nur, “Preferensi Masyarakat Desa dan Kota Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Jember”. Skripsi. Universitas Jember. 2021.

Sanrego Yulizar Djamiludin, dan Fahd Noor. ”Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta).” *Jurnal TAZKIA Islamic Business and Finance Review* vol.6 No.1 (2011).

Vebitia dan Bustaman, “Alisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah di Wilayah Banda Aceh.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol.2 No.1 (2017).

Daftar Website

<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/08/24/130409926/bank-muamalat-raih-penghargaan-bank-syariah-terbaik>, diakses pada tanggal 10 November 2020, Jam 08:23 WIB.

<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>,
diakses pada tanggal 31 Maret 2021, Jam 08.45 WIB

<https://text-id.123dok.com/document/eqoov415q-sejarah-pt-bank-muamalat-indonesia-tbk-cabang-surakarta.html>,
diakses pada tanggal 31 Maret 2021, Jam 13.00 WIB

<https://humaswonogirinews.org/blog/11/06/2020/gambaran-demografis-kabupaten-wonogiri-tahun-2019/>. diakses
pada 3 Maret 2021, Jam 20.55 WIB