

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Setelah peneliti coba telusuri mengenai tema preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah ini, ada beberapa karya ilmiah yang ternyata mengupas tentang hal sama. Beberapa karya ilmiah yang penulis anggap relevan pada penelitian ini antara lain, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Luthfi Majid (2016) dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Religiusitas Dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Memilih Produk Simpanan *Wadi'ah Ya Ad- Dhamanah* Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulharjo Yogyakarta. Skripsi ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris baik simultan maupun parsial pengaruh religiusitas dan promosi terhadap preferensi anggota dalam memilih produk simpanan *wadi'ah ya ad-dhamanah* di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulharjo Yogyakarta. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif.

Majid menemukan bahwa hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa religiusitas dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap preferensi anggota dalam memilih produk simpanan *wadi'ah ya ad-dhamanah* di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitut Tamwil

Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulharjo Yogyakarta. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa religiusitas dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi anggota dalam memilih produk simpanan wadi'ah ya ad-dhamanah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulharjo Yogyakarta.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Majid (2016) karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas kader muhammadiyah terhadap preferensinya untuk menjadi nasabah bank syariah: (studi kasus Kader Muhammadiyah di Kauman Yogyakarta). Serta dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu religiusitas.

Relevansi penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui pengaruh religiusitas seseorang terhadap preferensinya terhadap lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah.

Sementara itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Atik Masruroh (2015) dalam skripsinya dengan judul analisis pengaruh Tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* terhadap minat menabung Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga), Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan *disposable income* mahasiswa terhadap minat menabung di Perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa STAIN Salatiga dengan jumlah sampel

sebanyak 98 mahasiswa dengan tehnik aksidental. Sedangkan untuk tehnik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner, studi pustaka, dan wawancara. Data diolah menggunakan uji reliabilitas, validitas, statistic dan asumsi klasik.

Penelitian yang akan saya teliti berbeda dengan penelitian Masruroh (2015) karena obyek dari penelitian ini adalah kader Muhammadiyah yang ada di Kampung Kauman Yogyakarta, dengan mengambil sampel dari masing-masing ortom Muhammadiyah yang berada disana. Relevansi penelitian ini adalah sama-sama ingin menegetahui bagaimana pengaruh tingkat religiusitas seseorang dengan preferensi /dan minat terhadap bank syariah.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Wahyudin et al (2012) yang berjudul Dimensi Religiusitas dan Pengaruhnya terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Studi pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto) dalam jurnal JP Journal & Preceeding FEB UNSOED Vol. 2, No 1 yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh Dimensi Religiusitas terhadap *organizational citizenship behavior* (OCB) dan menganalisis Dimensi Religiusitas yang paling berpengaruh terhadap *organizational citizenship behavior* (OCB) serta mengetahui kondisi Religiustas dan OCB yang ada di Unsoed. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Dimensi Religiusitas yaitu dimensi ritual (X1), dimensi ideologis (X2), dimensi intelektual (X3), dan dimensi pengalaman (X4) tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap *OCB*, pengaruh variabel bebas yang paling besar terhadap *OCB* adalah dimensi konsekuensi (X5).

Penelitian ini relevan untuk dijadikan tinjauan pustaka pada penelitian penulis karena sama-sama mengambil dimensi-dimensi religiusitas menurut Stark dan Glock yaitu dimensi keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi Andriani dan Azuar Juliandi (2008) yang berjudul Preferensi Masyarakat Kota Medan terhadap Bank Syariah dalam jurnal riset akuntansi dan bisnis Vol. 8 No. 2 yang bertujuan untuk mengetahui pengetahuan dan sikap masyarakat untuk perbankan syariah dan untuk mengetahui pengetahuan dan sikap untuk keputusan menerima perbankan syariah. Penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner secara acak didistribusikan ke pelanggan sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan kuantitatif. Andriyani dan Juliandi menemukan bahwa pengetahuan masyarakat Medan tentang bank syariah cukup baik, sikap masyarakat Medan cukup baik, dan adanya hubungan positif dan signifikan pengetahuan masyarakat dan sikap dengan keputusan untuk menggunakan perbankan syariah.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Dewi Andriani dan Azuar Juliandi (2008) karena penelitian ini fokus pada tingkat religiusitas kader muhammadiyah dan penelitian ini dilakukan pada kader muhammadiyah di Kauman Yogyakarta. Dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

pengaruh tingkat religiusitas kader muhammadiyah terhadap preferensinya untuk menjadi nasabah bank syariah dan penelitian ini dilakukan pada kader muhammadiyah di Kauman Yogyakarta.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Religiusitas**

#### **a. Pengertian Religiusitas**

Menurut Harun Nasution yang dikutip dalam (Jalaluddin, 2010:12) membedakan pengertian agama berdasarkan asal kata, yaitu *al-din*, *religi* (*relegere*, *religare*) dan *agama*. *Al-din* berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, dan kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan atau membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a= tidak ; gama = pergi, mengandung arti tidak pergi, tetap di tempat atau diwarisi turun temurun.

Mangunwijaya (1982) membedakan istilah religi atau agama dengan istilah religiusitas. Agama menunjuk aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban sedangkan religiusitas mengacu pada aspek religi yang dihayati oleh individu di dalam hati.

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 208 Allah SWT berfirman: (Ancok dan Suroso, 1994:78)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Qs. Al-Baqarah 2: 208)

Setiap muslim, baik dalam befikir, bersikap maupun bertindak, diperintahkan untuk berislam. Dalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial politik atau aktivitas apapun, si Muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah. Dimana pun dan dalam keadaan apa pun, setiap Muslim hendaknya berislam.

Berdasarkan beberapa uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan suatu keyakinan dan penghayatan akan ajaran agama yang mengarahkan perilaku seseorang sesuai dengan ajaran yang dianutnya.

#### b. Dimensi-Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark dalam (Ancok dan Suroso, 1994: 77-78) ada lima dimensi religiusitas yaitu:

1) Dimensi keyakinan. Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup

keyakinan itu bervariasi tidak hanya di antara agama-agama, tetapi seringkali juga di antara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.

- 2) Dimensi praktik agama. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting yaitu ritual dan ketaatan.
- 3) Dimensi pengalaman. Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seorang yang beragama dengan langsung mengenai kenyataan terakhir (bahwa ia akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supranatural).
- 4) Dimensi pengetahuan agama. Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar, keyakinan, ritus, kitab suci, dan tradisi.
- 5) Dimensi pengalaman atau konsekuensi. Dimensi ini mengacu pada indentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Walaupun agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau semata-mata berasal dari agama.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas

Menurut Robert H Thouless, empat faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang, yaitu: (Thouless, 1992: 29)

- 1) Faktor sosial, yaitu semua pengaruh sosial seperti pendidikan dan pengaruh orang tua, tradisi, ataupun tekanan sosial.
- 2) Faktor alami, moral afektif, yaitu pengalaman yang alami seperti konflik moral atau pengalaman emosional.
- 3) Faktor kebutuhan, seperti kebutuhan rasa aman, cinta, harga diri, kebutuhan yang timbul karena ada kematian.
- 4) Faktor intelektual, yaitu berhubungan dengan proses pemikiran verbal terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan beragama.

## **2. Organisasi Muhammadiyah**

### **a. Arti Muhammadiyah**

Arti muhammadiyah sendiri dapat ditinjau dari segi bahasa dan segi istilah, yaitu: (Kamal, Yusuf dan Sholeh, 1994:22)

#### **1) Dari segi bahasa:**

Muhammadiyah berarti “ Umat Muhammad” atau “Pengikut Muhammad”, yaitu semua orang yang beragama Islam dan meyakini Nabi Muhammad adalah hamba dan pesuruh Allah yang terakhir.

#### **2) Dari segi istilah:**

Muhammadiyah ialah: “Gerakan Islam yang didirikan oleh Kyai Haji Ahmad Dahlan pada tanggal 8 Dzulhijjah 1330 bertepatan dengan tanggal 18 November 1912 di Yogyakarta.



Gerakan ini diberi nama oleh pendirinya dengan Muhammadiyah karena dengan nama itu berharap agar dapat mencontoh segala jejak perjuangan dan pengabdian Nabi Muhammad saw.

b. Tentang Muhammadiyah

Dikutip dari [muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id) berdirinya Muhammadiyah secara garis besar dilatarbelakangi oleh dua faktor penyebab *pertama*, faktor subyektif yaitu dari hasil pendalaman KH. Ahmad Dahlan dalam menelaah, membahas serta mengkaji kandungan al-Qur'an. *Kedua*, faktor obyektif di mana terdapat ketidakmurnian amalan Islam akibat tidak dijadikannya al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai satu-satunya rujukan oleh sebagian besar umat Islam Indonesia.

Persyarikatan Muhammadiyah didirikan untuk mendukung usaha KH Ahmad Dahlan dalam memurnikan ajaran Islam yang dianggap banyak dipengaruhi hal-hal mistik. Kegiatan ini pada awalnya juga memiliki basis dakwah untuk wanita dan kaum muda, berupa pengajian Sidratul Muntaha. Selain itu peran dalam pendidikan diwujudkan dalam pendirian sekolah dasar dan sekolah lanjutan, yang dikenal sebagai Hooge School Muhammadiyah dan selanjutnya berganti nama menjadi Kweek School Muhammadiyah (sekarang dikenal dengan Madrasah Mu'allimin khusus laki-laki, yang bertempat di Patangpuluhan Kecamatan Wirobrajan dan Mu'allimaat madrasah khusus Perempuan, di Suronatan Yogyakarta).

Visi Muhammadiyah adalah:

Sebagai gerakan Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah dengan watak tajdid yang dimilikinya senantiasa istiqamah dan aktif dalam melaksanakan dakwah Islam *amar ma'ruf nahi mungkar* di segala bidang, sehingga menjadi *rahmatan li al-'alamin* bagi umat, bangsa dan dunia kemanusiaan menuju terciptanya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya yang diridhai Allah SWT dalam kehidupan di dunia ini.

Misi Muhammadiyah adalah:

Lihat Tanfidz Keputusan Musyawarah Wilayah ke-39 Muhammadiyah Sumatera Barat tahun 2005 di Kota Sawahlunto. ([muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id))

- 1) Menegakkan keyakinan tauhid yang murni sesuai dengan ajaran Allah swt yang dibawa oleh Rasulullah.
- 2) Memahami agama dengan menggunakan akal pikiran sesuai dengan jiwa ajaran Islam untuk menjawab dan menyelesaikan persoalan-persoalan kehidupan yang bersifat duniawi.
- 3) Menyebarkan ajaran Islam yang bersumber pada al-Qur'an sebagai kitab Allah yang terakhir.
- 4) Mewujudkan amalan-amalan Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat.

Misi utama yang dibawa oleh Muhammadiyah adalah pembaharuan (*Tajdid*) pemahaman agama. Yang dimaksud dengan

pembaharuan oleh Muhammadiyah adalah berarti pembaharuan dalam arti mengembalikan kepada keaslian dan kemurniannya. (Abdurrahman, 1990:117)

c. Pengertian Kader Muhammadiyah

Kader adalah orang-orang yang terpilih karena sudah terdidik, sehingga merasa berkewajiban untuk mempertahankan dan mengembangkan keyakinan hidup dan tujuan organisasi. (Djazman, 1989: 8)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian kader adalah orang yang diharapkan akan memegang peran yang penting dalam pemerintahan, partai, dan sebagainya. Sedangkan kader Muhammadiyah dilihat dari muhammadiyah.or.id adalah tenaga inti dalam persyarikatan yang menggerakkan organisasi ke arah tercapainya tujuan persyarikatan.

d. Organisasi Otonom (Ortom) dan Persyarikatan Muhammadiyah

Otonom adalah berasal dari perkataan auto dan nomos, auto= sendiri, nomos= peraturan. Jadi autonomi atau otonom berarti peraturan sendiri.

Dalam persyarikatan Muhammadiyah yang dimaksudkan dengan Organisasi Otonom adalah badan yang dibentuk, dibimbing dan diawasi oleh persyarikatan yang diberi hak mengatur rumah tangganya sendiri untuk membina bidang-bidang tertentu mulai dari tingkat pusat, tingkat propinsi, tingkat kabupaten, tingkat kecamatan, tingkat desa, dan

kelompok-kelompok atau jama'ah – jama'ah dalam rangka mencapai maksud tujuan persyarikatan. (Kamal, Yusuf dan Sholeh 1994:112)

Ortom Muhammmadiyah dibentuk di lingkungan Persyarikatan Muhammadiyah jika memenuhi persyaratan sebagai berikut :  
(muhammadiyah.or.id)

- 1) Mempunyai fungsi khusus dalam Persyarikatan Muhammadiyah
- 2) Mampunyai Potensi dan ruang lingkup nasional
- 3) Merupakan kepentingan Persyarikatan Muhammadiyah

Pembentukan Ortom Muhammadiyah ditetapkan oleh Tanwir Muhammadiyah (Lembaga Permusyawaratan Tertinggi setelah Muktamar Muhammadiyah) dan dilaksanakan dengan Keputusan Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Adapun tujuan pembentukan Ortom Muhammadiyah adalah sebagai berikut: (muhammadiyah.or.id)

- 1) Efisiensi dan efektifitas Persyarikatan Muhammadiyah
- 2) Pengembangan Persyarikatan Muhammadiyah
- 3) Dinamika Persyarikatan Muhammadiyah
- 4) Kaderisasi Persyarikatan Muhammadiyah

Adapun Ortom dalam Persyarikatan Muhammadiyah yang sudah ada ialah sebagai berikut: (Kamal, Yusuf dan Sholeh 1994: 115)

- 1) Aisyiyah

Aisyiyah merupakan salah satu organisasi otonom khusus perempuan Persyarikatan Muhammadiyah, gerakan Islam,

dakwah *amar makruf nahi munkar* dan tajdid yang berasaskan Islam serta bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Peran dan perkembangan Aisyiyah:

Dilihat dari [aisyiyah.or.id](http://aisyiyah.or.id) untuk memajukan derajat perempuan serta mendorong partisipasi perempuan dalam bidang ekonomi, Aisyiyah telah mendirikan 568 koperasi untuk perempuan dan mendirikan Baitul Maal wa Tamwil, pembinaan home industry, dan melakukan pemberdayaan ekonomi keluarga melalui 1029 Bina Usaha Ekonomi Keluarga (BUEKA).

## 2) Pemuda Muhammadiyah

Pemuda Muhammadiyah adalah organisasi otonom di lingkungan Muhammadiyah yang merupakan gerakan dakwah Islam *amar ma'ruf nahi mungkar* di kalangan pemuda, beraqidah Islam, dan bersumber pada al-Quran dan Sunnah Rasul. Organisasi ini didirikan dengan maksud dan tujuan untuk menghimpun, membina, dan menggerakkan potensi Pemuda Islam serta meningkatkan perannya sebagai kader untuk mencapai tujuan Muhammadiyah. ([muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id))

Pemuda Muhammadiyah memiliki program kerja dalam bidang ekonomi yaitu Pemberdayaan Ekonomi, Koperasi dan Kewirausahaan. ([muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id))

a) Pengembangan program pemberdayaan ekonomi rakyat yang meliputi pengembangan sumber daya manusia pelaku ekonomi,

pengembangan kewirausahaan dan usaha kecil, koperasi, dan jika mungkin ada Badan Usaha Milik Pemuda Muhammadiyah (BUM-PM) yang benar-benar konkrit dan produktif.

- b) Kerjasama dengan berbagai pihak untuk pengembangan program ekonomi dan kewiraswastaan di lingkungan Pemuda Muhammadiyah.
- c) Melakukan pelatihan dan proyek pengembangan ekonomi kecil dan menengah baik secara mandiri maupun kerjasama dengan lembaga lain sesuai perencanaan program ekonomi dan kewirausahaan.
- d) Sosialisasi berbagai wacana model pemberdayaan ekonomi yang didasarkan atas kekuatan sendiri sebagai wujud cita-cita kemandirian ekonomi umat.
- e) Memberikan panduan terhadap usaha-usaha ekonomi dalam membangun kekuatan masyarakat kecil melalui kegiatan-kegiatan ekonomi alternatif.
- f) Membentuk himpunan dan menguatkan jaringan pengusaha Pemuda Muhammadiyah.
- g) Mendorong kader Pemuda Muhammadiyah untuk berani, mampu dan menjadi contoh pemuda mandiri yang mampu menciptakan lapangan kerja baru.

h) Melakukan upaya-upaya agar tercipta Badan Usaha Ekonomi yang nyata di tingkat wilayah, daerah dan cabang, sebagai sarana penggalan dana serta upaya peningkatan ekonomi kader.

### 3) Nasyyiatul Aisyiyah

Prinsip Gerakan Nasyyiatul Aisyiyah, sering juga disebut Nasyyiah, adalah organisasi otonom dan kader Muhammadiyah yang merupakan gerakan putri Islam yang bergerak di bidang keagamaan, kemasyarakatan dan keputrian. Tujuan organisasi ini ialah membentuk pribadi putri Islam yang berarti bagi agama, keluarga dan bangsa menuju terwujudnya masyarakat utama, adil, dan makmur yang diridhai oleh Allah. ([muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id))

Strategi pendampingan ekonomi, sosial, dan pendidikan:

- a) Meningkatkan ketrampilan para anggota Nasyyiah dalam membantu menyelesaikan masalah-masalah ekonomi, sosial, dan pendidikan, yang dihadapi perempuan.
- b) Meningkatkan efektifitas peran Nasyyiatul Aisyiyah dalam pengambilan kebijakan publik yang sensitif gender.
- c) Memberdayakan potensi ekonomi masyarakat lokal.
- d) Meningkatkan sensitivitas gender di lingkungan Nasyyiatul Aisyiyah.

e) Membangun NA sebagai gerakan belajar bagi perempuan, anak, dan keluarga khususnya pada sektor pendidikan non formal.

#### 4) Ikatan Pelajar Muhammadiyah

Pada tahun 1990-an awal Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) memiliki Satu semboyan yang sangat monumental dalam perjalanan IPM, Tri-Tertib: "Tertib Ibadah, Tertib Belajar dan Tertib Berorganisasi", adalah ruh gerakan dan merupakan cita-cita serta karakter khas yang dimiliki oleh setiap anggota Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM).

Gerakan Kewirausahaan Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM):

Salah satu bentuk dari kemandirian gerakan IPM adalah adanya keterampilan pada bidang tertentu. sejak di bangku sekolah, IPM harus mencetak para kader yang memiliki kemandirian dalam hidup. Oleh karena itu, ada beberapa strategi yang harus dicapai dalam gerakan kewirausahaan ini:

- a) Menghidupkan dan menumbuhkembangkan koperasi sekolah yang dikelola oleh siswa/ IPM ranting sekolah.
- b) Mengadakan forum-forum diskusi tentang dunia kewirausahaan sebagai bekal dan modal dalam berusaha di masa yang akan datang.
- c) Melakukan kunjungan ke pusat- pusat pemberdayaan ekonomi, agar para siswa mampu mengambil pelajaran kepada perusahaan-perusahaan tersebut.



#### 5) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah

Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah adalah gerakan mahasiswa Islam yang bergerak di bidang keagamaan, kemasyarakatan, dan kemahasiswaan untuk mewadahi mahasiswa dari kalangan Muhammadiyah dalam satu himpunan. Tujuan IMM adalah mengusahakan terbentuknya akademisi Islam yang berakhlak mulia dalam rangka mencapai tujuan Muhammadiyah.

#### 6) Tapak Suci Putra Muhammadiyah

Pada tanggal 31 Juli 1963, perguruan seni beladiri Tapak Suci Putera Muhammadiyah lahir di Kampung Kauman, Yogyakarta. Tapak Suci merupakan beladiri pencak silat yang megandung banyak unsur seninya. Adanya kebijakan agar seluruh jenjang satuan pendidikan muhammadiyah (SD/MI, SMP/MTs, MA/SMA/SMK serta perguruan tinggi Muhammadiyah) diwajibkan memiliki kegiatan tapak suci. (Soeratno et al, 2009: 218-219)

#### 7) Hizbul Wathan

Hizbul Wathan adalah organisasi otonom Persyarikatan Muhammadiyah yang bergerak dalam bidang pendidikan kepanduan putra ataupun putri, Hizbul Wathan merupakan gerakan Islam dan dakwah *amar makruf nahi munkar*, berakidah Islam dan bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Organisasi ini didirikan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat utama, adil dan makmur

yang diridloi Allah dengan jalan menegakkan dan menjunjung tinggi Agama Islam lewat jalur pendidikan kependuan. (muhammadiyah.or.id)

Hasil dari wawancara pra penelitian bersama Bapak Fursan Ibrahim pimpinan ranting Muhammadiyah Kauman Kota Yogyakarta, ortom yang ada di Kampung Kauman Kota Yogyakarta adalah antara lain:

- 1) Pimpinan Ranting Aisyiah Kauman
- 2) Pemuda Muhammadiyah Ranting Kauman
- 3) Nasyyatul Aisyiyah Kauman

Kegiatan di Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Kauman Kota Yogyakarta sebagai berikut:

- 1) Kegiatan rutin

Kegiatan rutin yang paling sering dilakukan adalah dari bidang tabligh, RPM Kauman menyelenggarakan dakwah / pengajian, ditambah lagi dengan Pengajian-pengajian yang dilaksanakan di rumah-rumah para jama'ah secara bergilir ataupun di masjid.

- 2) Kegiatan periodik

Kegiatan Periodik adalah kegiatan berkala yang dilaksanakan sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah untuk kemaslahatan umat khususnya bagi

warga Muhammadiyah dan bagi masyarakat luas pada umumnya.

Kegiatan tersebut antara lain:

- a) Pengajian Umum / Tabligh Akbar yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali.
- b) Menghimpun dan menyalurkan zakat.
- c) Penghimpunan, Pemoangan dan Penyaluran Daging Hewan Qurban.

### **3. Perilaku Konsumen**

#### **a. Pengertian Perilaku Konsumen**

Ada beberapa definisi mengenai perilaku konsumen diantaranya menurut Engle et al (1995), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. (Simamora, 2002: 1-2)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) yang dinukil kembali oleh (Prasetijo dan Ihalauw, 2005: 9) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa ataupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya.

Sementara itu Kotler dan Amstrong mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilakupembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal. (Simamora, 2002: 2)

## b. Preferensi

Kata preferensi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *Preference* yang artinya lebih suka atau pilihan. Pada dasarnya preferensi itu sama dengan respon yang diberikan oleh seseorang kepada suatu hal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian preferensi adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, dua pilihan, kecenderungan, dan kesukaan. Dalam kamus ekonomi yang dinukil kembali dalam skripsi Luthfi Majid, 2016. Pengertian preferensi adalah beberapa pilihan (*Choice*) yang dibuat oleh konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Disini konsumen akan menentukan produk-produk yang akan dibeli dari pendapatan mereka yang terbatas dan juga dari permintaan (*Demand*) untuk produk-produk. Bersamaan dengan produk-produk apa yang akan dibeli, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap merek dagang (*Brand*) tertentu dari suatu produk yang dibeli.

Dalam Munandar et al (2007). Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Menurut Assael (1992) dalam Munandar et al (2007), membatasi kata persepsi sebagai perhatian kepada pesan, yang mengarah ke pemahaman dan ingatan. Persepsi yang sudah mengendap dan melekat dalam pikiran akan menjadi preferensi.

Adapun preferensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan atau upaya pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang ada.

Menurut Kotler (2002) yang dinukil oleh Noor dan Sanrego berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk dan atau jasa yang ada. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa. Engel et al. (1994) mengemukakan beberapa faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam perilaku konsumen dan faktor-faktor penentu tersebut dapat di bagi menjadi dua faktor utama (Umar Husein, 2005) :

- 1) Faktor Lingkungan. Perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti:
  - a) Budaya,
  - b) Kelas sosial,
  - c) Pengaruh pribadi.
- 2) Faktor Psikologis. Faktor ini adalah proses pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari :
  - a) Motivasi dan keterlibatan
  - b) Persepsi
  - c) Proses belajar / pengetahuan

d) Kepercayaan, demografi dan sikap

c. Proses keputusan Konsumen

Proses pengambilan keputusan konsumen mempunyai beberapa langkah sebagai berikut: (Engel, Blackwell dan Miniard, 1990: 31-32)

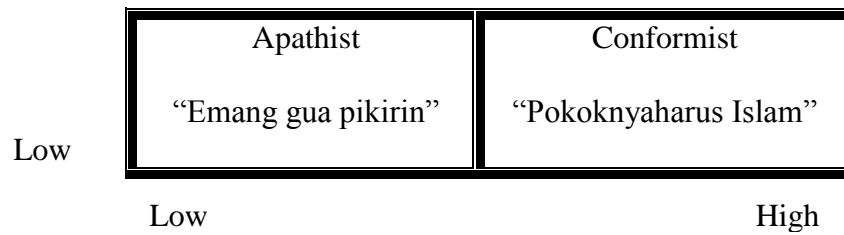
- 1) Pengenalan kebutuhan: konsumen mempersiapkan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan serta mengaktifkan proses keputusan.
- 2) Pencarian informasi: konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal).
- 3) Evaluasi alternatif: konsumen mengevaluasi pilihan berkaitan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.
- 4) Pembelian: konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu.
- 5) Hasil: konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

d. Empat sosok konsumen muslim

Empat sosok konsumen kelas menengah muslim Indonesia yaitu: Apathist, Conformist, Rationalist, dan Universalist. (Yuswohady, 2014: xiv-xvi)

High

Rationalist “Gua dapat apa?”	Universalist “Islam itu lebih penting”
---------------------------------	---



Gambar 2.1  
4 Sosok Konsumen Muslim

- 1) Apatist: “ *Emang gue pikirin?*” sosok ini adalah tipe konsumen yang memiliki pengetahuan, wawasan, dan sering kali tingkat kesejahteraan ekonomi yang masih rendah. Dan juga kepatuhan terhadap nilai-nilai agama yang juga rendah. Karena itulah mereka tidak begitu peduli apakah produk bermuatan nilai-nilai keislaman ataupun tidak.
- 2) Rationalist: “*Gue dapat apa?*” tipe ini memiliki pemikiran yang terbuka dan wawasan global, tapi memiliki tingkat kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam yang rendah. Bagi mereka kehalalan atau label keislaman bukanlah hal yang penting dalam mengambil keputusan pembelian.
- 3) Conformist: “Pokoknya harus Islam” sosok ini adalah tipe konsumen yang sangat taat beribadah, namun memiliki keterbatasan wawasan dan cenderung kurang membuka diri terhadap nilai diluar Islam.
- 4) Universalist: “Islam itu lebih penting” sosok konsumen ini memiliki pengetahuan/ wawasan luas, pola pikir global dan *melek* teknologi namun disisi lain secara teguh menjalankan nilai-nilai Islam.

Mereka lebih mau menerima perbedaan dan menjunjung tinggi nilai-nilai universal.

#### **4. Perbankan Syariah**

##### **a. Pengertian perbankan dan bank syariah**

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara, dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. (Ismail, 2011:3)

##### **b. Fungsi bank syariah**

Fungsi utama bank mencakup tiga hal, menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan. (Ismail, 2011:4)

##### **e. Menghimpun dana dari masyarakat**

Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dimana masyarakat memberikan kepercayaan kepada bank sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Keamanan atas dana (uang) yang disimpan



di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting bagi masyarakat. Selain rasa aman, tujuan lainnya adalah sebagai tempat untuk melakukan investasi karena masyarakat akan lebih merasa aman apabila uangnya diinvestasikan di bank. Dengan diinvestasikannya uang mereka di bank maka mereka pula akan memperoleh *return* atau imbalan atas simpanannya tergantung pada besar kecilnya dana yang diinvestasikan. *Return* tersebut dapat berupa bunga simpanan untuk bank konvensional dan bagi hasil bagi bank syariah.

f. Menyalurkan dana kepada masyarakat

Dana yang telah dihimpun dari masyarakat yang kelebihan dana kemudian disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana dengan memenuhi berbagai persyaratan yang diberikan oleh bank. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank, karena bank akan memperoleh pendapatan atas dana yang disalurkan. Pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan bunga bagi bank konvensional dan bagi hasil atau lainnya untuk bank syariah.

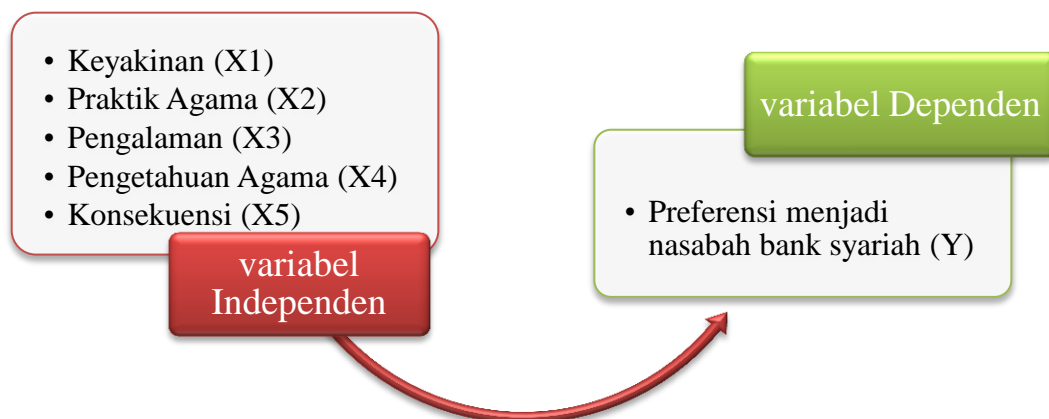
g. Pelayanan Jasa Perbankan

Pelayanan jasa perbankan diberikan oleh bank antara lain berupa jasa pengiriman uang (*transfer*), pemindahbukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, inkaso, garansi bank dan pelayanan bank lainnya. Produk pelayanan jasa bank yang ditawarkan kepada

masyarakat merupakan aktivitas pendukung yang diberikan oleh bank.

### C. Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah, untuk studi kasus penelitian ini dilakukan di Kampung Kauman Kota Yogyakarta. Berikut ini adalah gambar dari kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2.2  
Kerangka Pemikiran Teoritis

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ini adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan teori dan permasalahan yang ada dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

## **1. Pengaruh dimensi keyakinan kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah**

Dimensi keyakinan berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. (Ancok dan Suroso, 1994: 77) Dimensi ini merujuk pada kepercayaan seseorang terhadap suatu agama yang bersifat ketuhanan. Pada penelitian Yuswohady (2014) dalam buku *Marketing To The Middle Class Muslim* menemukan bahwa semakin makmur seseorang maka semakin tinggi religiusitasnya/ keyakinan terhadap agamanya maka akan semakin memperhatikan *shariah compliance* dari produk yang digunakan. Dari teori dan penelitian sebelumnya maka hipotesis pertama dari penelitian ini ialah:

*Hipotesis 1: Dimensi keyakinan Kader Muhammadiyah berpengaruh signifikan terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.*

## **2. Pengaruh dimensi praktik agama Kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.**

Menurut Glock dan Stark dalam (Ancok dan Suroso, 1994:77) dimensi praktik agama mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik agama sama halnya dengan kegiatan muamalah dalam kehidupan sehari-hari yaitu sebagai bentuk ketaatan seorang muslim terhadap ajaran Islam. Ketika praktik agama dari kader Muhammadiyah tinggi artinya mereka

menjalankan praktik agama sesuai dengan ajaran Islam dengan sepenuhnya maka akan membentuk perilaku konsumsi yang sangat mempertimbangkan kesyar'ian dari produk yang dipakai. Maka hipotesis kedua dari penelitian ini yaitu:

*Hipotesis 2: Dimensi praktik agama Kader Muhammadiyah berpengaruh signifikan terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.*

### **3. Pengaruh dimensi pengalaman kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.**

Dimensi pengalaman terkait bagaimana muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran agama yang mengandung harapan tertentu. Didalam organisasi pergerakan tentu banyak pengalaman-pengalaman dalam beragama yang akan mempengaruhi preferensi mereka dalam memilih suatu produk halal dengan harapan-harapan. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu:

*Hipotesis 3: Dimensi pengalaman Kader Muhammadiyah berpengaruh signifikan terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.*

### **4. Pengaruh dimensi pengetahuan agama Kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.**

Menurut Glock dan Stark dimensi pengetahuan agama mengacu pada pengharapan bahwa orang-orang beragama paling tidak memiliki pengetahuan dasar agama untuk melaksanakan ajaran-ajaran Islam.

Penelitian Yuswohady (2014) menemukan bahwa semakin *knowledable* seseorang maka akan semakin mencari nilai spiritual dari produk yang dipakai artinya mereka akan semakin memperhatikan kepatuhan syariah dari produk tersebut. Dari teori dan penelitian sebelumnya maka hipotesis keempat dari penelitaian ini adalah:

*Hipotesis 4: Dimensi pengetahuan agama Kader Muhammadiyah berpengaruh signifikan terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.*

#### **5. Pengaruh dimensi konsekuensi kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.**

Dimensi konsekuensi ini mengacu pada indentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari harike hari. (Ancok dan Suroso, 1994:78) Dimensi ini berarti mengarah pada prosedur dan peraturan yang didasarkan pada konsekuensi mereka sebagai seorang muslim termasuk juga menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga dimensi konsekuensi ini dapat mempengaruhi preferensi terhadap bank syariah.

Penjelasan diatas sejalan dengan penelitian Wahyudin et al (2012) Bahwa dalam organisasi komitmen untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mempunyai kewajiban yang harus dijalankan dengan meperhatikan larangan – larangan dalam agama karena hal ini merupakan konsekuensi sebagai seorang muslim. Maka dari penjelasan tersebut hipotesis kelima dari penelitian ini ialah:

*Hipotesis 5: Dimensi konsekuensi Kader Muhammadiyah berpengaruh signifikan terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.*

**6. Pengaruh tingkat religiusitas (dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dimensi konsekuensi) kader Muhammadiyah secara bersama-sama terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.**

Penelitian terkait pengaruh religiusitas terhadap preferensi untuk menjadi nasabah bank syariah sudah dilakukan. Terdapat beberapa studi terdahulu yang membuktikan adanya pengaruh positif antara religiusitas dan preferensi menjadi nasabah bank syariah. Pada penelitian Masruroh (2015) yaitu variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Salatiga. Penelitian yang dilakukan Yuswohady (2014) juga menemukan bahwa semakin religius seseorang maka akan semakin memperhatikan kepatuhan syariah dari produk yang digunakan. Dari hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis keenam dalam penelitian ini ialah:

*Hipotesis 6: Tingkat religiusitas (dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dimensi konsekuensi) kader Muhammadiyah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah.*