

LAPORAN AKHIR

PENELITIAN KOMPETITIF KOLEKTIF
DIREKTORAT PENDIDIKAN TINGGI ISLAM
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM
KEMENTERIAN AGAMA RI
TAHUN 2015



RELIGIOUS TASTE DAN BANK CHOICE BEHAVIOUR:
**Relasi Sistem Preferensi Agama dan Pilihan Konsumen terhadap Bank Syariah
di Provinsi Bengkulu**

Disusun Oleh:

Ketua Tim : Hardivizon, M.Ag (STAIN Curup)
Anggota : Noprizal, M.Ag (STAIN Curup)
Busra Febriyarni, M.Ag (STAIN Curup)

KATA PENGANTAR



Ahasanul Haque dan Jamil Osman (2009) menegaskan bahwa menguatnya Islam sebagai sebuah siste, terutama tiga dekade belakangan berbarengan dengan munculnya gerakan ekonomi islam, khususnya sektor bank syariah sebagai industri keuangan yang bebas bunga. Hal itu dapat diamati dari *trend* dimana bank syariah sedang diminati oleh masyarakat—tidak hanya dari kalangan muslim, bahkan dari non-muslim sekalipun.¹ Mengapa minat terhadap bank syariah kian meningkat? Lantas, faktor apa sesungguhnya yang menyebabkan hal itu terjadi? Hal ini tidak terlepas dari beberapa hal: *Pertama*, semangkin bervariasinya tawaran produk dari bank syariah kepada nasabah. *Kedua*, kian meningkatnya kesadaran spritual di kalangan umat Islam mendorong persepsi positif terhadap bank syariah. Ashfaq Ahmad dan Rubina Bashir (2014) menguatkan pandangan tersebut dengan mengemukakan fakta bahwa bank syariah menunjukkan pertumbuhan yang sangat cepat dan tinggi di dunia dewasa ini.² Misalnya di Pakistan, saat ini kesadaran umat Islam untuk bertransaksi di bank syariah semangkin membaik. Hal ini dapat dilacak dari kuat dan positifnya hubungan antara tingkat kesadaran nasabah dan keputusan untuk memanfaatkan jasa bank syariah.³

Bank Indonesia melalui Direktorat Bank Syariah Indonesia telah mempublikasikan hasil survei (tahun 2008) terkait perkembangan pangsa pasar bank syariah di Indonesia: faktanya tingkat ketertarikan terhadap bank syariah jika dibandingkan antara umat Islam dan non Islam lebih tinggi non muslim. Secara empiris setidaknya 6.19 non-muslim lebih tertarik kepada bank syariah. Sedangkan di kalangan non muslim hanya sekitar 5.86 %. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa bank syariah telah mampu mendapatkan kepercayaan nasabah dari berbagai kalangan—baik dari nasabah muslim maupun non muslim. Agaknya hal itu linier dengan membaiknya fasilitas; pelayanan dan kompetitifnya produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Makna lain yang dapat dihasilkan bahwa meningkatnya minat terhadap bank syariah dapat diartikan sebagai produk dari nalar instrumental dan nalar tradisional yang mempengaruhi pilihan nasabah bank syariah. Dalam hubungannya dengan kajian ini (*Religious Taste dan Bank Choice Behaviour: Relasi Sistem Preferensi Agama dan Pilihan Konsumen terhadap Bank Syariah di Provinsi Bengkulu*), pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu layak dimaknai dalam *locus* preferensi—agama atau pun ekonomi.

Riset ini setidaknya telah berhasil memotret pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Tentu saja tidak hanya sebatas itu, tetapi melalui pendekatan yang lebih naturalis—*grounded theory*, penelitian agaknya berhasil melahirkan satu teori yang

¹ Ahasanul Haque, Jamil Osmun & Ahmad Zaki Hj Ismail. *Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences*. American Journal of Applied Science, Vol. 6, Issues 5: 2009., hlm. 922.

² Ashfaq Ahmad & Rubina Bashir. *An Investation of Costumer's Awareness Level and Costumer's Service Utilization Decision in Islamic Banking*. Journal of Pakistan Economic anf Social Review, Vol. 52, No. 1: 2014., hlm. 59.

³ *Ibid.*

relatif berbeda dengan teorema yang dilahirkan kalangan formalisme ekonomi dalam menjelaskan pilihan nasabah bank syariah: dimana pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu tidak hanya dibentuk oleh nalar-nalar instrumental, tetapi secara kuat juga diwarnai oleh spirit religiusitas. Dalam konteks ini kemudian tidak berlebihan untuk mengajukan satu tesis bahwa pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu terangkum dengan baik pada satu kalimat: “pilihan terhadap bank syariah, awalnya didorong oleh motivasi ekonomi dan berburu profit, tetapi seiring waktu interaksi dengan bank syariah menjadikan nasabah lebih religius.” Menguatkan hal itu, agaknya ada temuan teoritis yang penting dan dapat dikemukakan: Setidaknya ada tiga hal penting terkait dengan perilaku pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, yakni: *Pertama*, pada tahap awal tatkala nasabah akan memilih bank syariah, ada kecenderungan pilihan tersebut dimotivasi oleh nalar-nalar instrumental seperti keinginan untuk mendapatkan profit lebih tinggi melalui skema bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah. *Kedua*, pada tahap ini setelah nasabah memilih dan berinteraksi secara langsung dan intens dengan bank syariah, kesadaran akan nilai-nilai agama yang diekspresikan oleh bank syariah mulai tumbuh. Hal ini didorong oleh produk bank syariah sesungguhnya berbeda dengan bank konvensional—terdiffrensiasi, tidak hanya pada aspek bentuk; dan akad tetapi juga pada dimensi prinsip yang mendasari produk tersebut. *Ketiga*, munculnya kesadaran bahwa bank syariah berbeda sehingga memunculkan *mood-positive* di kalangan nasabah bank syariah, dan akhirnya mereka menyadari bahwa mendasari pilihan atas pertimbangan nilai seperti agama jauh lebih utama akan menimbulkan keberkahan.

Dengan demikian diharapkan penelitian ini tidak hanya dapat mengisi *gap of knowledge* tetapi juga menjadi informasi berharga bagi bank syariah di Provinsi Bengkulu bahwa saat ini bank syariah tengah memasuki satu fase dimana nasabah tidak saja terbelah karena fragmentasi nalar yang terjadi pada diri nasabah. Tetapi seiring meningkatnya dominasi instrumentalisasi kehidupan manusia atau meminjam definisi Anthony Giddens meningkat resiko modernitas, nalar yang mempengaruhi perilaku dan pilihan manusia semangkin mengarah pada kebangkitan spritualitas baru sebagai penyeimbangan dari resiko modernitas yang berwujud sekulerisasi; dan kehampaan spiritual. Semoga dengan gejala dan kabar baik itu, industri keuangan syariah dan gerakan ekonomi syariah di Provinsi Bengkulu kian mendapat tempat di hati masyarakat. Semoga.[]

Curup, 15 Desember 2015


Hardiyizon, M.Ag
Ketua Peneliti

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk memahami, dan menjelaskan relasi antara agama dan pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu. Dengan memfokuskan pada sistem preferensi agama dan relasinya terhadap pilihan nasabah bank syariah di Bengkulu, penelitian diharapkan mampu menjelaskan bentuk hubungan antara agama, dan pilihan nasabah terhadap bank syariah di Bengkulu. Pilihan terhadap masalah dan tujuan riset ini, didasarkan pada alasan teoritis bahwa sistem kepercayaan seperti agama, dan rasionalitas menjadi faktor penentu dari pilihan nasabah terhadap bank syariah di berbagai kasus (Dalfiza Mohd. Yusof; Zakaria Bahari & Ahmad Azrin Adanan, 2014). Ini menegaskan bahwa agama dan rasionalitas nasabah terkadang secara gradual, dan serentak mempengaruhi pilihan nasabah terhadap bank syariah. Latarbelakang lainnya, adalah hal yang bersipat faktual bahwa provinsi Bengkulu merupakan daerah dimana bank syariah yang paling stabil tumbuh dan berkembangnya. Hal itu dapat dilihat dari FDR (*finance to deposit rasion*)/rasio pembiayaan terhadap pendanaan sebesar 182,33%. Sementara NPF (*non performing financing*)/kredit bermasalah sebesar Rp. 3,30%.

Demikian, pendekatan yang digunakan dalam riset ini adalah *grounded theory*, dimana riset ini secara intens akan berpijak dari data untuk memproduksi teori yang terkait dengan isu yang diangkat dalam kajian ini. Dengan mempertimbangkan dua teori, yakni Teori pilihan rasional, dan *shopping preference theory*, riset agaknya diharapkan mampu menjelaskan relasi antara pilihan nasabah dan sistem preferensi agama. Lokasi penelitian adalah nasabah, dan masyarakat potensial yang menjadi nasabah bank syariah di provinsi Bengkulu. Karena itu, maka pengumpulan data antara metode survey, in-depth interview serta *focus group discussion* dilakukan secara simultan dalam riset ini. Tujuannya agar data-data kuantitatif dapat diproduksi, dan data-data kualitatif dapat dikumpulkan.

Diawali dengan mengajukan satu tesis dimana pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu terangkum dengan baik pada satu kalimat: “pilihan terhadap bank syariah, awalnya didorong oleh motivasi ekonomi dan berburu profit, tetapi seiring waktu interaksi dengan bank syariah menjadikan nasabah lebih religius.” Menguatkan hal itu, agaknya ada temuan teoritis yang penting dan dapat dikemukakan: Setidaknya ada tiga hal penting terkait dengan perilaku pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, yakni: *Pertama*, pada tahap awal tatkala nasabah akan memilih bank syariah, ada kecenderungan pilihan tersebut dimotivasi oleh nalar-nalar instrumental seperti keinginan untuk mendapatkan profit lebih tinggi melalui skema bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah. *Kedua*, pada tahap ini setelah nasabah memilih dan berinteraksi secara langsung dan intens dengan bank syariah, kesadaran akan nilai-nilai agama yang diekspresikan oleh bank syariah mulai tumbuh. Hal ini didorong oleh produk bank syariah sesungguhnya berbeda dengan bank konvensional—terdiffrensiasi, tidak hanya pada aspek bentuk; dan akad tetapi juga pada dimensi prinsip yang mendasari produk tersebut. *Ketiga*, munculnya kesadaran bahwa bank syariah berbeda sehingga memunculkan *mood-positive* di kalangan nasabah bank syariah, dan akhirnya mereka menyadari bahwa mendasari pilihan atas pertimbangan nilai seperti agama jauh lebih utama akan menimbulkan keberkahan.[]

Kata Kunci : *Religious Taste, Bank Choice Behaviour*, Sistem Preferensi Agama, Pilihan Nasabah, dan Pilihan Rasional

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Abstrak	iii
Daftar Isi	iv

Bab 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	4
1.4. Tinjauan Pustaka.....	4
1.5. Ruang Lingkup.....	7
1.6. Kontribusi.....	9
1.7. Metode.....	9
1.8. Jadwal Pelaksanaan.....	11

BAB II. PERILAKU NASABAH DALAM PERSPEKTIF TEORI SOSIAL: Dari Teori Rasionalitas hingga *Shopping Preference Theory*

2.1. Memahami Perilaku Manusia: Dari Teori Rasionalitas hingga Teori Pilihan Rasional.....	12
2.2. Perilaku Konsumen: Perspektif Teori Pilihan Konsumen dan <i>Shopping Preference Theory</i>	32
2.3. Pilihan Nasabah terhadap Bank Syariah: Sebuah Uraian Teoritik.....	47
2.4. Kerangka Pemikiran: Desain, Kerangka Pikir dan Variabel Penelitian.....	53

BAB III. GROUNDED THEORY SEBAGAI PENDEKATAN: Uraian tentang Paradigma dan Metode Riset

3.1. <i>Grounded Theory</i> sebagai Sebuah Pendekatan.....	58
3.2. Jenis Data.....	61
3.3. Sumber Data.....	62
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5. Teknik Analisis Data.....	65

BAB IV. DARI NASABAH RASIONAL HINGGA DIFUSI-RASIONAL: Interpretasi atas Preferensi Agama dan Pilihan Nasabah Bank Syariah di Provinsi Bengkulu

4.1. Demografi Partisipan.....	71
4.2. Agama sebagai <i>Model of dan for Reality</i> : Mekanisme Agama Memandu Perilaku dan Pilihan Nasabah.....	78
4.4. Antara Keshalehan Agama dan Orientasi-Kebutuhan: Memahami “ <i>Pneuma</i> ” di Balik Pilihan Nasabah Bank Syariah.....	88
4.5. Dari Nalar Instrumental hingga Nalar Tradisional: Rasionalisasi Pilihan Nasabah Bank Syariah.....	98

4.6. Nalar Ganda (<i>Hybridity of Reason</i>) Pilihan Nasabah: Mengurai Dominasi Nalar di Balik Pilihan Nasabah Bank Syariah..	107
---	-----

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	118
5.2. Rekomendasi.....	120

Bibliografi
Appendiks

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Frank J. Lechner (2009) mengidentifikasi pandangan paling awal dari Adam Smith dimana Smith yakin bahwa selain peran pemerintah, institusi lain seperti agama juga mempengaruhi perilaku ekonomi.¹ Pada dasarnya, mengutip pandangan James A. Beckford, sesungguhnya struktur ekonomi dan sosial adalah produk dari interaksi antara agama dengan hampir seluruh aspek kehidupan, terutama interaksi yang terjadi pada level individu, kelompok, organisasi dan masyarakat secara umum.² Agaknya dapat ditegaskan bahwa agama memiliki peranan dalam membentuk struktur sosial, bahkan menjadi hal yang determinan mempengaruhi perilaku manusia, tidak terkecuali perilaku ekonomi.

Ada banyak aspek ekonomi yang sesungguhnya dipengaruhi oleh agama. Dari aspek-aspek produksi, distribusi, hingga konsumsi. Dalam kondisi ini Dale W. Wimberley mengilustrasikan hal tersebut dengan kalimat “menjadi religius” dimana ekonomi sesungguhnya dapat mendorong seseorang menjadi agamis, melalui perhatian yang intens terhadap moralitas dan nilai-nilai agama dalam melakukan aktivitas ekonomi.³ Pertanyaannya adalah bagaimana sesungguhnya agama membantu, paling tidak ia menjadi fondasi dari pilihan ekonomi individu? Michael Chibnik dengan mengutip pandangan White, mengemukakan satu tesis bahwa memahami bagaimana manusia memutuskan pilihan sesungguhnya tidak dapat dilakukan tanpa memperhatikan faktor-faktor yang menentukan pilihan apa yang tersedia bagi manusia, termasuk pengaruh agama.⁴ Pandangan White ini secara implisit dapat dipahami bahwa pilihan manusia merupakan satu yang kompleks. Pilihan pada umumnya memerlukan seperangkat pertimbangan yang dapat berasal dari hal yang berada di luar diri manusia, seperti agama dan pengetahuan. Dalam konteks ini kemudian pilihan ekonomi individu bukan sesuatu yang bersipat “reflektif” dan spontan tetapi sesungguhnya keputusan untuk memilih sesuatu dihasilkan dari sesuatu yang bersipat kultural. Begitu juga pilihan konsumen terhadap satu produk.

Pilihan konsumen terhadap satu produk adalah yang kompleks. Tidak hanya didasarkan pada utilitas, atau nilai guna, tetapi pilihan tersebut terkadang bersipat kultural. Pilihan individu terhadap produk merupakan satu jejaring yang memiliki hubungan kondisional antara lingkungan, nilai budaya, dan norma agama. Michael Chibnik menyebut kecenderungan tersebut sebagai “*dependency choice*”⁵ atau pilihan

¹ Frank J. Lechner. *Rational Choice and Religious Economies*. Dalam James A. Beckford & N.J. Demerath (ed.), *Handbook of The Sociology of Religion*. (New York: Sage, 2006), hlm. 1.

² James A. Beckford, *Social Theory and Religion*, (New York: Cambridge University Press, 2003), hlm. 197.

³ Dale W. Wimberley. *Socioeconomic Deprivation and Religious Selience: A Cognitive Behavioral Approach*. *The Sociological Quarterly* 25 (Spring 1984), hlm. 223.

⁴ Lihat dalam Michael Chibnik. *Anthropology, Economics and Choice*. (Austin: University of Texas Press, 2011), hlm. 20.

⁵ *Ibid.*, hlm. 22.

yang selalu tergantung pada “sesuatu” yang ada di luar diri manusia. Dalam konteks inilah kemudian pilihan konsumen terhadap perbankan syariah perlu dipahami. Apakah seutuhnya pilihan konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah didasarkan pada hal-hal yang bersipat kultural seperti agama atau bersipat rasional seperti utilitas dan keuntungan semata?

Hayat M. Awam dan Khuram Shahzad Bukhari memperlihatkan kecenderungan pilihan konsumen terhadap Bank Islam di Pakistan dimana konsumen lebih bersipat rasional dalam menentukan kriteria pilihan terhadap bank islam. Kecenderungannya, di Pakistan konsumen lebih tertarik mempertimbangkan kriteria seperti *product features*; kualitas pelayanan sebagai faktor yang menjadi fondasi atas pilihan.⁶ Hayat M. Awam dan Khuram Shahzad Bukhari menemukan bahwa agama tidak terlalu menjadi faktor determinan dalam pilihan konsumen terhadap bank-bank syariah di Pakistan.⁷ Sementara itu studi yang dilakukan oleh Muhamad Abduh dan Raditya Sukmana terhadap perilaku penabung pada bank syariah di Indonesia, memperlihatkan kecenderungan bahwa tingkat bunga dan *income* menjadi faktor yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen untuk menabung di bank syariah.⁸

Berbeda dengan riset Awam dan Bukhari, MUI cenderung melihat adanya dinamika pilihan konsumen terhadap bank syariah, untuk konteks Indonesia. MUI (Majelis Ulama Indonesia) memahami setidaknya ada dua aspek pertimbangan bagi nasabah memilih bank syariah, yakni: *Pertama*, aspek emosional dimana nasabah mendasarkan pilihan mereka pada keyakinan; emosi yang bersipat subjektif seperti memilih bank syariah didasarkan pada keyakinan agama—jika ia beragama Islam, ia merasa harus memilih bank syariah. *Kedua*, aspek rasional: dimana nasabah memilih bank syariah didasarkan pada hal-hal objektif seperti pilihan terhadap bank syariah disebabkan oleh faktor ekonomi—bank syariah lebih menguntungkan ketimbang bank konvensional.⁹ Merespon kecenderungan ini kemudian MUI berupaya mengeluarkan fatwa terkait produk yang ditawarkan oleh bank syariah dengan intens memperhatikan nalar konsumen, sehingga nasabah mendapatkan dua keuntungan ketika bertransaksi di bank syariah, dan itu adalah keuntungan di dunia (*utilitas*) dan akhirat (*keberkahan*).

Sementara itu, Dalfiza Mohd. Yusof; Zakaria Bahari; dan Ahmad Azrin Adanan, melalui artikel mereka *The Relationship between the Bank Choice Determinants and the Acceptance of Musharakah Mutanaqisah Home Financing among Malaysian Muslim*, memperlihatkan kecenderungan adanya hubungan positif antara konsumsi terhadap produk pembiayaan *musharakah mutanaqisah* dengan pilihan terhadap bank di

⁶ Hayat M. Awam & Khuram Shahzad Bukhari. *Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No.1: 2011., hlm. 14.

⁷ *Ibid.*

⁸ Lihat Muhamad Abduh dan Raditya Sukmana. *Deposit Behaviour in Indonesia Islamic Banking: Do Crisis and Fatwa Matter?*. Retrived from http://irep.iium.edu.my/24033/1/Abduh_and_Sukmana_FRPS_2011.pdf. Pada tanggal 23-3-2015, Pukul. 21:00 wib.

⁹ Brilyan Rahmat Sukhmono. *Pengaruh Label Syariah pada Lembaga Perbankan terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*. (Skripsi: Program Studi Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum-Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2011)., hlm. 5.

Malaysia.¹⁰ Penelitian ini agaknya mengindikasikan bahwa produk adalah faktor dominan yang mempengaruhi pilihan nasabah terhadap bank islam. Riset yang dilakukan oleh Harif Amali Rivai memperlihatkan satu kecenderungan yang sedikit berbeda dengan riset terdahulu dimana masyarakat Sumatera Barat dalam memilih perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keyakinan bahwa bunga bank bertentangan dengan agama, diikuti oleh alasan lain seperti keramahan petugas serta persepsi bahwa berurusan dengan bank syariah lebih cepat dan mudah.¹¹ Riset-riset yang diuraikan tersebut mengandaikan bahwa ada variasi faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap bank syariah. Lantas, bagaimana dengan konsumen di provinsi Bengkulu? Apakah ada relasi yang kuat antara agama (sebagai sistem preferensi) dengan pilihan nasabah dalam memilih bank syariah?

Tercatat 95% masyarakat di provinsi Bengkulu memeluk agama Islam, sementara itu 4% sisanya beragama Kristen dan Katolik, dan 1% lainnya memeluk agama lain.¹² Data ini menunjukkan bahwa islam adalah agama mayoritas di provinsi Bengkulu. Demikian, apakah Islam memiliki relasi dengan pilihan umat Islam terhadap bank syariah di Bengkulu? Memahami relasi ini agaknya penting dilakukan, mengingat bahwa di daerah lain adakalanya relasi antara agama dan pilihan konsumen terhadap bank syariah tidak selalu linier, dan memiliki korelasi yang signifikan dan erat. Hal lain yang mendorong mengapa riset ini penting dilakukan adalah fakta seperti yang dicatat dari Laporan Tahunan Statistik Perbankan Syariah (*Islamic Banking Statistics*) yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia tahun 2013, memperlihatkan perkembangan BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) di Provinsi Bengkulu cenderung stabil. Dengan total asset gross sebesar Rp. 818 miliar rupiah; pembiayaan (*financing*) Rp. 750 miliar; Dana Pihak Ketiga (*depositors funds*) Rp. 411 miliar, dengan persentasi FDR (*finance to deposit rasion*)/rasio pembiayaan terhadap pendanaan sebesar 182,33%; sementara NPF (*non performing financing*)/kredit bermasalah sebesar Rp. 3,30%.¹³ Data ini agaknya dapat dipahami bahwa ada *trend* positif (stabilitas) perkembangan bank syariah di provinsi Bengkulu. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa transaksi di perbankan syariah Bengkulu terlihat stabil jika dibandingkan daerah lain. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pilihan terhadap bank syariah semakin positif. Jika demikian, apakah pilihan tersebut memiliki relasi dengan agama itu sendiri? Dalam konteks pertanyaan ini kemudian riset ini akan difokuskan, yakni untuk melihat dan memahami relasi antara agama dan pilihan konsumen terhadap bank syariah di Bengkulu.

1.2. Tujuan

Dari latar belakang di atas dapat dipahami bahwa antara pilihan konsumen terhadap bank syariah dengan agama, bersipat gradual. Adakalanya hubungan antara

¹⁰ Dalfiza Mohd. Yusof, Zakaria Bahari & Ahmad Azrin Adnan. *The Relationship between the Bank Choice Determinant and The Acceptance of Musbarakab Mutanaqisab Home Financing among Malaysia Muslims*. International Journal of Science Commerce and Hummanities, Vol. 2,No.: May, 2014., hlm. 130.

¹¹ Lihat Harif Amali Rivai. *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs. Bank Konvensional*. (Research Report: Centre for Banking Research (CBR)-Andalas University)., hlm. 8.

¹² Retrieved from www.id.wikipedia.org/kota_bengkulu. diakses tanggal 26-3-2015, pukul 11:00 wib.

¹³ *Ibid*.

dua hal tersebut bersipat positif. Namun adakalanya ia bersipat tidak terlalu kuat, bahkan negatif seperti yang ditunjukkan oleh penelitian-penelitian terdahulu. Kendati demikian, beberapa indikator terkait stabilitas bank syariah di Bengkulu seperti FDR dan NPF menunjukkan persentase positif. Ini artinya ada kecenderungan bahwa masyarakat berminat terhadap bank syariah, dan memilih melakukan transaksi pada bank syariah di provinsi Bengkulu. Hal tersebut menjadi latar belakang mengapa kemudian riset ini ditujukan untuk memahami relasi antara agama dan pilihan konsumen terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu. Lebih konkrit riet ditujukan untuk: *Pertama*, memahami relasi agama dan pilihan konsume terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu; *Kedua*, memahami rasionalisasi konsumen tentang pilihannya terhadap bank syariah di Bengkulu; *Ketiga*, memahami bentuk nalar dan faktor yang dominan dalam mempengaruhi pilihan konsumen terhadap bank syariah di Bengkulu.

1.3. Perumusan Masalah

Agama seperti halnya Islam, mengutip pandangan Gabriele Marranci, adalah institusi yang secara kultural membentuk pola interaksi dan perilaku manusia.¹⁴ Ini artinya Islam sebagai sebuah agama, seutuhnya mempengaruhi pilihan dan perilaku konsumen terhadap produk seperti halnya terhadap bank Islam. Lantas, bagaimana sesungguhnya relasi antara agama dengan pilihan konsumen terhadap bank syariah di provinsi Bengkulu? Rumusan masalah tersebut (*major questions*) melahirkan 4 (empat) pertanyaan penelitian (*minor question*) yaitu: *Pertama*, bagaimana sistem preferensi agama memandu pilihan konsumen terhadap bank syariah di Bengkulu; *Kedua*, apakah pilihan terhadap bank syariah diyakini oleh konsumen sebagai bagian dari praktek keagamaan atau pelaksanaan dari Islam? *Ketiga*, bagaimana konsumen di provinsi Bengkulu merasionalisasikan pilihan terhadap bank syariah? *Keempat*, kepercayaan dan nalar apa yang dominan mempengaruhi pilihan konsumen terhadap bank syariah di provinsi Bengkulu?

1.4. Tinjauan Pustaka

1.4.1. Kerangka Teori

Berangkat dari latarbelakang; tujuan; dan perumusan masalah, riset ini sesungguhnya teori yang agak kompleks seperti teori pilihan rasional; preferensi dan pilihan. Dengan demikian, paradigma kajian lebih bersipat konstruktivisme dimana diasumsikan bahwa pilihan konsumen terhadap bank bukanlah hal yang bersipat spontan, dan tunggal. Melainkan ia melibatkan nalar, dan rasionalisasi yang terkadang sangat kompleks. Dalam konteks ini, maka ada beberapa teori yang agaknya layak digunakan, dan teori-teori tersebut adalah:

- a. Teori pilihan rasional. Asumsi teori ini, seperti yang diutarakan oleh Johannes Berger dan Claus Offe, mengandaikan bahwa tindakan dan pilihan setiap individu ditentukan oleh ruang dan posisinya dalam satu masyarakat.¹⁵ Teori ini agaknya mampu menjelaskan aspek-aspek pilihan konsumen, serta rasionalisasi atas pilihan tersebut.

¹⁴ Gabriele Marranci. *The Anthropology of Islam*. (Oxford: Berg, 2008)., hlm. 14.

¹⁵ Johannes Berger dan Claus Offe. *Functionalism vs. Rational Choice: Some Questions concerning the Rationality of Choosing One or the Other*. Theory and Society, Vol. 11, No. 4 (July, 1982)., hlm. 524.

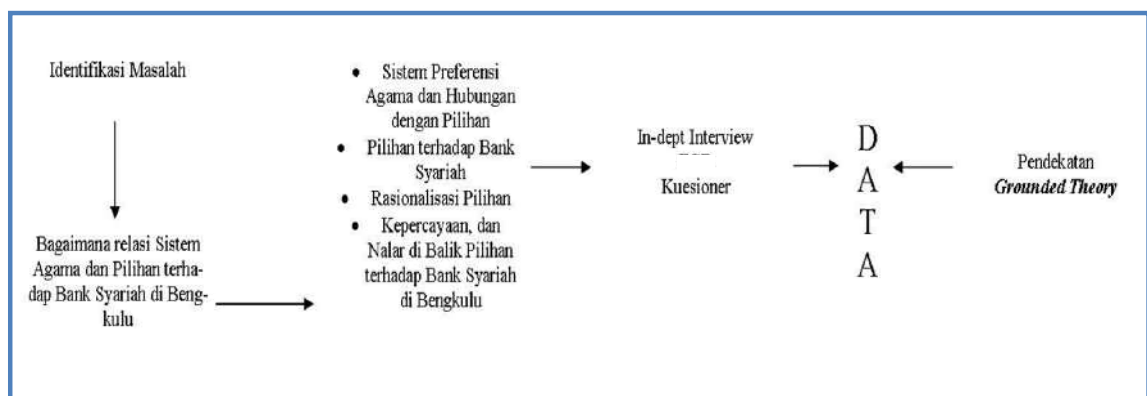
- b. *Shopping Preference Theory*, teori yang diajukan oleh Sheth (1983) ini menyediakan kerangka dalam memahami pengaruh agama terhadap perilaku berbelanja dan konsumsi konsumen. Sheth mengansumsikan bahwa agama pada dasarnya berpengaruh terhadap *shopping pre-disiposition* melalui *the demand side determinant*—karakteristik personal. Dalam teorinya itu, Sheth menggunakan variabel-variabel agama dalam mengkaji apa yang ia sebut dengan *personal deteminants* seperti personal, sosial dan nilai-nilai epistemik, hal itu seutuhnya menentukan motive konsumsi individu.¹⁶

Dua teori di atas tidak sekadar menjadi fondasi analisis, tetapi teori-teori tersebut juga membantu merumuskan kerangka pemikiran. Dalam hal ini, kedua tersebut menjadi dasar untuk menentukan berbagai indikator dari masalah penelitian yang telah diurai sebelumnya.

1.4.2. Kerangka Pemikiran

Latarbelakang; tujuan; rumusan masalah, hingga teori yang digunakan dalam riset ini, mendorong riset ini mempersoalkan bagaimana hubungan antara agama dalam hal Islam terhadap pilihan konsumen terhadap bank syariah di Bengkulu. Tujuan ini mengandaikan dua variabel yang akan intens dilihat relasinya secara kualitatif. Karena itu, kerangka berpikir (*framework of research*) dapat diilustrasikan seperti di bawah ini:

Diagram 1. Kerangka Pemikiran



Dari kerangka pemikiran di atas, dapat dimengerti bahwa riset ini menggunakan pendekatan *grounded theory*. Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss memaknai *grounded theory*, dengan proses produksi teori dari data secara sistematis.¹⁷ Mengapa pendekatan tersebut dipilih? Karena terkait dengan pemahaman akan relasi antara Islam dan pilihan terhadap bank syariah adalah hal yang kompleks. Untuk mengurainya dibutuhkan data yang kuat. Dengan data tersebut kemudian teori tentang relasi tersebut dapat diproduksi.

¹⁶ Lihat dalam Safiek Mokhlis. *Religious Constrast in Consumers Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison*. Journal of Business Studies Quarterly, Vol. 2, No. 1: 2010., hlm. 55.

¹⁷ Barney G. Glaser & Anselm L. Strauss. *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research*. (London: Aldine Transaction, 2006), hlm. 1.

1.4.3. Kajian Literatur

Ada beberapa kajian terdahulu yang membahas perilaku konsumen secara cukup detail, dan mendalam. Riset Ahmad Azrin Adnan; Noor Azeanti Mohd Nasir; dan Dalfiza Mohd Yusof yang kemudian dipublikasi dengan judul *Bank Choice Behavior Among Malaysian Muslims: A Qualitative Approach* (2013), memperlihatkan hubungan yang erat antara faktor-faktor religiusitas seperti ritual; norma dengan perilaku umat Islam. Hanya saja jika dihubungkan dengan pilihan terhadap bank syariah pada komunitas muslim Malaysia, ada kecenderungan yang menarik, yakni masalah aktual dari sistem bank syariah menurut umat Islam di Malaysia adalah bahwa bank syariah di Malaysia tidak sepenuhnya memperlihatkan kepatuhan yang kuat terhadap syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari produk; dan layanan. Ini kemudian menjadi faktor mengapa umat Islam di Malaysia tidak terlalu tertarik untuk bertransaksi di bank syariah.¹⁸

Riset Pirjo Honkanen; Bas Verplanken; dan Svein Ottar Olsen (2006) memperlihatkan bahwa agama tidak menjadi pertimbangan penting bagi konsumen ketika memilih makanan oleh warga Norwegia.¹⁹ Thomas Kramer, dan Lauren Block melalui *paper* mereka, *Nonconscious Effects of Peculiar Beliefs on Consumer Psychology and Choice*, telah memaparkan kriteria dari kepercayaan yang illogis dan irrasional seperti pikiran magis; kepercayaan aneh/*peculiar*; takhyul; semi-kepercayaan.²⁰ Kajian dua sarjana tersebut memperlihatkan bahwa ketaksadaran kemudian disebut irrasionalitas terkadang menjadi karakter dari perilaku konsumsi seseorang. Hal ini terjadi tatkala individu mempertimbangkan agama, berbagai mitos lainnya dalam perilaku konsumsi. Sementara itu, riset yang dilakukan oleh Ashfaq Ahmad dan Rubina Bashir yang berjudul *An Investigation of Consumer's Awareness Level and Customer's Service Utilization Decision in Islamic Banking*, memperlihatkan bahwa adanya trend dimana masyarakat kurang menyadari akan terminologi Bank Islam, produk dan layanannya. Pada umumnya ada hubungan positif antara tingkat *customer's awareness* dan keputusan memilih bank syariah.²¹

Mahesh Patel, melalui kajiannya tentang *Influence of Religion on Shopping Behaviour of Consumers-An Exploratory Study*, memperlihatkan bahwa agama mempengaruhi perilaku konsumsi dalam bentuk yang relatif sama.²² Faktanya, tulis Mahesh bahwa perilaku *shopping* individu berbeda mengikuti perbedaan afiliasi keagamaan dan tingkat kepercayaan terhadap agama itu sendiri.²³ Melengkapi riset Mahesh, dua sarjana seperti Abdul Ghafoor Awan dan Maliha Azhar telah memperkenalkan satu temuan dimana sesungguhnya ada hubungan

¹⁸ Ahmad Azrin Adnan; Noor Azeanti Mohd Nasir; dan Dalfiza Mohd Yusof. *Bank Choice Behaviour among Malaysian Muslims: A Qualitative Approach*. International Research Journal of Social Sciences, Vol. 3, No. 2, 1-8, February 2013., hlm. 1.

¹⁹ Pirjo Honkanen; Bas Verplanken; dan Svein Ottar Olsen. *Ethical Values and Motives Driving Organic Food Choice*. Journal of Consumer Behaviour, Vol. 5, 2006., hlm. 420.

²⁰ Thomas Kramer & Lauren Block. *Nonconscious Effect of Peculiar Beliefs on Consumer Psychology and Choice*. Journal of Consumer Psychology, Vol. 21: 2011., hlm. 101.

²¹ Ashfaq Ahmad & Rubina Bashir. *An Investigation of Customer's Awareness Level and Customer's Service Utilization Decision in Islamic Banking*. Pakistan Economic and Social Review, Vol. 52, No. 1., hlm. 59.

²² Mahesh Patel. *Influence of Religion on Shopping Behaviour of Consumers-An Exploratory Study*. Journal of Research in Commerce and Management, Vol. 1, Issues No. 5., hlm. 68.

²³ *Ibid.*

yang sangat erat antara berbagai variabel dengan kepuasan konsumen. Kepuasan tersebut di Pakistan meningkat seiring peningkatan transaksi pada bank syariah di Pakistan.²⁴ Dari riset-riset yang telah diurai di atas, agaknya tidak ada yang secara tegas atau mendalam relasi antara agama atau *religious taste* terhadap pilihan. Berangkat dari hal itu, maka riset ini berusaha dan ditujukan untuk memahami dan menjelaskan relasi *religious taste* dengan pilihan umat Islam di Bengkulu terhadap bank syariah.

1.5. Ruang Lingkup

1.5.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan *grounded theory*—penelitian ini seperti yang dipahami oleh Earl Babie sebagai riset kualitatif yang bertujuan untuk membangun teori melalui investigasi induktif. Pendekatan ini mengutamakan aktivitas riset yang berhubungan langsung dengan data seperti observasi; wawancara mendalam atau *indepth-interview*.²⁵ Earl Babie mendefinisikan *grounded theory* sebagai: “...an inductive approach to the study of social life that attempts to generate a theory from the constant comparing of unfolding observations. This differs greatly from hypothesis testing, in which theory is used to generate hypotheses to be tested through observations.”²⁶ Dalam hubungannya dengan riset ini, *grounded theory* dipilih karena riset ini seutuhnya bertumpu pada pemahaman terhadap *religious taste*, dan relasinya dengan pilihan umat Islam di Provinsi Bengkulu terhadap bank syariah. Jika demikian, apa instrument observasi atau lebih spesifik apa bentuk instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data?

1.5.2. Pengumpulan Data

Pendekatan *grounded theory* yang digunakan dalam riset ini mendorong bahwa proses berpikir hingga pola pengumpulan data, seutuhnya mengacu pada *grounded theory*. Hal tersebut meliputi: *Pertama*, angket atau kuesioner. Hal ini sesuai dengan karakter dari pendekatan *grounded theory* yang sesungguhnya merupakan interaksi antara dua paradigma yakni positivisme dan interaksionisme.²⁷ Dengan demikian, angket/kuesioner membantu dan dapat diandalkan sebagai instrumen pengumpulan data. Dengan instrumen kuesioner ini, data dapat diproduksi dan dipertanggung-jawabkan validitasnya. *Kedua*, “in-depth interview” atau wawancara mendalam. Instrumen pengumpulan data melalui wawancara mendalam sesungguhnya didorong oleh adanya variabel kualitatif seperti *religious taste*, yang secara teoritik tidak dapat terwakili oleh kuesioner. Karena itu kemudian *in-depth interview* dipilih dan digunakan secara intensif. Jika diilustrasikan, maka teknik pengumpulan data dalam riset ini dapat dipahami dari tabel di bawah ini:

²⁴ Abdul Ghafoor Awan & Maliha Azhar. *Consumer Behavior towards Islamic Banking in Pakistan*. European Journal of Accounting Auditing and Finance Research, Vol. 2, No. 9: November 2014., hlm. 42.

²⁵ Lihat Earl Babie. *The Basics of Social Research*. (Belmont: Wadsworth, 2011), hlm. 327.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

Tabel 1. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Instrument	Variabel	Indikator
Kuesioner	Trend Pilihan Konsumen	Faktor-Faktor Pilihan Bentuk Pilihan Motif Pilihan
<i>In-Depth Interview</i>	<i>Religious Taste</i>	<i>Sistem Preferensi Agama</i> Nalar Pilihan Rasionalisasi Pilihan

1.5.3. Lokasi Penelitian

Riset ini berlokasi di provinsi Bengkulu. Mengapa provinsi Bengkulu yang dijadikan lokasi riset ini? Dari aspek komposisi agama, Bengkulu merupakan daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Faktanya, 95% masyarakat di provinsi Bengkulu memeluk agama Islam, sementara itu 4% sisanya beragama Kristen dan Katolik, dan 1% lainnya memeluk agama lain. Dalam aspek yang terkait dengan bank syariah, provinsi Bengkulu tercatat sebagai daerah yang pertumbuhan atau perkembangan bank syariahnya terbilang stagnan, tetapi paling stabil di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan total asset gross sebesar Rp. 818 miliar rupiah; pembiayaan (*financing*) Rp. 750 miliar; Dana Pihak Ketiga (*depositors funds*) Rp. 411 miliar, dengan persentasi FDR (*finance to deposit rasion*)/rasio pembiayaan terhadap pendanaan sebesar 182,33%; sementara NPF (*non performing financing*)/kredit bermasalah sebesar Rp. 3,30%.²⁸ Dua aspek ini kemudian yang menjadi fondasi mengapa riset ini menjadikan Bengkulu sebagai lokasi penelitian.

1.5.4. Analisis Data

Didasarkan pada pola, dan prosedur pendekatan *grounded theory*, riset ini seutuhnya didasarkan pada empat empat proses atau tahap dalam melahirkan teori yang mampu menjelaskan relasi antara *religious taste* dan pilihan umat Islam terhadap bank syariah di Bengkulu, proses tersebut adalah *understanding*; *generality*; *control*; dan *conclusion*.²⁹ Lebih konkritnya, proses tersebut dapat diilustrasikan melalui tabel di bawah ini

Tabel 2. Prosedur Analisis Data³⁰

Tahap	Prosedur	Unit Analisis
<i>Understanding</i>	“..berhubungan secara langsung dengan realitas satu area yang dapat dipahami melalui orang-orang yang terlibat didalamnya.”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistem <i>preferensi</i> agama ▪ Rasionalisasi Pilihan
<i>Generality</i>	“..melahirkan teori didasarkan pada kriteria yang bersipat konkret.”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bentuk relasi; ▪ Kategori Nalar.
<i>Control</i>	“..proses kontrol terhadap realitas; dan situasi, agar dapat memprediksi perubahan.”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontrol pada pilihan konsumen terhadap bank syariah

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Barney G. Glaser & Anselm L. Strauss. *Op. Cit.*, hlm. 239-249.

³⁰ *Ibid.*

<i>Conclusion</i>	“..proses perumusan teori dari data lengkap dengan asumsi-asumsi yang bersipat final.”	Output: Teori/Penjelasan Aktual seputar topik riset.
-------------------	--	---

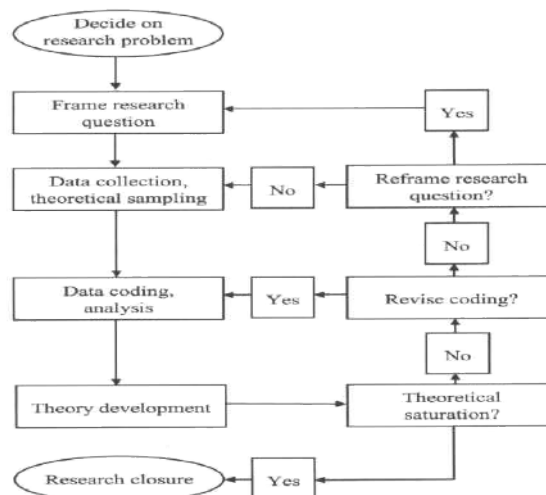
1.6. Kontribusi

Dari hasil kajian terdahulu (Fery Andrianus, Dalfiza Mohd dan lain sebagainya) memperlihatkan bahwa agama terutama Islam belum sepenuhnya dijadikan rasionalisasi atas pilihan terhadap bank. Bahkan tidak jarang masyarakat, meskipun mereka pemeluk Islam yang taat, berpandangan bahwa pilihan terhadap bank tidak ada relasinya dengan agama. Dalam konteks ini, agaknya penting pemahaman yang mendalam terhadap sistem preferensi agama seperti apa yang dapat mempengaruhi pilihan umat Islam terhadap bank syariah. Pemahaman yang baik terhadap preferensi agama dan hubungannya dengan pilihan terhadap bank syariah, setidaknya dapat membantu memetakan tingkat pemahaman dan rasionalisasi masyarakat terhadap bank syariah di Bengkulu.

1.7. Metode

Adapun urutan dan tata pelaksanaan riset ini adalah: *Pertama*, pengumpulan data. Teknik pengumpulan data riset ini dikategorikan ke dalam dua bentuk, yakni teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Mengapa dikategorikan ke dalam dua bentuk tersebut? Mengacu pada kerangka kerja *grounded theory*, dimana pendekatan ini merupakan integrasi antara tradisi naturalisme dan interaksionisme.³¹ Integrasi berimplikasi pada sumber data dan teknik mendapatkannya. Jika tradisi kualitatif, selain *grounded theory*, lebih mengutamakan interview sebagai teknik pengumpulan data. Berbeda kemudian dengan tradisi naturalisme, yang lebih cenderung menggunakan instrumen seperti kuesioner yang membantu mereka untuk memproduksi data sendiri. Berangkat dari differensiasi semacam itu, *grounded theory* sangat fleksibel memperlakukan data dan teknik pengumpulannya, sehingga dalam penelitian ini teknik pengumpulan data primer dilakukan secara simultan melalui kuesioner dan *in-depth interview*. Sementara data-data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur secara mendalam (*lit-review*). *Kedua*, tahap teknik analisis data dalam tradisi *grounded theory* memang terkesan tidak biasa. Karena tradisi ini dibangun dari tradisi yang semulanya berbeda, bahkan tidak jarang berkonflik. Secara diagram, proses riset ini jika didasarkan pada tradisi *grounded theory* dapat dipahami dari diagram di bawah ini:

³¹ *Ibid.*

Diagram 2. Proses dan Tahapan Riset *Grounded Theory*

Dalam tradisi *grounded theory*, proses pengumpulan data ditujukan untuk mengumpulkan; menemukan apa yang diistilahkan dengan *the initial data* atau data yang sesuai dengan kategori teoritik yang dibangun sebelum proses pengumpulan data berlangsung. Karena hal tersebut, setidaknya ada beberapa tahap dalam proses analisis data dalam pendekatan *grounded theory*, dan kemudian intens digunakan dalam riset ini. Proses tersebut adalah:

- 1) *Open coding*: merumuskan berbagai teks melalui penggunaan kode-kode/kategori yang sederhana. Selain itu, tahap ini juga melibatkan perbandingan yang bersifat konstan dimana peneliti membandingkan dan menemukan perbedaan mendasar dalam data-data kualitatif;
- 2) *Axial coding or selective coding*: proses ini merupakan proses yang berupaya mempertajam konstruksi konsepstual;
- 3) *Theoretical Coding*: proses ini adalah tahap dimana peneliti memformulasikan satu teori.³²

1.7. Data dan Sumber Data

Data pada penelitian ini bersifat kualitatif. Hal ini karena objek penelitian ini sepenuhnya terdiri dari variabel yang bersifat kualitatif seperti pilihan, rasionalisasi, dan preferensi agama. Diperkuat dengan teori yang digunakan sepenuhnya sangat kualitatif, seperti rasionalisasi, dan pilihan nasabah. Kendati demikian, penelitian ini juga berusaha memproduksi data yang bersifat kuantitatif seperti statistik pilihan nasabah terhadap *features* yang ada pada bank syariah di Bengkulu. Demikian, tak berlebihan jika kajian ini menggunakan pendekatan *grounded theory*. Karena pada dasarnya data yang dikumpulkan bersifat kualitatif dan kuantitatif. Pertanyaannya adalah: “Dari mana data itu didapatkan (sumber data)? Lantas, bagaimana cara mendapatkannya?”

³² Lihat Michael D. Mayers. *Chapter 9: Grounded Theory*. (Power Point “Qualitative Research in Business and Management: Sage Publications Limited, 2008)., hlm. 9.

Berangkat dari sipat data tersebut, maka sumber data dalam kajian ini meliputi dua hal: *Pertama*, data kualitatif didapatkan dari informan secara langsung melalui instrumen *in-depht interview*. *Kedua*, data kuantitatif didapatkan dari dua hal, yakni studi dokumen seperti laporan keuangan dan melalui kuesioner. Data ini kemudian diproduksi ulang untuk ditampilkan dalam bentuk statistik-deskriptif. Kendati ada diskriminasi data--sumbernya. Kedua data ini dianalisis secara simultan, saling menguatkan hingga teori terkait isu penelitian dapat dihasilkan.

1.8. Jadwal Pelaksanaan

Adapun penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Juni-Agustus 2015. Dengan waktu setidaknya 3(tiga) bulan. Tahap-tahap dan matrikulasi pelaksanaan penelitian dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 3. Tahap dan Pelaksanaan Penelitian

TAHAP	Bulan												S E M E S T A R
	Juni				Juli- September			September- Oktober					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Instrument Penelitian													
Pengumpulan Data													
Entri Data, Transkripsi													
Penulisan Laporan/ <i>Editing</i>													
Finalisasi Laporan													

1.9. Personalia

Tabel 4. Personalia Penelitian dan Keterlibatan

Nama	Keahlian	Keterlibatan
Hardi Vizon, M.Ag	Studi Islam: Hermeneutika-Sosial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ekspo Riset ▪ Seminar/Diskusi
Noprizal, M.Ag	Keuangan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposal
Busra Febriyarni, M.Ag	Studi Islam: Hadist Iqtishadi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisis Data
M. Sholihin,S.EI., MSI	Ekonomi Islam: Ekonomi-Moral dan Epistemologi Ekonomi Islam	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposal dan Instrumen Riset ▪ Penulisan Laporan ▪ Pengumpulan Data
Anrial, MA	Sosiologi Islam	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengumpulan Data ▪ Transkrip,Coding Data

BAB II

PERILAKU NASABAH DALAM PERSPEKTIF TEORI SOSIAL: Dari Teori Rasionalitas hingga *Shopping Preference Theory*

“..the rationality, in the sense of the logic or teleological ‘consistency’ of a..position has and always has had power over man, however limited and unstable this power is and always has been in the face of other forces of historical life.”¹

--Max Weber: 1946--

2.1. MEMAHAMI PERILAKU MANUSIA: Dari Teori Rasionalitas hingga Teori Pilihan Rasional

Adalah Max Weber yang memperkenalkan teori rasionalitas untuk memahami tindakan dan perilaku manusia. Meski demikian, Alan Sica (1988) memahami bahwa Max Weber sesungguhnya hanya mengembangkan teori Pareto tentang perilaku rasional manusia.² Pareto, untuk pertamakalinya, yang memunculkan dan menggunakan istilah *rational*, *rationalized*, dan *irrational*: sebuah klasifikasi dan kategori dari perilaku manusia yang dibentuk dan lahir dari kalkulasi ekonomi. Pertanyaannya, apakah yang dimaksud dengan rasionalitas itu sendiri? Diakui oleh Stephen Kalberg (1980) bahwa rasionalitas merupakan tema penting dalam karya-karya atau *oeuvre* Max Weber.³ Namun Max Weber tidak secara jelas mendefinisikan rasionalitas, melainkan ia lebih cenderung membahasakan rasionalitas secara filosofis dan teoritik. Max Weber bermaksud lebih sekadar mendefinisikan. Ia mencoba memahami rasionalitas tersebut dengan spektrum yang jauh lebih luas.⁴ Maklum jika kemudian tidak ada definisi yang tegas dari Max Weber, apakah yang dimaksud dengan rasionalitas tersebut. Tetapi dalam pembahasan Max Weber tentang rasionalitas terlihat konsep-konsep penting dan asumsi yang sangat dalam serta penting terkait perilaku dan tindakan manusia rasional.

Demikian, rasionalitas adalah *term* penting untuk membedakan antara *truth of belief* dan kalkulasi ekonomi. Kepercayaan yang koheren, tidak kontradiktif dan kompatibel dengan pengalaman atau kalkulasi ekonomi sering dikonotasikan dengan rasionalitas.⁵ Kepercayaan tertinggi manusia, secara alami seperti yang dipercaya oleh kaum utilitarianisme, adalah keyakinan yang memungkinkan individu meningkatkan kualitas kepuasan dan tujuan-tujuan ekonomi. Dalam konteks ini kemudian Max Weber mengembangkan teori rasionalitas. Bahkan Kieran Allen menjuluki Max

¹ Stephen Kalberg. *The Rationalization of Action in Max Weber's Sociology of Religion*. Sociological Theory, Vol.8, No. 1: 1990., hlm. 63.

² Alan Sica menyebutkan bahwa Pareto telah memperkenalkan istilah *rational*, *rationalized*, *irrational*, atau *unrationalized*. Dari proyek ini kemudian, Max Weber mengembangkan teori rasionalisasi. Lihat Alan Sica. *Weber, Irrationality and Social Order*. (Berkeley: University of California Press, 1988), hlm. 3.

³ Stephen Kalberg. *Max Weber Types of Rationality: Cornerstones for Analysis Rationalization Process in History*. The American Journal of Sociology, Vol. 85, No. 5-Marc: 1980., hlm. 1145.

⁴ *Ibid.*, hlm. 1146.

⁵ Nicholas Abercrombie, Stephen Hill, Bryan S. Turner. *The Penguin Dictionary of Sociology*. (Lodon: Penguin Books, 2006), hlm. 319.

Weber sebagai ilmuwan sosial yang pragmatis karena terlalu *concern* memahami rasionalitas melalui tujuan atau intensi individu, dan masyarakat dalam perilaku dan tindakan sosial.⁶ Max Weber mengilustrasikan manusia rasional sebagai orang yang terjebak atau terbawa arus ke dalam apa yang ia sebut dengan *bureaucratic machinery*, atau mesin birokrasi.⁷ Pemaknaan Max Weber terhadap rasionalitas terakhir mengisyaratkan adanya dimensi yang sangat luas yang dikemukakan oleh Max Weber terkait teori rasionalitas.

Max Weber membangun teori rasionalitas dengan kritik yang sangat tajam terhadap rasionalisasi kebudayaan barat. Menurutnya rasionalisasi itu terjadi dalam bentuk yang sangat kompleks, dimana kehidupan manusia tereduksi demikian rupa ke dalam differensiasi segi-segi kehidupan sosial masyarakat, perkembangan teknologi, hingga lahirnya negara-negara liberal.⁸ Dalam konteks ini, Mills seperti yang dikutip oleh Kieran Allen menyetujui pandangan Max Weber dalam hubungan tereduksinya kebudayaan manusia ke dalam mesin-mesin birokrasi.

Gerth dan Mills menulis:

“For Weber, capitalism is the embodiment of rational impersonality; the quest for freedom is identified with irrational sentiment and privacy. Freedom is at best a tarrying for loving companionship and for the cathartic experience of art as a this-worldly escape from institutional routines. It is the privilege of the propertied and educated: it is freedom without equality. In this conception of freedom as a historically developed phenomena, now on the defensive against both capitalism and bureaucracy, Weber represents humanist and cultural liberalism rather than economic liberalism.”⁹

Terlihat jelas bagaimana sesungguhnya Max Weber berusaha membangun relasi antara rasionalisasi dengan kapitalisme. Rasionalisasi sebagai sebuah proses adalah tindakan yang bersipat mekanik dan sepenuhnya didasarkan pada intensi-intensi ekonomi. Pada akhirnya rasionalisasi mendorong individu terserap kedalam mesin-mesin birokrasi: sebuah proses dimana perilaku individu tidak lagi dikondisi oleh mitos-mitos dan ideologi, melainkan mengalami modifikasi dan domestifikasi ke dalam intensi ekonomi *an sich*. Dalam konteks itulah teori rasionalitas Max Weber dikembangkan. Dalam hubungannya dengan rasionalitas, Alan Sica mendefinisikan rasionalitas ke dalam beberapa bentuk: *Pertama*, rasionalitas merupakan kemampuan bertindak berdasarkan penyebab dan efek-efekti relasional dengan tujuan-tujuan definitif. *Kedua*, kesediaan untuk bertindak berdasarkan hasrat *farego idiosyncratic* atau *valued experiences*. Keduanya bersipat privat, individualistik. Dan keduanya mengarah pada tindakan hedonistik dan *bureaucratic calculus*.¹⁰ Sementara itu, irrasionalitas diartikan sebagai: “1)...a spring of action or belief that is not readily susceptible of rational explanation, invariably from observer’s position, and not infrequently from that of the subject as well. Such as impulse does not comprehend or employ causal analysis in attempts to secure ends, or uses inappropriate or nonsensical means as assessed post facto via a rational model of action; or 2) a

⁶ Kieran Allen. *Max Weber: A Critical Introduction*. (London: Pluto Press, 2004), hlm. 9.

⁷ *Ibid.*, hlm. 10.

⁸ Dewasa ini proses rasionalisasi seperti yang diuraikan oleh Max Weber telah meninggalkan cita-cita luhurnya. Justeru menghasilkan krisis-krisis mendalam bagi kebudayaan dan masyarakat. Krisis tersebut dapat dilihat dari indikator hilangnya makna struktur kesadaran masyarakat yang telah mengalami rasionalisasi.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Alan Sica. *Log. Cit.*, hlm. 5.

form of behaviour of belief that controls the subject's action in gaining either pleasant, unpleasant, or ambivalent result, without the subject's absolute control or conscious wishes."¹¹ Lain halnya dengan pemaknaan terhadap *non-rationality*, dimana diartikan oleh Alan Sica sebagai perilaku yang menyimpang dari prosedur rasional, bahkan cenderung 'menerobos' cara-cara yang dianggap rasional. Ada unsur pengabaian dan kesengajaan untuk tidak bertindak secara rasional.¹² Baik definisi *rationality*, *irrationality* atau *non-rationality*, agaknya dapat dihasilkan satu tesis bahwa rasionalitas dan segala proses yang berhubungannya memiliki relasi dengan tindakan sosial. Definisi semacam itu pula yang menjadi fondasi atau 'celah' bagi ilmuwan sosial lainnya menyelidiki kembali teori rasionalitas Max Weber. Bahkan ada, dengan tanpa 'canggung', merevisi teori rasionalitas yang sudah demikian radikal diperkenalkan oleh Max Weber. Minsalnya Jürgen Habermas.

Mengutip pandangan Antony Giddens terhadap Harbemas, "...ia [Habermas] telah berhasil membangun ulang teori rasionalitas Max Weber. Dengan cara membaca ulang teori rasionalitas Weber melalui "kacamata" hermeneutika; analisis filosofi Anglo-Amerika dan relativisme, Habermas mampu menjadikan teori rasionalitas sebagai standar universal dalam memahami kondisi manusia 'terkini'.¹³ Jürgen Habermas menyakini bahwa setiap manusia, dan individu niscaya menyediakan ruang bagi *reason* untuk membentuk atau mewarnai tindakan dan perilaku sosialnya.¹⁴ Tesis atau keyakinan Jürgen Habermas tersebut dapat dinyatakan semacam usaha Habermas untuk melakukan ekspansi sosial terhadap rasionalitas dan sebagai rasionalisasi terhadap karakteristik masyarakat Barat modern.¹⁵ Sekaligus tesis itu menjadi *sign*, serupa tanda dimana Jürgen Habermas telah melakukan reformulasi dan reifikasi teori rasionalitas, yang pada akhirnya menemukan benang merah antara Weber, Lukacs hingga mashab Frankfurt.¹⁶ Tak mengherankan jika pada akhirnya Jürgen Habermas mampu membuka 'hijab' atau selubung sesungguhnya dari rasionalitas. Selubung yang selama ini tersembunyi di balik kriteria *reason* atau nalar manusia. Jürgen Habermas sekiranya mampu menemukan kriteria *reason* yang universal, dan diterima secara luas oleh berbagai paradigma ilmu sosial seperti post-strukturalisme.¹⁷ Di kemudian hari, teori rasionalitas Jürgen Habermas, dikonstruksi ulang Piaget melalui pendekatan dan perspektif psikologi perkembangan.¹⁸ Ia pula yang berani memilih jalan radikal untuk mengekspansi kompetensi rasionalitas individual. Sehingga saat ini dengan pendekatan psikologi, sarjana-sarjana yang tertarik mempersoalkan rasionalitas, mengerti bahwa rasionalitas bukan hanya persoalan intensi tetapi juga persoalan psikologis dan berhubungan dengan mental manusia. Namun konsepsi Jürgen Habermas terhadap rasionalitas lebih banyak dikagumi oleh sarjana-sarjana, terutama mereka yang sedang menyelidiki kebudayaan manusia modern.

Pasalnya, untuk mengatakan bahwa seseorang bertindak rasional, sesungguhnya kita, tulis Antony Giddens, tak dapat menyimpulkan 'segamblang'

¹¹ *Ibid.*, hlm. 5-6.

¹² *Ibid.*, hlm. 6.

¹³ Antony Giddens. *Social Theory and Modern Sociology*. (California: Stanford University Press, 1987), hlm. 227.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 228.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 229.

kesimpulan yang dirumuskan oleh kaum empirisme,¹⁹ hanya dengan membatasi penyelidikan pada latar tindakan rasional atau ekspresi pengetahuan objek-dunia atau *knowledge of the object-world* an sich. Melainkan idealnya perlu diselidiki *cognitive-instrumental rationality* dengan konsepsi rasionalitas-komunikatif versi Jürgen Habermas.²⁰ Dalam konteks itu Jürgen Habermas menulis bahwa:

“..dieser begriff *kommunikativer rationalität*, führt Konnotativen mit sich, die letztlich zurückgehen auf die zentrale Erfahrung der zwanglos einigenden, konsensstiftenden Kraft argumentativer Rede, in der verschiedene Teilnehmer ihre zunächst nur subjektiven Auffassungen überwinden und sich dank der Gemeinsamkeit verünftig motivierter Überzeugungen gleichzeitig der Einheit der objektiven Welt und der Intersubjektivität ihrer Lebenszusammenhangs vergewissern.”²¹

Rasionalitas, tulis Giddens, merupakan *presumes* komunikasi. Karena apapun dianggap rasional ketika ia memenuhi kriteria-kriteria yang dapat diterima oleh orang lain.²² Setiap manusia dapat menerima interaksi ketika dalam interaksi itu memuat semacam *mutual-benefit*—hubungan yang menyediakan manfaat timbal balik. Dalam konteks ini, tidak berlebihan jika Giddens menganggap bahwa Jürgen Habermas telah mempersatukan diri dengan Karl Popper terutama ketika Jürgen Habermas menganggap bahwa rasionalitas inheren dalam komunikasi dan dapat diselidik melalui properti umum argumentasi. Karena *reason* menurut Jürgen Habermas semisal Popper, menjadi sebuah fenomena metodis-kritisisme.²³ Di tangan ilmuwan sosial seperti Jürgen Habermas dan Piaget, teori rasionalitas yang diperkenalkan oleh Max Weber menjadi teori yang sangat luas, bahkan terkesan rumit. Kemudian George Ritzer menganggap pada akhir teori rasionalitas terkadang irrasional sebagai sebuah proposi untuk menjelaskan perilaku manusia, terutama jika dihubungkan dengan konsumsi.

Rasionalitas versi Max Weber menjadi fondasi dari rasionalisasi kebudayaan, dan hal ini ‘menyasar’ isu-isu ekonomi seperti konsumsi. Ketika teori rasionalisasi yang digunakan Weber untuk menyelidiki perilaku konsumsi masyarakat modern, tidak terlalu memadai untuk menangkap *reason* di balik perilaku konsumsi. Minsalnya untuk memahami fenomena McDonalization: karena fenomena ini telah melingkupi *landscape* sosial. Ia tidak saja menawarkan isu-isu efisiensi, prediktabilitas, kalkulasi dan kontrol melalui substitusi non-human untuk teknologi manusia.²⁴ Diperlukan teori rasionalisasi yang lebih luas dibanding teori yang ditawarkan oleh Max Weber, Jürgen Habermas ataupun Piaget. Rasionalitas dalam konteks itu perlu dipahami pada *locus* utamanya, yakni tindakan sosial. Dan teori tersebut mesti kembali ditarik ke teori paling awal yang diperkenalkan oleh Max Weber persis ketika ia mengkaji rasionalitas; dan rasionalisasi kebudayaan Barat. Meskipun sesungguhnya perilaku sosial menjadi isu-isu utama yang dikaji oleh berbagai aliran sosiologi, mulai dari fungsionalisme hingga mashab terbaru yaitu post-modernisme. Pembahasan Max Weber tentang

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*, hlm. 230.

²⁴ George Ritzer. *Explorations in The Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Card and Casinos*. (London: Sage Publication, 2001)., hlm. 23.

perilaku sosial, agaknya penting dipahami untuk kemudian dijadikan ‘*miles-stone*’ atau pijakan dalam memahami perilaku manusia dan intensi dibaliknya.

Max Weber, seperti yang diutarakan kembali oleh Steve Bruce dan Steven Yearley (2006), telah membagi atau mengkategorikan tindakan sosial ke dalam beberapa bentuk: *Pertama*, Instrumental (*weckerarational*) action. Ini merupakan rasionalitas singkat atau *sort rationality*, dimana para ekonomi mengasumsikan bahwa setiap manusia selalu bertujuan dan berhasrat untuk memaksimalkan kepuasan dan keuntungan yang dapat membuat mereka bahagia.²⁵ *Kedua*, rational (*wertrational*) action, dimana aktor bertindak dan berperilaku sesuai dengan sasaran yang dirumuskan berdasarkan kepentingannya. Sasaran itu kemudian disebut dengan *an ultimate value*.²⁶ *Ketiga*, affectual action: sebuah perilaku yang dibentuk sepenuhnya oleh emosi. *Keempat*, traditional action: sebuah perilaku yang dibentuk oleh *costum* dan *habit*.²⁷ Untuk memahami empati tipe tindakan sosial tersebut, sosiologi menggunakan cara-cara yang dinamis dan cenderung terdifferensiasi antara perlbagai paradigma yang ada. Lantas apa sesungguhnya perilaku itu sendiri, sehingga berbagai paradigma tertarik untuk mendefinisikan dan memahaminya?

Perilaku didefenisikan secara ‘gambang’ oleh sosiolog sebagai perilaku manusia yang mengandung atau memuat intensi yang khas dan spesifik.²⁸ Sementara itu, tindakan sosial diartikan sebagai perilaku dimana ‘makna’ ditujukan oleh aktor atau agen yang berhubungan dengan aktor lainnya dan relasi itu menentukan metode dan proses tindakan yang dilakukan oleh aktor.²⁹ Dalam hubungannya dengan ‘makna’ atau *meaning*, para sarjana sosial juga berbeda pendapat dalam memaknainya. Ada yang berpendapat bahwa makna atau *meaning* sesungguhnya ditentukan sepenuhnya oleh kriteria-metafisik.³⁰ Dalam konteks itu agaknya sulit membedakan antara tindakan sosial sebagai sesuatu yang diproduksi dari intensi, dengan tindakan reaktif-reflektif.³¹ Sehingga diperlukan interpretasi sosiologis terhadap perilaku sosial tersebut. Hal itu diperlukan guna untuk mendapatkan pemahaman yang jernih terhadap ‘makna’ dan perilaku sosial.

Bermakna atau tidaknya satu tindakan atau perilaku sosial, dalam sosiologi dikembalikan dan dihubungkan dengan rasionalitas.³² Secara teoritis, perilaku rasional seringkali dikait-kaitkan dengan sesuatu yang logis berdasarkan kalkulasi. Berbeda halnya dengan perilaku yang didasarkan pada empati yang melibatkan emosi dan sensabilitas artistik.³³ Berbeda halnya dengan perilaku rasional yang dihasilkan dari intensi dan makna-kompleks yang secara intelektual dapat dipahami. Sementara perilaku empatetik dihasilkan oleh aktor yang melibatkan ‘*feeling-experienced*’ yang eksis dalam imajinasi an sich.³⁴ Jika demikian, perilaku rasional berarti bersipat *intelligibility*. Sementara perilaku empatetik adalah bersipat kebalikannya. Perbedaan dalam

²⁵ Steve Bruce & Steven Yearley. *The Sage Dictionary of Sociology*. (London: Sage Publication, 2006), hlm. 306.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

²⁸ W.G. Runciman (ed.). *Weber Selection in Translation*. (Cambridge: Cambridge University Press, 1978), hlm. 7.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*, hlm. 8.

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*

memaknai perilaku manusia tersebut dimaklumi. Karena secara historis, para sarjana sosial-filsafat telah mengalami ‘keterbelahan’ atau perbedaan sudut pandang dalam memahami pikiran, intelek dan logika manusia. Ini kemudian yang hendak diklarifikasi oleh Max Weber, agar tidak membingungkan.

Max Weber dengan pendekatan sosiologi telah berusaha memahami rasionalitas, dan akhirnya mampu menjadi fondasi untuk menjelaskan tindakan sosial. Sekaligus hal itu menjadi ‘demarkasi’ antara perilaku rasional dan non-rasional individu. Hal substansi yang membadakan antara perilaku rasional dan rasional adalah adanya kesadaran manusia atas tindakannya. Stephen Kalberg mengurai bagaimana sesungguhnya Max Weber mengkategorisasi rasionalitas. Secara teoritis, dan filosofis Max Weber cenderung menghubungkan antara rasionalitas dengan rasionalisasi. Hubungan itu terlihat dari beberapa konsep penting yang diajukan oleh Weber, yakni: *disenchantment of the world*, *bureaucratization*, atau meningkatnya apa yang disebut Weber dengan *the lack of freedom*.³⁵ Guy Oakes menyatakan bahwa nilai-nilai rasionalitas adalah produk dari rasionalisasi nilai yang beroperasi dan eksis di ruang-ruang sosial.³⁶ Sederhananya, rasionalitas adalah resultan atau produk dari rasionalisasi kebudayaan modern: sebuah kecenderungan dimana mitos dan kepercayaan terhadap agama-agama tergantikan oleh pertimbangan birokratis, dan instrumental.

Pertanyaan yang seringkali ‘dilontarkan’ adalah apakah agama mampu mempengaruhi dan menjadi sumber rasionalisasi tindakan individu? Max Weber, seperti yang pernah dikaji oleh Stephen Kelberg, telah mengurai pertanyaan tersebut di berapa karyanya seperti *The Religion of China* (1951), *The Religion of India* (1958), dan *Ancient Judaism* (1952), terakhir yang cukup monumental adalah *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism* (1930).³⁷ Dalam beberapa karyanya tersebut Max Weber mampu membedakan antara rasionalitas yang didasarkan pada *belief*, dan *tradition* dengan rasionalitas yang didasarkan pada hal-hal yang bersipat ekonomis, dan instrumental. Rochman Achwan (2010) mengurai bahwa rasionalitas dapat diartikan sebagai tindakan ekonomi yang memiliki alasan yang masuk akal menurut pandangan pelaku bukan menurut padangan para ahli.³⁸ Dalam konteks itu kemudian Max Weber mengkategorikan rasionalitas menjadi tiga bentuk, yakni: rasionalitas instrumental, nilai dan tradisi.³⁹ Rasionalitas instrumental, seperti yang diuraikan oleh Rochman, adalah tindakan individu yang lebih mengutamakan kepentingan diri dan memperhitungkan untung dan rugi dalam mengejar tujuan-tujuan ekonomi. Lain halnya dengan tindakan individu yang berorientasi pada rasionalitas nilai dan tradisi, umumnya tindakan semacam ini dipengaruhi oleh lingkungan budaya dan masyarakat.⁴⁰ Manusia akan selalu dihadapkan, atau untuk mengatakan bahwa mereka

³⁵ Stephen Kalberg. *Max Weber's Types of Rationality: Cornerstones for The Analysis of Rationalization Processes in History*. The American Journal of Sociology, Vol. 85, No. 5: March-1980., hlm. 1145.

³⁶ Guy Oakes. *Max Weber on Value Rationality and Value Spheres*. Journal of Classical Sociology, Vol. 3, No. 1: 2003., hlm. 27.

³⁷ Stephen Kalberg. *The Rationalization of Action in Max Weber's Sociology of Religion*. Journal of Sociology Theory, Vol. 8, No. 1: 1990., hlm. 58.

³⁸ Rochman Achwan. *Sosiologi Keuangan: Kini dan Dulu*. Jurnal Sosiologi Masyarakat, Vol. 15, No. 1: Januari-2010., hlm. 60-61.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 61.

⁴⁰ Derajat pengaruh lingkungan ini antara satu masyarakat dengan masyarakat lain berbeda-beda bergantung pada tingkat perkembangan ekonomi dan politik. Lainnya halnya dengan Emile Durkheim yang membedakan tindakan sosial, yaitu tindakan sosial yang berorientasi pada solidaritas mekanis dan solidaritas organis. Dalam perkembangannya, seringkali sarjana salah kaprah dalam

akan selalu memperlihatkan tindakan-tindakan yang berorientasi pada kedua bentuk rasionalitas tersebut, terutama masyarakat modern. Hanya saja bentuk rasionalitas yang dianut sesungguhnya didasarkan pada intensi dan nilai yang dipercaya oleh individu tersebut. Selain Max Weber, adalah Talcott Parson yang mengurai secara mendalam tindakan sosial dan hubungannya dengan rasionalitas.

Talcott Parson melalui karyanya *Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers*, telah mengurai teori tindakan dengan berbagai perspektif. Dari pendekatan utilitarianisme hingga individualisme. Talcott Parson memulai kajiannya dengan mengurai makna 'act' atau tindakan. Menurutnya, tindakan meliputi tiga dimensi: 1) *it implies an agent, an 'actor'*; 2) *For purpose of definition the act must have an 'end', a future state of affairs toward which the process of action oriented*; 3) *it must be initiated in a situation of which the trends of development differ in one or more important respect from the state of affairs to which the action is oriented, end.*⁴¹ Ini mengukuhkan bahwa tidak satupun tindakan manusia yang bersipat 'kosong makna'. Selalu ada muatan-muatan orientasi, dan intensi di dalamnya. Pandangan tersebut agaknya linier dengan asumsi yang kemukakan oleh utilitarisme terhadap tindakan, dimana tindakan individu tidak pernah dinyatakan sebagai sesuatu yang tunggal. Ia selalu melibatkan kekuatan tindakan itu sendiri seperti nilai, orientasi dan struktur sosial.⁴² Selama tindakan berada dijalur dan lintasan semacam itu, utilitarianisme memandangnya sebagai tindakan rasional: sebuah tindakan yang alasannya dapat diterima akal dan mampu dipahami serta dapat diverifikasi secara empiris-positivistik.⁴³ Tindakan rasional selalu disertai oleh *initial interest*, semacam kepentingan yang dapat dikenal oleh aktor lain sejak pertama kali tindakan itu diperlihatkan secara sosial.

Jika demikian, maka tindakan rasional versi utilitarianisme merupakan sesuatu yang bersipat *fictitious* atau *immaterial*, tetapi ia merupakan sistem konkrit dari tindakan itu sendiri.⁴⁴ Tindakan rasional terkesan abstrak, tetapi jika diselami ia akan dapat dipahami dan dimengerti landasan-landasannya yang sangat pragmatis, dan oportunistik. Sementara itu, positivisme memahami tindakan dalam *locus*-nya yang paling otentik yakni *reasoning*, atau alasan-alasan.⁴⁵ Tindakan, seperti yang seringkali didiskusikan dikalangan positivisme, adalah perilaku individu yang selalu determinan dengan situasi yang dihadapinya.⁴⁶ Tindakan sangat tergantung pada situasi yang melingkupinya. Dalam *locus* ini kemudian, setiap individu selalu melakukan perhitungan atau kalkulasi hingga meramalkan konsekuensi dari tindakan yang dilakukannya. Ketika tindakan itu berdasarkan kalkulasi-ekonomi, dan diprediksi menguntungkan, maka pada kondisi itu kemudian tindakan itu diartikan rasional.

memposisikan dua teori (Max Weber dan Emile Durkheim). Kebanyakan sarjana mengasumsikan bahwa masyarakat modern sepenuhnya didominasi oleh tindakan rasionalitas instrumental atau dikuasai oleh solidaritas organik. Adam Smith misalnya menyatakan bila rasionalitas instrumental telah mendominasi masyarakat, maka masyarakat tersebut cenderung lebih beradab, mementingkan toleransi dan tidak menyukai anarki. *Ibid.*, hlm. 61-62.

⁴¹ Talcott Parson. *Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers*. (New York: The Free Press, 1949)., hlm. 44.

⁴² *Ibid.*, hlm. 53.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 58.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 64.

Antara positivisme dan utilitarianisme dalam memaknai tindakan rasional, terkesan keduanya saling bersinggungan dan kemudian disatukan pada asumsi yang serupa dan senada. Pasalnya, ketika positivisme memahami bahwa tindakan rasional selalu didasarkan pada kalkulasi dan sepenuhnya hasil dari respon individu terhadap situasi dan kondisi yang dihadapinya. Maka sama halnya dengan pemaknaan utilitarianisme yang mengartikan tindakan rasional sebagai *a function of its conditions*.⁴⁷ Hal lain yang pada akhirnya menyandingkan positivisme dan utilitarianisme dalam memahami tindakan rasional adalah asumsi yang dirumuskan terkait norma-norma yang membentuk tindakan sosial. Ketika utilitarianisme merepresentasikan *the polar type* dimana rasionalitas muncul adalah *maksimalisasi*⁴⁸: sebuah norma yang mengajarkan manusia bahwa sipat alamiah manusia, dimanapun dan dari etnis apapun, adalah selalu berorientasi pada upaya-upaya memaksimalkan utilitas. Lantas bagaimana dengan positivisme?

Positivisme mengakui bahwa norma paling dasariah dari tindakan rasional adalah *utility maximization*, hanya saja aliran ini percaya bahwa rasionalitas semacam itu seutuhnya dapat dikuantifikasi dan diukur secara akurat.⁴⁹ Mengapa positivisme mengasumsikan sedemikian rupa? Sesungguhnya tindakan rasional adalah *resultan* atau produk dari upaya individu untuk meramalkan atau *forecasting* konsekuensi dari tindakannya. Individu selalu bertindak berdasarkan kriteria ‘untung’ dan rugi. Ini mengandaikan ketika individu mampu melakukan kalkulasi terhadap tindakan, maka itu bermakna bahwa setiap tindakan memiliki ukuran dan parameter yang bersipat positif—dapat diukur atau dikuantifikasi. Norma tindakan rasional semacam itu kemudian menjadi fondasi lahirnya satu aliran dalam menjelaskan tindakan manusia, yakni empirisme. Aliran, atau paradigma empirisme sesungguhnya hanyalah konsepsi yang kemudian menjadi spektrum yang berusaha menghubungkan sistem teoritik dengan realitas konkrit.⁵⁰ Akhirnya empirisme-lah yang menjadi lokomotif bagi ilmu ekonomi untuk melakukan kuantifikasi, dan melakukan verifikasi terhadap tindakan rasional.

Pada perkembangannya, baik utilitarianisme, positivisme, dan empirisme mendorong menguatnya kekaguman terhadap teori rasionalitas Max Weber. Kelompok tersebut dikenal dengan neo-weberian: sebuah aliran yang *concern* mendalam sosiologi ekonomi, dan kelompok sarjana yang berusaha memahami pertukaran ekonomi melalui pengamatan serta pemahaman yang radikal dan mendalam terhadap rasionalitas di balik pertukaran ekonomi. Milan Zafirovski (2001) mengutarakan bahwa pengetahuan krusial dari analisis pertukaran ekonomi adalah tindakan sosial,⁵¹ dimana tindakan sosial sesungguhnya adalah representasi dari rasionalitas individu. Melalui tindakan sosial, dan kemudian memperluas kajian terhadap pertukaran ekonomi, Max Weber dan kemudian pada perkembangannya Neo-Weberian mampu membedakan pertukaran primitif atau *traditional exchange* dengan *robber capitalism* atau *contemporary economic exchange*⁵²—pertukaran yang lebih tampak rasional dan bermuatan norma *utility-maximization*. Tönnies menyebut

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 65.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 69.

⁵¹ Milan Zafirovski. *Exchange, Action, and Social Structure: Element of Economic Sociology*. (New York: Greenwood Press, 2001), hlm. 13.

⁵² *Ibid.*, hlm. 14.

pertukaran tersebut dengan *gemmeinschaft* dan *gesellschaft*⁵³. Kategori yang muncul terutama dikalangan neo-weberian, seperti yang dikemukakan oleh Tönnies, sesungguhnya berpijak pada teori rasionalitas Max Weber. Bahkan teori Weber juga mempengaruhi kalangan ekonom-antropolog. Akhirnya mendorong mereka untuk memproduksi atau memperkenalkan kategori pertukaran ekonomi ke dalam formal dan rasionalitas substantif⁵⁴, senada seutuhnya dengan kategori yang diperkenalkan oleh Emile Durkheim.

Perilaku individu, kemudian menjadi isu yang seringkali dibahas oleh sosiolog-ekonom: mereka tidak saja berusaha mencari penjelasan dari tradisi weberian, tetapi sekaligus menyelidiki perilaku individu guna melahirkan kategori-kategori baru. Pertanyaan utama yang mereka lontarkan adalah: “..mengapa tindakan individu eksis dan muncul sebagai sebuah fakta? Apakah semua itu didorong oleh semacam ketamakan atau rasionalitas? Apa sesungguhnya yang menjadi pertimbangan bagi mereka tatkala membeli atau menjual sesuatu? Apakah manusia seutuhnya secara ekonomi, rasional? Lantas, apakah semua individu menghadapi kondisi yang sama tatkala memutuskan satu tindakan?”⁵⁵ Semua pertanyaan tersebut, mengutip pemaknaan Nicole Woolsey Biggart, adalah isu-isu tindakan atau perilaku ekonomi.⁵⁶ Pertanyaan tersebut, disamping didasarkan pada teori rasionalitas dan tindakan sosial Max Weber, sesungguhnya juga menjadi fondasi mengenali teori Mark Granovetter yang sudah memperluas horizon weberian—dari sekadar mempersoalkan rasionalitas ke penyelidikan terhadap hubungan sosial yang membentuk perilaku ekonomi.⁵⁷

Granovetter seringkali mengajukan pertanyaan: “..bagaimana perilaku ekonomi dibentuk oleh relasi sosial?” Pertanyaan tersebut merupakan semacam obituari bagi sosiologi dan ekonomi tradisional yang tidak mampu menjawab pertanyaan penting semacam itu.⁵⁸ Faktanya, sosiologi terlalu *concern* dan menghabiskan banyak energi untuk mengkaji ide-ide sosialisasi, pengaruh masyarakat dan individu. Ironisnya, tulis Granovetter, hampir tidak ada ruang untuk mempersoalkan perilaku individu yang bermunculan secara sosial. Di lain sisi, para ekonom terlalu sibuk mempersoalkan rasionalitas aktor dan mengabaikan pengaruh faktor-faktor sosial.⁵⁹ Bahkan naif, tatkala para ekonom mengatakan bahwa manusia tidaklah dipengaruhi oleh masyarakat—mereka tidak pernah sadar dipengaruhi oleh entitas lain. Bahkan di spektrum lainnya, sosiolog dan ekonom menerima pandangan yang sangat ekstrim mengatakan bahwa tindakan ekonomi-lah satu-satunya perilaku yang eksis, dan hadir.⁶⁰ Pandangan semacam itu dapat dimaklumi, karena dua kelompok tersebut memulai argumentasi dan penyelidikan terhadap *reasonable* atau nalar-nalar yang masuk akal dari tindakan atau perilaku ekonomi.

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 15.

⁵⁵ Nicole Woolsey Biggart (ed.). *Reading in Economic Sociology*. (New York: Blackwell Publisher, 2002), hlm. 65.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Ibid.*

Demikian, tindakan ekonomi selalu melibatkan intensi dan emosi yang terkadang sulit dipahami secara ‘gamblang’.⁶¹ Bahkan terkadang perilaku yang didasarkan pada emosi, terlihat bertentangan dengan rasionalitas. Mengapa demikian? Hal ini didasarkan pada asumsi yang dipegang, dan diyakini oleh individu atau aktor-aktor ekonomi, sehingga melahirkan tipe perilaku yang berbeda dari aspek tujuan dan norma yang mendasarinya. Perilaku rasional, seperti yang ditulis oleh Smelser, didasarkan pada pengalaman kehidupan sosial individu yang dilandaskan pada *zero-sum choice* dalam konteks *atemporal* dan *ahistorical*.⁶² Tindakan atau perilaku dapat dianggap rasional sepanjang konteks yang mendasarinya. Jika demikian, maka rasionalitas dan pilihan sesungguhnya lebih dahulu ketimbang realitas empirisnya.⁶³ Ini bermakna bahwa norma⁶⁴ yang mendasari tindakan rasional, sesungguhnya lebih dahulu ketimbang wujudnya dalam bentuk pilihan dan tindakan ekonomi. Smelser agaknya kurang optimis terhadap teori pilihan rasional, baik yang dikemukakan oleh Weber maupun Neo-Weberian. Menurut teori tersebut kurang, bahkan tidak mampu memahami efek dari emosi dan valensi yang terkadang menjadi fondasi dari perilaku atau tindakan manusia.⁶⁵ Secara praksis, ambivalensi tindakan dan perilaku manusia seringkali muncul kepermukaan, dimana tindakan manusia dalam konteks dimana seharusnya membutuhkan fondasi norma-norma rasionalitas, tetapi justru didasarkan pada emosi dan valensi seperti yang dikemukakan oleh Smelser tadi.

Ambivalensi perilaku individu diilustrasikan oleh Smelser sebagai proses dimana keputusan atas pilihan didasarkan oleh dua hal sekaligus, yakni rasionalitas dan emosional. Smelser mengemukakan contoh dimana orang tua seringkali memperkuat ikatan emosional, serta batasan-batasan terhadap anak-anak mereka karena didasarkan pada rasa takut bilamana anak-anak mereka dewasa kemudian meninggalkan rumah, dan menjadikan diri mereka sebagai ‘tua renta’ yang kesepian dan tak berguna.⁶⁶ Keputusan tersebut didasarkan oleh rasionalitas, dan emosional sekaligus. Dalam konteks ekonomi, misalnya, seorang konsumen merasa bersalah atas pilihannya terhadap satu produk.⁶⁷ Salah pilih dalam mengkonsumsi—membeli atau pun menjual, seringkali disebabkan oleh terlibatnya emosi dalam memilih. Jika demikian, apa sesungguhnya yang dimaksud pilihan itu sendiri? Smelser menyakini bahwa pilihan adalah sesuatu yang bersipat *institutionalized*⁶⁸: sebuah proses dimana individu memutuskan sesuatu tetapi tidak serta merta, melainkan ia melibatkan norma-norma dan institusi yang sangat kompleks.

⁶¹ Hubungan antara emosi dan ekonomi adalah hal yang seringkali dipahami oleh ilmuwan sebagai *acknowledge* dan *valorize*. Pendekatan psikologi, ekonomi seringkali digunakan memahami relasi kedua variabel tersebut. Lihat Neil J. Smelser & Richard Swedberg (ed.). *The Handbook Economic Sociology*. (New York: Princenton University Press, 2005)., hlm. 109.

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Norma yang mendasari tindakan rasional dalam makna yang dikemukakan oleh neo-weberian adalah *maximalization-norm*: sebuah norma dimana individu percaya dan melakukan kepercayaan tersebut didasarkan pada keinginan untuk terus menerus memaksimalkan utilitas.

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 10.

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ *Ibid.*

Diagram 2.1
Relasi Emosi dan Tindakan⁶⁹

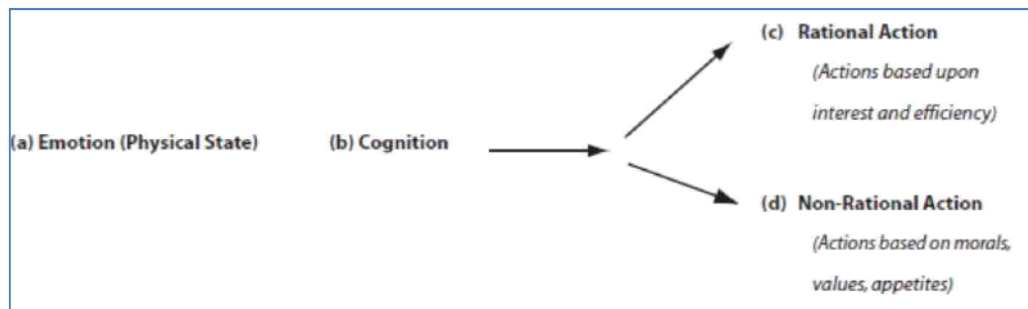


Diagram 2.1 di atas menegaskan bahwa emosi dan kognisi adalah dua hal yang secara berbeda membentuk tipologi tindakan. Keduanya, membentuk tindakan dengan porsi yang berbeda. Keduanya pula yang menentukan tipe tindakan—tergantung mana yang dominan mempengaruhi tindakan. Ketika emosi dominan membentuk perilaku, maka tindakan yang diungkapkan oleh individu lebih tampak sebagai tindakan non-rasional: sebuah tindakan yang sepenuhnya didasarkan pada *values*, dan moralitas. Namun jika tindakan tersebut didasarkan pada kepentingan/*interest* dan efisiensi, maka tindakan tersebut lebih terlihat sebagai tindakan yang rasional. Dalam *locus* ini kemudian perilaku manusia layak dipahami. Pertanyaan yang seringkali diajukan: ‘Lantas, apakah emosi dan rasionalitas adalah sesuatu yang kontradiktif, dan penuh konflik, atau sesuatu yang tak dapat disatukan. Penjelasan terhadap hal ini sudah diurai oleh Barbalet di bawah teori sosial klasik. Tentu saja tidak hanya teori sosial klasik, Max Weber pun sesungguhnya telah membahas dan mengemukakan beberapa tesis terkait hubungan antara emosi dan rasionalitas.

Tesis Weber (1920), layaknya tesis yang juga diajukan oleh James—*the sentiment of rationality*, menegaskan bahwa emosi tidak pernah berjauhan dengan nalar yang terkadang muncul ke permukaan, sehingga dapat dijelaskan.⁷⁰ Menguatkan hal tersebut, Parson dalam esainya *motivation and economy*, menegaskan bahwa *self-interest* yang seringkali diasumsikan oleh ekonom sebagai hal yang menentukan, dan membentuk pilihan ekonomi adalah fenomena sosial yang kompleks dan umumnya merefleksikan berbagai emosi seperti *kepuasan*, *recognition*, *need*, dan *pleasure*.⁷¹ Berpijak dari tesis Parson tersebut kemudian Smelser memahami bahwa rasionalitas dapat diartikan sebagai *feature* institusional dari ekonomi yang sepenuhnya bersifat psikologis dan kultural sekaligus.⁷² Kemudian Smelser mengembangkan *point* tersebut menjadi tesis lain yang sesungguhnya menggelitik, yakni bahwa rasionalitas dapat dilihat sebagai variabel independen dalam analisis ekonomi.⁷³ Tesis-tesis yang dimunculkan terkait rasionalitas telah bermuara pada epistemologi yang khas. Kendati demikian, agaknya meski asumsi atau tesis yang diajukan relatif berbeda namun fondasi tetaplah sama, yakni *reason* dan *emotion*. Bahkan dalam pengembangan yang lebih kompleks, Amatai Etzioni (1987) memulai proyek intelektualnya dengan memperkenalkan *collective rationality*: sebuah konsep yang memfokuskan pada karakter

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 112.

⁷⁰ *Ibid.*, hlm. 115.

⁷¹ *Ibid.*

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid.*

paling alamiah manusia dimana Etzioni mengasumsikan bahwa tindakan rasional merupakan sistem binari yang menyelidiki kompleksitas manusia sebagai faktor pilihan—baik dari sudut pandang individual dan kolektifitas.⁷⁴ Bahkan dalam tesis lainnya, dan terkesan tidak biasa diajukan oleh Robert Frank dimana kalkulasi-rasionalitas dapat pula ditemukan amarah; cinta dan simpati.⁷⁵ Ini menegaskan bahwa emosi, sebagaimana yang digambarkan pada diagram 2.1 merupakan *antecedent* dari perilaku manusia, baik rasional maupun perilaku yang non-rasional.

Demikian, meminjam pemaknaan Heckathorn (1993) setidaknya ada tiga metode untuk memahami emosi dan tindakan rasional. *Pertama*, emosi dihasilkan dari tindakan rasional dan emosi juga memungkinkan individu bertindak melalui cara yang kompatibel dengan *long-term interest*.⁷⁶ *Kedua*, rasionalitas merupakan produk dari solidaritas kelompok dan emosi dari interaksi sosial. *Ketiga*, rasionalitas dan emosi sesungguhnya dihubungkan proses yang sangat mendalam atau *underlying process* yang memungkinkan emosi mengikuti justifikasi rasionalitas.⁷⁷ Melengkapi tesis Heckathorn, Kemper mengemukakan satu pandangan bahwa emosi seutuhnya beroperasi sebagai sebuah bentuk komplemen *self-interest*.⁷⁸ Senada dengan itu Hirshleifer (1993) menegaskan bahwa ada logika ekonomi terkait emosi yang barangkali menyebabkan individu selalu bertindak berdasarkan interest-nya.⁷⁹ Tesis-tesis tersebut pula yang akhirnya mendorong John Elster meminta para ekonom agar menolak pandangan yang ‘bersikeras’ mengasumsikan tidak ada hubungan antara perasaan terdalam atau *gut feeling* seperti emosi dengan upaya memaksimalkan utilitas.⁸⁰ Mengapa harus ditolak?

Elster kemudian mengemukakan argumentasi yang jernih bahwa emosi sesungguhnya dapat digunakan oleh ekonom sebagai ‘titik pijar’ dalam menjelaskan perilaku manusia terutama terkait dengan pilihan konsumen. Tidak berhenti pada titik itu, Elster bahkan membangun atau merumuskan tipologi emosi yang akhirnya mengubungkan antara emosi dan *interest*. Dimana Elster memahami bahwa interest merupakan sesuatu yang rasional dan ekonomi mendukung hal itu.⁸¹ Dalam konteks ini kemudian Elster mengemukakan karakteristik emosi. *Pertama*, untuk memahami emosi idealnya individu mampu memahami objek emosi seperti *sight, out of mind*. *Kedua*, intensionalitas dimana sesungguhnya emosi terkait dengan maksud dan tujuan yang dirumuskan oleh individu. *Ketiga*, “volatility, physiological arousal” dan; *Keempat*, ekspresi.⁸² Kategori yang rumit tersebut menegaskan satu keyakinan Elster bahwa emosi dibutuhkan oleh individu untuk membuat mereka mampu bertindak secara bijaksana.⁸³ Sesungguhnya dan jika demikian adanya, emosi membentuk serta sangat menentukan pilihan individu serta pilihan—hal itu disebut oleh Elster dengan *dual role of emotions*.⁸⁴ Elster tampaknya hanya mengembangkan kriteria emosi dan

⁷⁴ *Ibid.*, hlm. 116.

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ibid.*, hlm. 117.

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ *Ibid.*

⁸² *Ibid.*

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ *Ibid.*, hlm. 118.

bagaimana emosi tersebut membentuk perilaku. Lantas, bagaimana sesungguhnya mekanisme pilihan itu sendiri?

Romer (2000) mengkategorikan mekanisme pilihan ke dalam 4 (empat) bentuk: 1) *autonomous*—sesuatu yang bersipat natural; 2) *feeling-based*—keputusan yang didasarkan emosional dan reaksi; 3) *thought-based*—keputusan yang didasarkan kognisi dan keputusan yang matang; 4) *hybrid*—keputusan yang berorientasi pada masa depan.⁸⁵ Mekanisme tersebut menandakan bahwa pilihan individu bukanlah hal yang bebas nilai. Melainkan ia selalu didorong oleh berbagai hal yang sangat kompleks—nilai, norma dan intensi yang khas dan spesifik. Dalam konteks itu pula kemudian Weber mengkategorikan rasionalitas ke dalam: *formal rationality* dan *substantive rationality*.⁸⁶ Kedua tipe rasionalitas ini dipahami oleh sosiolog sebagai fenomena yang dapat dijelaskan, karena ia tidak hanya mengenai asumsi tetapi juga implikasi dari asumsi yang dibangun oleh individu memutuskan tindakan. Asumsi-asumsi itu kemudian disebut dengan norma rasionalitas. Bentuk-bentuk norma rasionalitas dalam masyarakat ekonomi identik dengan utilitas, *self-interest* dan *ultimate-goal*. Jika norma-norma tersebut dipercaya dan kemudian dimanifestkan dalam tindakan, maka tindakan individu terlihat sebagai sesuatu yang pragmatis dan oportunistik.

Tindakan rasional seutuhnya bukanlah hal yang organik. Ia muncul sebagai sesuatu yang mekanik serta dibentuk oleh hukum universal kepentingan dan rasionalitas.⁸⁷ Hal tersebut, tulis Dobbin, dapat ditemukan dalam berbagai tindakan individu, bahkan kelas sosial.⁸⁸ Pertanyaannya adalah apa saja indikator, sehingga satu tindakan dapat diartikan dan dikategorikan sebagai tindakan rasional? Christopher Cherniak memperkenalkan satu tesis, “*no rationality, no agent.*”⁸⁹ Tesis tersebut menegaskan bahwa rasionalitas adalah pusat dan menjadi fondasi dari eksistensi individu. Sehingga rasionalitas itu sendiri dapat dipahami dan disaksikan implikasinya. Hanya saja untuk mengkategorikan satu tindakan sebagai hal yang rasional, maka diperlukan ukuran atau indikator yang umumnya sudah diurai dalam berbagai teori rasionalitas.

Pieter W.G. Bots (2008) menegaskan bahwa fondasi utama untuk menganalisis perilaku aktor adalah memahami secara utuh fondasi tindakannya seperti *interest*, tujuan objektif dan intensi.⁹⁰ Ini artinya indikator dari tindakan rasional seutuhnya bersipat abstrak. Dan sepenuhnya tidak dapat diobservasi, hanya saja implikasi tindakannya dapat diamati dan dipahami. Mengapa dinilai abstrak? Tindakan rasional selalu melibatkan *interest*, tujuan objektif dan intensi yang penuh dengan kalkulasi untung rugi. Namun apakah indikator yang abstrak tersebut cukup memadai untuk memahami dan mengkategorikan tindakan ke dalam tipe rasional atau non-rasional?

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ *Ibid.*, hlm. 4.

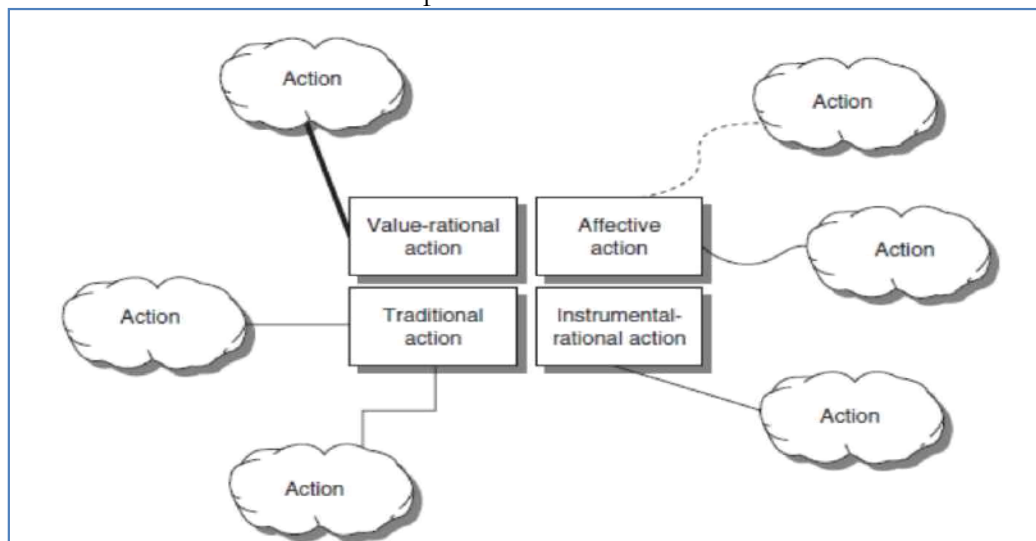
⁸⁷ Richard Swedberd. *Principles of Economic Sociology*. (New Jersey: Princeton University Press, 2003), hlm. 44.

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ Christopher Cherniak. *Minimal Rationality*. (Maryland: Bradford Book, 1990), hlm. 5.

⁹⁰ Pieter W.G. Bots. *Analyzing Actor Network while Assuming “Frame Rationality”*. Paper Presented at Conference on Networks in Political Science, Cambridge, June 13-14: 2008., hlm. 1.

Diagram 2.2
Tipe Tindakan Sosial



Sumber: diolah dari berbagai sumber

Diagram 2.2 di atas menginformasikan bahwa setidaknya ada 4 (empat) tipe tindakan, yakni: *value-rational*, *affective action*, *traditional action*, dan *instrumental-rational action*. Masing-masing tipe memiliki indikator dan definisi sendiri.⁹¹ Hanya ada dua tipe tindakan yang dapat dikategorikan sebagai tindakan rasional yakni *value-rational action* dan *instrumental-rational action*. Mengaju pada pandangan Weber, yang membedakan antara *value-rational behaviour* dengan *affective action* adalah adanya proses *self-aware decision-making*. Ketika individu secara sadar memutuskan pilihan dan bertindak berdasarkan nilai-nilai logis, maka ketika itu kemudian tindakan tersebut dinilai rasional. Sementara sebaliknya, jika keputusan atas tindakan diambil berdasarkan emosi, maka sepenuhnya tindakan tersebut dikategorikan sebagai *affective-action*. Ini semakin mengukuhkan serta menguatkan bahwa fondasi dari rasionalitas, atau perilaku rasional seutuh didasarkan pada nilai-nilai interest—sejauh perilaku tersebut dapat memenuhi kepentingan individu; serta pada *economic-calculation*—sejauh mana perilaku, jika ia diputuskan dapat memberikan keuntungan secara ekonomi. Pertanyaan yang seringkali mengawali perilaku dan tindakan seorang individu adalah: “apakah pilihan yang akan diambil rasional dan menguntungkan?”, “apakah tindakan tersebut tidak berisiko secara ekonomi?”⁹² Dengan demikian, *self-interest*, dan kalkulasi ekonomi lah sesungguhnya yang menjadi kata kunci untuk menilai perilaku individu atau tindakannya. Kualitas satu tindakan sesungguhnya ditentukan oleh nilai-nilai yang mendasarinya. Ketika nilai tersebut berbentuk pragmatis-opportunistik, maka ketika itu kemudian tindakan tersebut dianggap rasional. Lantas apakah hubungan secara khusus, atau benang merah antara rasionalitas dengan teori pilihan rasional?

⁹¹ Instrumental-rational action merupakan perilaku dimana tindakan tersebut bermuara atau mengekspresikan rasionalitas. Seperti pilihan terhadap universitas merupakan tindakan instrumental-rational, yang tujuan utamanya untuk mendapatkan pekerjaan. *Value-rational* merupakan tindakan yang didasarkan pada *values* dan moralitas seperti ketika melihat seseorang membayar orang lain untuk menulis makalah. Kita menghindari sikap seperti itu, karena adanya dorongan moral hal tersebut buruk dan tidak jujur. Sementara *traditional-action* merupakan tindakan yang ditentukan atau dimotivasi oleh kebiasaan. Sementara *affectual action* merupakan tindakan yang dibentuk oleh emosi dalam merespon situasi.

⁹² Frank J. Lechner dalam James A. Beckford dan N.J. Demerath (ed.). *Rational Choice and Religion Economies. Handbook of The Sociology of Religion*. (New York: Sage Publishing, 2006)., hlm. 3.

Teori pilihan rasional atau *rational choice theory*, seperti yang ditegaskan oleh Debra Satz dan John Ferejohn (1994), telah menjadi teori yang penting dan memainkan fungsi yang tak kalah pentingnya dibanding teori rasionalitas weberian, terutama dalam ilmu sosial.⁹³ Teori pilihan rasional, dianggap oleh filosof dan ilmuwan sosial sebagai teori yang konfrehensif karena ia telah menyatukan dua kutub, yakni kutub individualisme dan psikologosime dalam memahami perilaku atau pilihan individu. Secara psikologis, teori pilihan rasional dikembangkan dari asumsi bahwa perilaku seseorang sepenuhnya persoalan mental.⁹⁴ Pilihan atau tindakan seseorang dianggap sebagai refleksi dari *preferensi* dan kepercayaan yang sudah terinstitusionalisasi dengan baik dan kuat di dalam dirinya. Sementara dari mashab individualisme, teori pilihan rasional mempertimbangkan asumsi dimana hanya individu lah memiliki *preferensi*.⁹⁵ Dalam perkembangannya, teori pilihan rasional melakukan integrasi asumsi psikologis dan individualistik terhadap perilaku manusia. Pada tataran praksis, perilaku manusia dijelaskan atau dieksplanasikan dalam *term* mental—*desires* dan *beliefs*, terutama dari komponen individual dan interaksinya. Hanya saja, tidak terlalu umum teori pilihan rasional diaplikasikan atau menggunakan metodologi individualis.

Diamati dari pendekatan, atau struktur analisis yang seringkali dioperasikan dalam teori pilihan rasional, maka teori tersebut tampaknya lebih dominan mengaplikasi asumsi-asumsi psikologis dalam menjelaskan pilihan atau perilaku individu.⁹⁶ Namun itu juga tidak terlalu konsisten. Terkadang asumsi-asumsi yang dikembangkan dalam teori pilihan rasional juga bersipat non-psikologis. Hal ini terbukti dari penegasan asumsi bahwa tindakan manusia sesungguhnya bersipat psikologis dan individualis sekaligus.⁹⁷ Dalam konteks itu kemudian Satz dan Ferejohn memahami epistemologi teori pilihan rasional ke dalam dua bentuk. *Pertama*, eksplanasi pilihan rasional berasal dari eksplanasi-psikologis. *Kedua*, bahwa penjelasan pilihan rasional juga berasal dari *feature* agensi. Sederhananya, jika dua hal itu diintegrasikan maka akan melahirkan asumsi bahwa perilaku individu sebagai seorang aktor ekonomi adalah produk dari *preference* yang didasarkan pada posisinya di dalam struktur sosial.⁹⁸ Dalam konteks, teori pilihan rasional akan kuat ketika teori ini digunakan menganalisis perilaku pilihan politik serta perilaku kompetitor industrial.⁹⁹ Namun tidak sedikit juga yang menggunakan teori pilihan rasional untuk menjelaskan perilaku konsumen. Dinamika atau perbedaan dalam memaknai asumsi teori pilihan rasional sesungguhnya disebabkan oleh epistemologi-aksiomatik yang mendasarinya, yakni psikologi dan metodologi individualisme yang diinspirasi oleh Max Weber. Hal tersebut jika diurai lebih dalam, akan terlihat dari beberapa aspek. *Pertama*, “the receive view”. Umumnya untuk menafsirkan teori pilihan rasional secara psikologis, maka diperlukan penyelidikan mendalam terhadap mekanisme individu dalam memuaskan diri berdasarkan preferensi yang ada. Hanya saja model ini menghasilkan pemahaman yang bersipat formal dan dangkal terhadap konsepsi rasionalitas

⁹³ Debra Satz, John Ferejohn. *Rational Choice and Social Theory*. The Journal of Philosophy, Vol. 91, No. 2: February-1994., hlm. 71.

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ *Ibid.*

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ *Ibid.*, hlm. 72.

⁹⁹ *Ibid.*

individu.¹⁰⁰ Biasanya, teori pilihan rasional semacam itu seringkali diungkapkan dengan matematika-formal terhadap *agent's preference*.¹⁰¹ Pengungkapannya membuat penyelidikan secara mendalam terhadap konten preferensi menjadi tidak relevan. Ada dua poin penting terkait penafsiran teori pilihan rasional melalui perspektif psikologis: 1) teori pilihan rasional terlihat sebagai pemaparan terhadap *inside-reason*. Pemaparan tersebut seringkali disebut dengan *internalist interpretation* dari teori pilihan rasional. Dari penafsiran tersebut, entitas mental seperti preferensi dan kepercayaan atau *beliefs* dianggap berkorelasi dengan pilihan.¹⁰² Nalarnya adalah ketika seseorang memilih x ketimbang y , maka x dipercaya sebagai produk dari preferensinya. 2) pilihan rasional merupakan hal yang normatif.¹⁰³

Dianggap normatif, karena perilaku individu merupakan instrumen untuk mencapai atau mewujudkan tujuannya.¹⁰⁴ Jika demikian, maka pilihan individu sesungguhnya tunduk pada moral dan *prudential scrutiny* atau hitung-hitungan yang cerma dan hati-hati.¹⁰⁵ Agaknya tidak berlebihan jika dipahami bahwa pilihan sesungguhnya berdiri di atas hubungan antara norma-maksimalisasi dengan *belief* dan preferensi individu. Dalam konteks ini kemudian dewasa ini bermunculan gerakan untuk membantah, atau sekadar peralihan pendekatan dari psikologis ke normatif dalam mengembangkan teori pilihan rasional. Hal itu terjadi karena sebagian ilmuwan sosial menganggap mekanisme psikologis tidak terlalu memadai untuk menjelaskan pilihan individu.¹⁰⁶ *Kedua*, “the limited autonomy of rational-choice theory from psychology.”¹⁰⁷ Bentuk kedua dari penjelasan yang sering digunakan dalam teori pilihan rasional adalah *radical externalism* (baca; *behaviorism*) dan yang lainnya *moderate externalism*.¹⁰⁸ Penafsiran *radical externalism* menyangkal bahwa eksistensi sama dengan *the causal efficacy of mental states*. Mereka menafsirkan bahwa preferensi secara behavioralisti, sebagai pilihan.¹⁰⁹ Sehingga, secara teoritis persoalan mental seutuhnya produk dari perilaku manusia, atau *calculating devices* yang membantu meramalkan perilaku manusia.¹¹⁰ Satz dan Ferejonh lebih sependapat dengan *radical externalist*, dimana rasionalitas-formal mengartikan perilaku aktor atau agen merupakan *explicable* atau hal yang dapat diterangkan selama aktor tersebut memaksimalkan preferensinya.¹¹¹ Dalam konteks ini, formal-rasionalitas lebih konsisten dalam mengartikan bahwa tindakan manusia linier dengan *goal seeking*, atau berorientasi pada tujuan.¹¹²

Tesis di atas mendorong keyakinan ilmiah bahwa tindakan manusia bukan persoalan mengapa mereka berperilaku sedemikian rupa? Bukan pula soal, apa nalar yang ada dibalik tindakannya? Persoalannya terletak pada tindakan manusia yang seutuhnya dapat dideskripsikan selama tindakan itu memiliki *reason*, dan selama

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ *Ibid.*, hlm. 73.

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ *Ibid.*

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ *Ibid.*, hlm. 74.

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ *Ibid.*, hlm. 75.

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Ibid.*

tindakan tersebut diarahkan serta dibentuk oleh *tujuan* atau *goal-directed*.¹¹³ Dalam pemaknaan lainnya, Amos Tversky dan Daniel Kahneman melalui artikelnya *Rational Choice and The Framing of Decision* (1998) telah mengali akar analisis terhadap pilihan atau keputusan manusia. Menurut keduanya, teori modern terkait keputusan yang dipilih individu ketika berhadapan dengan resiko sesungguhnya lebih tampak sebagai hal yang berasal dari *the logical analysis of games of chance* ketimbang sebuah *psychological analysis of risk and value*.¹¹⁴ Jika demikian, Tversky dan Kahneman agaknya lebih menyukai pendekatan normatif dalam mengembangkan teori pilihan rasional. Mengapa demikian?

Menggunakan analisis normatif, tulis Tversky dan Kahneman, membantu untuk memprediksi serta menjelaskan perilaku aktual dan tesis ini dapat dipertahankan dengan beberapa argumentasi. *Pertama*, umumnya manusia berpikir secara efektif dalam mencapai tujuan mereka tatkala mereka dibekali oleh insentif dan peluang untuk belajar dari pengalaman. Proses tersebut dianggap hal yang *reasonable*, dan menjadi fondasi dari asumsi bahwa manusia selalu berusaha memaksimalkan utilitas. *Kedua*, kompetisi seutuhnya mendukung individu atau organisasi memutuskan pilihan yang rasional. Dalam hubungannya dengan itu, keputusan optimal yang dipilih akan meningkatkan kesempatan bertahan yang lebih besar dalam sebuah kompetisi. Dalam konteks yang sama, individu rasional terkadang memperdayakan rasionalitas yang dimiliki untuk menaklukkan pasar. *Ketiga*, aksioma teori pilihan rasional membuat pilihan seorang individu terlihat masuk akal.¹¹⁵ Kahneman menegaskan bahwa pilihan logis tidak menyediakan fondasi yang memadai untuk mendeskripsikan teori pembuatan keputusan individu.¹¹⁶ Pandangan tersebut mendorong Kahneman dan Tversky memaparkan hirarki dari *normative rules*, yang diduga dapat memahami pilihan individu.

Pencapaian prestisius teori modern terkait pilihan keputusan individu tatkala berhadapan dengan risiko adalah memasukan aksioma utilitas sebagai prinsip utama dari pilihan rasional.¹¹⁷ Aksioma utilitas tersebut melahirkan 4 (empat) asumsi penting, yakni: *cancellation*, *transitivity*, *dominance* dan *invariance*.¹¹⁸ Lantas, apa makna 4 (empat) konsep penting tersebut. *Pertama*, “cancellation” merupakan aspek kualitatif yang membantu untuk mengembangkan utilitas teori. Ia, secara sederhana diartikan sebagai hal yang memungkinkan individu mengeleminasi berbagai pilihan, lalu memutuskan hanya satu pilihan saja.¹¹⁹ Proposisi sederhana untuk menggambarkan makna *cancellation* ialah: “..jika A lebih mungkin dipilih ketimbang B, meskipun antara A dan B memiliki kesulitan yang sama untuk dipilih karena situasi tertentu.”¹²⁰ Ini menegaskan bahwa *cancellation* merupakan hal penting untuk merepresentasikan preferensi dari dua hal yang sama prospeknya sebagai unsur yang setara untuk memaksimalkan utilitas.¹²¹ *Kedua*, “transitivity”: sebuah asumsi dasar bagi pilihan terhadap hal yang beresiko ataupun yang kurang beresiko. Transitivitas adalah hal

¹¹³ *Ibid.*

¹¹⁴ Amos Tversky, & Daniel Kahneman. *Rational Choice Theory and the Framing of Decision*. The Journal of Business, Vol. 59, No. 4: October-1986., hlm. 251.

¹¹⁵ *Ibid.*, hlm. 251-252.

¹¹⁶ *Ibid.*

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ *Ibid.*

¹²⁰ *Ibid.*

¹²¹ *Ibid.*

penting dan mampu merepresentasikan preferensi melalui utilitas ordinal seperti bahwa A lebih dipilih ketimbang B meskipun A lebih berisiko dari B.¹²² Ini dapat diartikan bahwa pilihan terhadap A, sesungguhnya tidak tergantung pada opsi dan variabel lainnya. *Ketiga*, “dominance”: ini barangkali prinsip yang paling jelas dari pilihan rasional. Karena jika satu pilihan lebih baik dari yang lain, maka saat itulah pilihan akan diputuskan.¹²³ Kondisi tersebut sering pula disebut dengan *stochastic dominance*¹²⁴. *Keempat*, “invariance”: merupakan satu kondisi penting bagi teori pilihan dan ia merupakan status normatif dari satu pilihan.¹²⁵ Perbedaan representasi dari pilihan yang sama barangkali dapat menghasilkan preferensi yang sama.

Empat prinsip yang telah didalami di atas menjadikan teori utilitas dapat didekati secara normatif.¹²⁶ Adapun prinsip *invariance* dan *dominance*, keduanya terlihat esensial. Sementara *transitivity* masih dipertanyakan, bahkan tak kalah ironisnya prinsip *cancellation* seringkali ditolak oleh banyak pengarang.¹²⁷ Maklum jika kemudian Allais (1953) dan Ellsberg (1961) menyerukan kepada teoris untuk menghindari *cancellation*,¹²⁸ terutama dalam menjelaskan perilaku manusia. Terlepas dari perdebatan tersebut, lantas masih adakah penjelasan terkait subtansi teori pilihan rasional? Dalam perkembangannya, teori pilihan rasional menuai banyak penentangan. Mulai dari kulturalis dan strukturalis, keduanya sama-sama bersinggungan dalam menunjukkan kelemahan teori pilihan rasional.¹²⁹ Namun hal itu tidak lantas menggugurkan kemampuan, dan kelayakan teori pilihan rasional sebagai sebuah teori.

Andrew Schotter (2006) telah mempublikasikan satu artikel *Strong and Wrong: The Use of Rational Choice Theory in Experimental Economics*, dengan tujuan mengurai kelebihan juga kelemahan teori pilihan rasional tatkala diterapkan pada ekonomi-eksperimental. Menurutnya, selama ini teori pilihan rasional disalah tafsirkan sebagai deskripsi-positif. Padahal teori tersebut lebih tampak sebagai panduan bagi ilmu sosial-eksperimental yang mampu memetakan *properti* perilaku individual.¹³⁰ Ini menegaskan bahwa ada perdebatan epistemologis dalam memahami aplikasi teori pilihan rasional. Bagaimana sesungguhnya perdebatan tersebut? Apa yang sesungguhnya menjadi fondasi sehingga perdebatan tersebut muncul ke permukaan? Perbedaan dalam memahami teori pilihan rasional seutuhnya didasarkan pada

¹²² *Ibid.*, hlm. 253.

¹²³ *Ibid.*

¹²⁴ Kahneman mengilustrasikan prinsip *dominance*, dimana jika A lebih dipilih ketimbang B tatkala distribusi kumulatif A merupakan distribusi kumulatif B. Demikian, dapat dipahami bahwa *dominance* sebagai sebuah prinsip lebih sederhana dan juga lebih kuat ketimbang *cancellation* dan *transitivity*. Dan itu memungkinkan diterapkannya aspek normatif dalam teori pilihan sosial. *Ibid.*, hlm. 253.

¹²⁵ *Ibid.*

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ *Ibid.*

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ Ada 3 (tiga) fase perkembangan teori pilihan rasional, dan menyakinkan para penentang teori pilihan rasional. 1) Pada masa-masa awal, ketika paradigma teori pilihan rasional tengah gencar dikembangkan, kalangan rasionalis melihat bahwa pilihan rasional dianggap sebagai teori yang secara alternatif dapat menjelaskan “the world”. Anthony Down (1957), Mancur Olson (1971), merupakan tokoh-tokoh yang memperkenalkan serta mengembangkan *the spatial theory of voting*; dan *of collective action theory*. Bermuara juga ke teori pilihan rasional melalui tabel ilmu politik. Lihat dalam Mark Irving Lichbach. *Is Rational Choice Theory All of Social Science?* (Michigan: The University of Michigan Press, 2003), hlm. 3.

¹³⁰ Andrew Schotter. *Strong and Wrong: The Use of Rational Choice Theory in Experimental Economics*. *Journal of Theoretical Politics*, Vol. 18, No.4: 2006., hlm. 498.

diffrensiasi asumsi yang dirumuskan kemudian digunakan untuk menjelaskan perilaku dan pilihan individu.

Dalam perkembangannya, differensiasi asumsi yang dioperasikan dalam teori pilihan akhirnya mendorong terjadinya krisis kepercayaan terhadap model yang diproduksi dari teori pilihan rasional. Andrew Scotter menegaskan bahwa terkadang banyak orang dibingungkan oleh metodologi pilihan rasional, terutama tatkala mereka percaya asumsi dan metodologi tersebut benar-benar handal untuk menjelaskan perilaku manusia.¹³¹ Keraguan semacam itu dapat dimaklumi. Hanya saja hal itu tidak berlaku pada sarjana yang berpikir matang, mereka memahami bahwa keraguan itu tak punya dasar. Asumsi serta metodologi dari teori pilihan rasional sesungguhnya didasarkan pada fondasi yang sangat absah dan valid.¹³² Keyakinan ilmiah tersebut menjadikan teori pilihan rasional dianggap mampu menjelaskan, bahkan meramalkan perilaku manusia.¹³³ Hanya saja Andrew Scotter menegaskan bahwa teori pilihan rasional sesungguhnya tidak menyediakan kepada peneliti satu kebenaran absolut terkait perilaku manusia. Hanya saja teori tersebut menyediakan kerangka terbaik untuk melihat kebenaran.¹³⁴

Sependapat dengan Andrew Scotter, bahwa Reinhard Selten pernah menegaskan bahwa teori pilihan rasional merupakan alat untuk membuktikan teorema tentang apakah individu rasional akan melakukan tindakan yang sesuai dengan situasi hipotetikal atau *hypothetical situations*.¹³⁵ Andrew Scotter membangun satu keyakinan ilmiah yang kuat melalui teori pilihan rasional. Ia berkeyakinan bahwa model pilihan rasional merupakan metode terbaik untuk memahami hubungan antara teori rasionalitas terhadap perilaku manusia sebagai fakta empiris.¹³⁶ Meskipun keyakinan Scotter begitu kuat terhadap teori pilihan rasional, Niels Bohr justru berpikir sebaliknya. Bohr membantah pandangan Scotter. Ia menyatakan bahwa teori pilihan rasional hanyalah sebuah instrumen untuk mengklarifikasi statement, dan ia sendiri bukanlah alat untuk memprediksi perilaku.¹³⁷ Perdebatan yang begitu tajam tersebut, memancing pertanyaan “satir”: meskipun banyak keraguan yang bermunculan terhadap teori pilihan rasional, lantas mengapa masih saja teori tersebut digandrungi oleh banyak sarjana untuk mencari kebenaran?¹³⁸

Andrew Scotter menegaskan bahwa hal itu sesungguhnya lebih disebabkan oleh teori pilihan rasional merupakan satu teori yang kuat. Ia merupakan salah satu instrumen yang kapabel untuk melakukan prediksi.¹³⁹ Meskipun demikian, perlu digarisbawahi bahwa teori pilihan rasional hanya mampu menjadi instrumen yang handal tatkala objek atau dunia yang diklarifikasi melalui teori pilihan rasional adalah realitas yang akurat sesuai dengan karakter dan identitas teori pilihan rasional. Namun, teori tersebut tidak dikonstruksi untuk membuktikan perilaku reguler pada dunia ril melainkan ia hanya mengarisbawahi tipe-tipe dunia yang membutuhkan penjelasan teori pilihan rasional.¹⁴⁰ Dari berbagai uraian teoritik—rasionalita weberian

¹³¹ *Ibid.*, hlm. 500.

¹³² *Ibid.*

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.*

¹³⁶ *Ibid.*

¹³⁷ *Ibid.*

¹³⁸ *Ibid.*

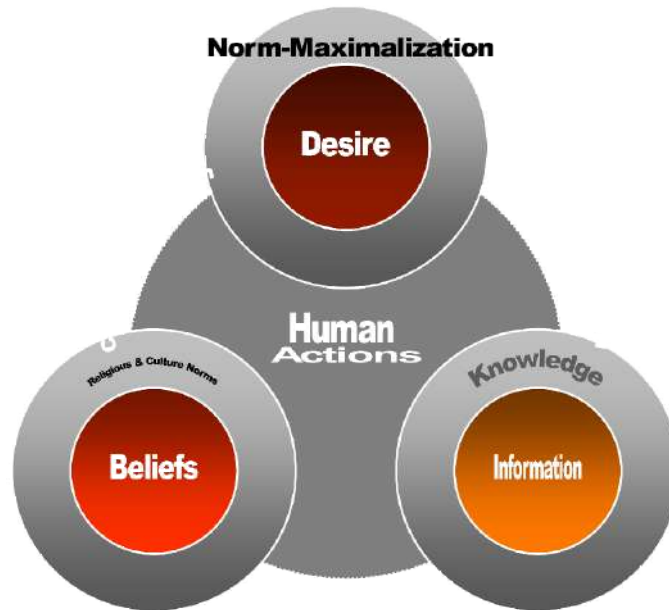
¹³⁹ *Ibid.*, hlm. 501.

¹⁴⁰ *Ibid.*

dan teori pilihan rasional, variabel dan indikator seperti yang dapat dikatalisasikan untuk menjelaskan perilaku dan pilihan manusia?

Diagram 2.3

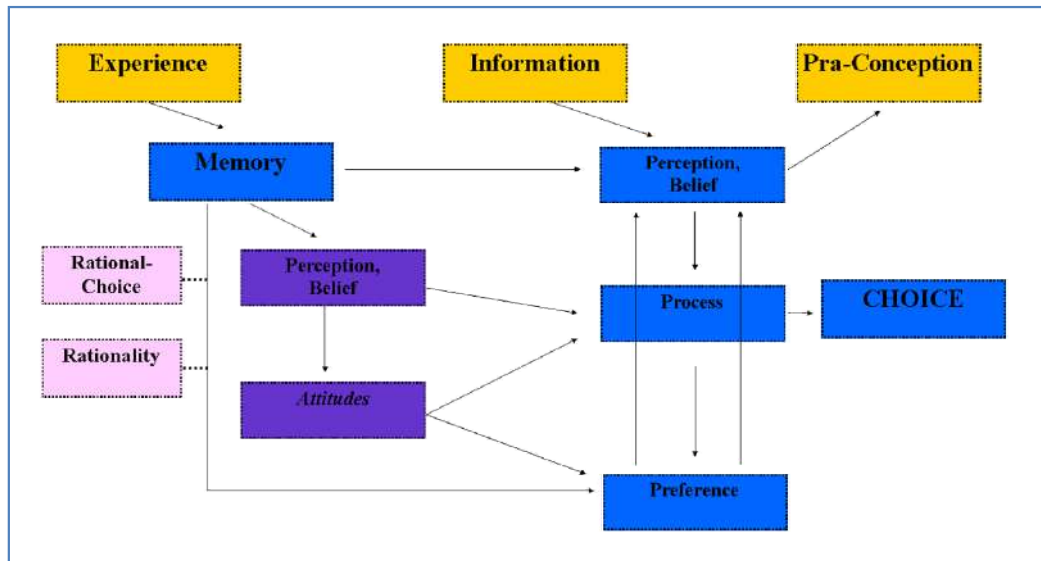
The Element of Human Action



Sumber: diolah dari berbagai sumber

Diagram 2.3 di atas menginformasikan bahwa tindakan manusia dikonstruksi minimalnya oleh 3 (tiga), yakni kepercayaan; *desire*; dan informasi. Masing-masing element memiliki komponen yang lebih spesifik. Misalnya, *beliefs* atau kepercayaan sesungguhnya adalah refleksi dari norma kultural dan agama. Sementara informasi merupakan produk dari pengetahuan manusia. Sedangkan *desire* atau hasrat adalah pantulan dari *norms-maximalization*. Ketiga komponen tersebut kemudian yang menentukan tipologi perilaku manusia. Ilustrasi sederhana: jika perilaku individu lebih dominan dipengaruhi oleh *belief*, maka perilaku tersebut cenderung diartikan sebagai tindakan non-rasional. Sebaliknya, jika satu tindakan adalah refleksi dari norma-maksimalisasi dan didasarkan pada fondasi pengetahuan yang logis, maka seringkali perilaku semacam itu ditenggarai sebagai tindakan rasional. Terkait hal tersebut, agaknya dapat dimaklumi jika kemudian Max Weber membedakan tindakan sosial ke dalam: 1) tindakan tradisional: tindakan yang sepenuhnya dikonstruksi oleh kebiasaan; 2) tindakan affektual, yakni perilaku yang merupakan ekspresi dari emosi, misalnya menangis tatkala kematian; 3) *value-rational action*: tindakan yang didasarkan pada sebuah tujuan dan sepenuhnya tergantung pada keinginan individu, seperti sholat berjamaah untuk mendapatkan pahala kemudian masuk surga; dan 4) *instrumentally-rational action*: ini adalah bentuk tertinggi dari tindakan rasional dimana individu memperhitungkan atau mengkalkulasi pilihan yang paling efisien untuk mencapai satu tujuan. Lantas, bagaimana ilustrasi dari proses pilihan individu?

Diagram 2.4
Proses Pilihan Individu



Proses pilihan yang diurai pada diagram 2.4 di atas merupakan produk dari teori pilihan rasional dan teori rasionalitas weberian. Dua teori ini telah agaknya disatukan oleh aksioma yang sama dalam menjelaskan pilihan manusia. Aksioma tersebut meletakkan pilihan sebagai produk dari jejaring yang kompleks. Pilihan manusia adalah produk akhir dari berbagai komponen utama, seperti persepsi-kepercayaan; proses dan preferensi. Namun kepercayaan, dan preferensi bukanlah kekuatan awal, melainkan masih ada memori yang merupakan produk dari pengalaman manusia. Pengalam tersebutlah kemudian yang membentuk persepsi, serta munculnya kepercayaan serta *attitude* yang khas dalam diri manusia. Lantas, apakah proses pilihan individu tersebut juga berlaku pada level mikro-ekonomi yakni konsumsi? Menjawab pertanyaan yang bersipat epistemologi, dan aksiologis sekaligus tersebut agaknya perlu memahami perilaku konsumen secara umum, sehingga ditemukan nalar-nalar yang tersembunyi dibalik perilaku konsumsi seorang manusia.

2.2. PERILAKU KONSUMEN:

Perspektif Teori Pilihan Konsumen dan *Shopping Preference Theory*

Bagaimana harga, pendapatan, dan preferensi mempengaruhi pilihan konsumen? Pertanyaan tersebut hanya dapat dijawab melalui kajian pendahuluan terhadap teori pilihan konsumen. Karena kegunaan dari teori pilihan konsumen adalah untuk menjelaskan mengapa kurva permintaan *slope*-nya bersipat *downward*. Namun sebelum mengurai teori pilihan rasional tersebut, agaknya perlu memahami karakteristik perilaku konsumen. Gordon R. Foxall (2005) melalui karyanya *Understanding Consumer Choice*, telah mengurai perilaku konsumen agak lebih detail. Foxall menegaskan bahwa perilaku konsumen adalah yang sangat kompleks, dan luas. Tidak hanya aktivitas membeli, tetapi semua aktivitas yang merupakan produk dari pembeli, *ex-buyers* dan *potential buyers*—dari *prepurchase deliberation* ke *postpurchase evaluation* dan dari *continued*

consumption ke *discontinuance*.¹⁴¹ Perilaku konsumen berkembang dari *awareness of a want*, melalui pencarian terhadap kemungkinan (baca; *possibility*) memuaskan keinginan dan memaksimalkan utilitas.¹⁴² Hal itu mengandaikan satu pemahaman bahwa perilaku konsumen seutuhnya bersipat psikologis. Dalam perkembangannya, isu-isu *goal-oriented reception; encoding; representation; dan process of information*, seringkali dinisbahkan ke dalam pendekatan psikologis. Namun benarkah demikian adanya, bahwa perilaku konsumen hanya persoalan psikologi-sosial?

Gordon R. Foxall menyebutkan bahwa perilaku konsumen seringkali dimodelkan sebagai proses kognitif—sebuah rangkaian pemikiran intelektual, evaluasi (*evaluating*), dan memutuskan (*deciding*).¹⁴³ Ini mengandaikan bahwa ada banyak aspek yang membentuk pilihan, yakni: *acquiring information*—baik dari iklan, sales-person, placing an order, dan penggunaan produk terpilih.¹⁴⁴ Pertanyaannya, apakah pilihan konsumen tersebut independen dan berdiri secara tunggal. Meminjam pandangan Foxall bahwa pilihan konsumen juga dapat diartikan sebagai produk dari stimuli dari lingkungan dalam bentuk pesan pemasaran dan pembicaraan dengan kolega serta lain sebagainya.¹⁴⁵ Jika pilihan konsumen dipahami dalam konteks Foxall ini, maka jelaslah kemudian bahwa perilaku konsumen adalah domain psikologi sosial. Namun tentunya masih ada perspektif lain, untuk menjelaskan dimensi pilihan konsumen. Dan itu adalah perspektif sosiologi ekonomi dan antropologi ekonomi. Keduanya, memberikan ‘warna’ lain dalam memahami perilaku konsumen.

Ada banyak sosiolog yang tertarik dengan isu perilaku konsumen. Mereka kemudian *concern* dan menghabiskan banyak energi untuk mengkaji isu-isu konsumsi. Produk kajian tersebut tentu saja teori dan asumsi yang berada di balik teori terkait perilaku konsumsi. Dalam perkembangannya, sosiolog *concern* mengkaji konsumsi melalui analisis yang mendalam terhadap proses ekonomi, produksi dan distribusi.¹⁴⁶ Statemen yang seringkali muncul terkait konsumsi, dan dikemukakan oleh sosiolog adalah bahwa konsumsi dalam masyarakat kapitalisme tidak hanya didasarkan pada hasrat konsumen untuk memaksimalkan utilitas, tetapi menjadi mekanisme bagi kapitalis untuk meningkatkan profit.¹⁴⁷ Viviana Zelizer melalui tulisannya *Culture and Consumption*, menegaskan konsumsi dan budaya yang menjadi fondasinya merupakan konstruksi dari narasi besar, yakni struktur kapitalisme. Tidak berlebihan jika sepanjang tahun 1960-an perencanaan ekonomi amerika mengajarkan bahwa mall dan hypermarket dapat dijadikan solusi bagi anomie yang diderita oleh masyarakat urban.¹⁴⁸ Anomie disini tentu berkorelasi dengan keinginan masyarakat urban berupa tingkat konsumsi yang tinggi namun tidak banyak waktu (*leisure time*) yang dapat mereka sediakan untuk membeli kebutuhan mereka. Dalam konteks ini kemudian yang menjadi fondasi oleh banyak sarjana sosial untuk mengatakan bahwa konsumsi

¹⁴¹ Gordon R. Foxall. *Understanding Consumer Choice*. (New York: Palgrave MacMillan, 2005), hlm. 15.

¹⁴² *Ibid.*

¹⁴³ *Ibid.*

¹⁴⁴ *Ibid.*

¹⁴⁵ *Ibid.*

¹⁴⁶ Richard Swedberg. *Principles of Economic Sociology*. (New Jersey: Princenton University Press, 2003), hlm. 249.

¹⁴⁷ *Ibid.*

¹⁴⁸ Neil J. Smelser. *Log. Cit.*, hlm. 331.

lah sesungguhnya yang menjadi fondasi dari sistem kapitalisme, serta masyarakat hypermarket.

Berbeda dengan sosiolog, para ekonom mengasumsikan bahwa individu, entah siapapun itu, cenderung memaksimalkan utilitas dengan preferensi yang sangat tergantung pada konteks dan kondisi barang dan jasa yang dikonsumsi.¹⁴⁹ Sutti Ortiz melalui artikelnya *Decisions and Choices: The Rationality of Economic Actors*, menegaskan bahwa asumsi ekonom, sosiolog, dan antropolog terhadap isu-isu ekonomi, termasuk perilaku konsumen sangat berbeda adanya. Terkait isu misalnya, jika para ekonom tertarik mempersoalkan bagaimana pasar menentukan perilaku memaksimalkan profit para aktor ekonomi. Tetapi antropolog lebih tertarik mengeksplorasi bagaimana persepsi para aktor, relasi sosial, dan tanggung-jawab mempengaruhi keputusan ekonomi para aktor.¹⁵⁰ Dalam kaitannya dengan konsumsi, agaknya dapat ditegaskan bahwa perilaku konsumsi bukanlah hal yang bersipat *singular*, atau tunggal melainkan ia merupakan produk dari relasi-relasi yang ada disekitar aktor atau konsumen.

Jika diasumsikan bahwa perilaku konsumen adalah hal yang bersipat kompleks dan ia adalah produk dari relasi-relasi sosial, ekonomi dan agama. Maka dapat ditarik benang merah, bahwa perilaku konsumsi tersebut adalah refleksi dari preferensi aktor ekonomi. Pertanyaannya adalah: “bagaimana sesungguhnya proses terbentuknya preferensi? Bagaimana pula preferensi tersebut membentuk perilaku konsumsi?” Ortiz, mengutip tesis Bardhan dan Udry, mengetengahkan asumsi bahwa prinsip *maximisation* harus dipertimbangkan sebagai hal yang heuristik dalam perilaku konsumsi individu.¹⁵¹ Prinsip itu seringkali disebut oleh sosiolog dengan ‘*norm-maximalizatio*’: sebuah norma yang menjadi fondasi di balik tindakan rasional individu. Tentu saja, norma tersebut juga menjadi penentu perilaku konsumsi. Lantas, apakah setiap perilaku konsumsi dapat disebut rasional? Apakah tidak ada kategori lain diluar perilaku konsumsi yang rasional?

Antropolog mengakui bahwa tidak hanya aksioma atau norma-maksimalisasi yang menentukan keputusan ekonomi individu. Tetapi budaya dan relasi sosial sesungguhnya turut dan secara kuat juga menentukan proses keputusan ekonomi, tidak terkecuali keputusan konsumen.¹⁵² Mayer dan Glave (1999) mengilustrasikan asumsi tersebut dimana petani Peruvian selalu mengevaluasi profit dan kerugian melalui perhitungan sederhana tetapi cermat terhadap *cash-out* dan *cash-in flow*, serta mengabaikan *household inputs* dan *family labor*.¹⁵³ Sementara itu Appadurai (1991) memperlihatkan bahwa keputusan terhadap makanan oleh perempuan indian sepenuhnya dibuat sebagai bagian penting dari keputusan kelas lainnya.¹⁵⁴ Ini menegaskan bahwa keputusan ekonomi aktor, sepenuhnya dibangun dari adanya relasi sosial dan fondasi budaya, bahkan juga agama. Namun dalam perkembangannya, para antropolog mengembangkan keputusan ekonomi para aktor dari sekadar melihat hubungannya dengan relasi sosial menjadi perhatian yang mendalam bagaimana kekuasaan dan kondisi sosial membantu individu atau aktor

¹⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 332.

¹⁵⁰ Sutti Ortiz dalam James G. Carrier (ed.). *A Handbook of Economic Anthropology*. (Cheltenham: Edward Elgar, 2005), hlm. 59.

¹⁵¹ *Ibid.*, hlm. 66.

¹⁵² *Ibid.*, hlm. 67.

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ *Ibid.*

ekonomi mendefinisikan pilihan.¹⁵⁵ Berbeda kemudian dengan para psikolog, yang lebih cenderung *concern* pada isu bagaimana keputusan dibuat. Mereka mengkaji bagaimana individu menyederhanakan informasi mengikuti preferensi mereka dan bagaimana mereka mengevaluasi *the uncertain outcomes* berdasarkan pengalaman yang telah ada.¹⁵⁶

Gladwin (1980) telah mengeksplorasi ‘keputusan memanen’ para petani Guatemala dengan mengunkan paradigma proses-informasi versi Tverski dan Kahneman.¹⁵⁷ Dari interview mendalam yang dilakukan oleh Gladwin dipahami bahwa petani Guatemala memutuskan waktu panen tidak semata-mata berdasarkan pengalaman, tetapi juga informasi dari agen atau aktor-aktor yang dianggap pakar dan berpengalaman. Dari informasi tersebut, para petani mengerti banyak tentang *demand, suitability of crop*, kondisi iklim, variasi lahan, waktu dan kebutuhan tenaga kerja tatkala panen.¹⁵⁸ Ilustrasi ini kemudian menegaskan adanya relasi sosial terhadap keputusan ekonomi yang diambil para aktor. Hal itu semangkin menguatkan bahwa perilaku konsumsi sesungguhnya bukannya persoalan ‘*norm-maximalization*’, tetapi lebih kompleks lagi ia juga menyangkut persoalan sistem preferensi yang di dalamnya memuat agama, sosial, budaya dan ekonomi. Mengapa diasumsikan demikian?

Perilaku konsumen hakikatnya adalah pilihan konsumen terhadap produk yang akan dikonsumsi. Pilihan sebagai sebuah isu dalam ilmu sosial adalah yang *debatable*—seringkali diperdebatkan. Tetapi justru dengan perdebatan itu, asumsi terhadap pilihan manusia semangkin kompleks dan luas. Justin A. Elardo dan Al Campbell telah mengurai perdebatan terkait pilihan dalam artikel yang kemudian dipublikasi, *Choice and The Substantivist/Formalist Debate: A Formal Presentation of Three Substantivist Criticism*. Keduanya menjelaskan bahwa perdebatan antara kelompok substantif dan formalis terkait pilihan sudah berlangsung cukup lama, yakni sejak 1960an.¹⁵⁹ Perdebatan tersebut pecah ketika kalangan substantif menolak universalitas ekonomi neoklasik yang mengasumsikan pilihan manusia di bawah isolasi kelangkaan; *selfish nature* dan norma maksimalisasi.¹⁶⁰ Sementara kalangan formalis, bersikukuh bahwa pilihan akan lebih efektif dioperasikan di bawah asumsi *scarcity*, atau kelangkaan. Dengan pandangan tersebut, kalangan formalis cenderung melakukan kuantifikasi terhadap pilihan manusia. Pilihan dalam asumsi mereka adalah sesuatu yang dapat diukur, karena ia adalah hal yang empiris dan logis.

Perdebatan antara substantis dan formalis tentang pilihan manusia, termasuk di dalamnya isu terkait pilihan konsumen, menurut Scott Cook (1968) terjadi dalam hal argumentasi dan bukan dalam aspek pemodelan.¹⁶¹ Argumentasi keduanya—formalis dan substantif, didasarkan pada struktur dan karakter dari pilihan manusia. Ketika kalangan substantif lebih *concern* pada *the nature of choice*, maka kalangan formalis lebih tertarik pada proses *the nature of the economic choice*, sehingga memungkinkan untuk dimodelkan secara struktural dan matematis.¹⁶² Dan namun harus diakui bahwa tidak

¹⁵⁵ *Ibid.*

¹⁵⁶ *Ibid.*

¹⁵⁷ *Ibid.*

¹⁵⁸ *Ibid.*

¹⁵⁹ Lihat dalam Donald C. Wood (ed.). *Choice in Economic Contexts: Ethnographic and Theoretical Enquiries*. (Amsterdam: Elsevier, 2007)., hlm. 267.

¹⁶⁰ *Ibid.*

¹⁶¹ *Ibid.*, hlm. 268.

¹⁶² *Ibid.*

semua tipe pilihan ekonomi, termasuk pilihan konsumsi dapat dimodelkan secara matematis.¹⁶³ Dalam konteks itu, agaknya dapat dikemukakan beberapa hal terkait pilihan ekonomi didasarkan pada kritik utama terhadap kalangan formalis (baca; ekonomi neo-klasik), yakni: 1) *economic choice is not necessarily choice making under conditions of scarcity*, 2) *people are not always isolated economic decision-makers: communication and coordination of activities occurs in economic decision-making*; 3) *people are not always selfish economic decision-makers: some economic decisions involve goods consumed by other people*.¹⁶⁴ Tiga kritik utama tersebut bersipat filosofis dan lebih terlihat sebagai aspek aksiologis dari pilihan manusia. Mengapa dimaknai seperti itu?

Kritik pertama dari kalangan substantif bahwa pilihan konsumen sebagai bagian dari pilihan ekonomi bukan hanya persoalan pilihan yang tunduk pada hukum kelangkaan.¹⁶⁵ Kalangan substantif menegaskan bahwa asumsi seperti itu telah mengakibatkan terpisahkan aktivitas ekonomi dari masyarakat.¹⁶⁶ Hal terjadi karena kekhilafan dalam memposisikan “kelangkaan” atau *scarcity* sebagai sesuatu yang universal. Padahal secara praksis, perilaku dan pilihan individu tidak sepenuhnya dibentuk oleh hukum ‘kelangkaan’ atau *scarcity*, serta *norm-maximalization*. Melainkan kekuatan religiusitas, budaya bahkan lingkungan turut menentukan pilihan manusia, termasuk pilihan konsumsi. Dalam konteks itupula antara sosiologi dan ilmu ekonomi berbeda dalam mengasumsikan pilihan. Duesenberry (1960) menegaskan bahwa perbedaan mendasar antara ilmu ekonomi dan sosiologi terlihat kentara. Ilmu ekonomi terkait bagaimana manusia membuat keputusan. Sementara sosiologi, membahas mengapa manusia tidak memiliki pilihan untuk diputuskan.¹⁶⁷ Dapat dimaklumi, jika pada akhirnya antara mashab substantif yang lebih dekat dengan ilmu sosiologi berbeda, bahkan tidak pernah sepakat terhadap asumsi mashab formalis terhadap pilihan manusia. Lantas bagaimana sesungguhnya pilihan tersebut dibentuk?

Memahami pilihan manusia, termasuk pilihan dalam mengkonsumsi agaknya penting mempertimbangkan tesis yang diajukan oleh White bahwa teori bagaimana manusia membuat keputusan atau pilihan ekonomi tanpa melihat ‘interest’ sesungguhnya agak berat, kecuali penyelidik mampu mengatasi pertanyaan utama tentang faktor-faktor yang menentukan apakah pilihan tersedia bagi mereka.¹⁶⁸ Pandangan White ini setidaknya semangkin menguatkan bahwa pandangan serta asumsi terhadap pilihan manusia sangatlah kompleks, dan sangat tergantung pada mashab yang digunakan. Lantas bagaimana sesungguhnya teori perilaku konsumen dapat digunakan untuk menjelaskan pilihan konsumen?

Sesungguhnya ada banyak perspektif dalam memahami konsumsi dan perilaku yang muncul di seputar konsumsi--dari pendekatan psikologi, hingga perspektif postmodernisme. David B. Clarke melalui karyanya *Consumer Society and The Postmodern City*, telah mengurai bagaimana sesungguhnya konsumsi dikonstruksi secara struktural dan kultural. Bauman seperti dikutip oleh Clarke, pernah menegaskan bahwa masyarakat postmodern lebih cenderung merepresentasikan

¹⁶³ *Ibid.*

¹⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 269.

¹⁶⁵ *Ibid.*

¹⁶⁶ *Ibid.*

¹⁶⁷ Michael Chibnik. *Anthropology, Economics, and Choice*. (Austin: University of Texas Press, 2011), hlm. 20.

¹⁶⁸ *Ibid.*

keseharian mereka sebagai konsumen ketimbang sebagai produsen.¹⁶⁹ Dalam konteks yang senada, Baudrillard sebagaimana yang dikutip Clarke bahwa sesungguhnya tidak ada istilah *produktif* atau *unproductive* konsumsi, yang ada hanyalah *reproductive consumption*.¹⁷⁰ Pandangan dua sosiolog tersebut semangkin mengukuhkan bahwa persoalan konsumsi semata-mata bukan hanya persoalan *norm-maximalization*. Melainkan ia melibatkan relasi sosial yang biasanya berbentuk interaksi antara struktur, budaya dan individu sebagai aktor ekonomi. Pada akhirnya konsumsi menjadi ideologi mandiri yang kemudian disebut dengan konsumerisme. Bagaimana hal tersebut dimaknai?

Conrad Lodziak (2002) melalui karyanya *The Myth of Consumerism*, setidaknya telah memaparkan ideologi di balik konsumsi. Lodziak mengetengahkan bahwa ideologi konsumerisme adalah *all consumers have to make choice (a forced freedom); all consumption is symbolic; all consumption involves self-identity*.¹⁷¹ Bagaimana ideologi tersebut dimaknai? Dalam bentuknya yang paling akhir, konsumen memiliki kebebasan. Sehingga kebebasan tersebut menjadikan kegiatan konsumsi melampaui batas-batas alamiah sebagai aktivitas memenuhi kebutuhan *an sich*. Konsumsi merupakan simbol yang memuat identitas diri atau *self-identity*. Ini menjadi ‘signifier’ atau semacam tanda bahwa konsumsi telah melampaui batas-batasnya sebagai sekadar aktivitas ekonomi, menjadi aktivitas budaya sekaligus ideologis. Transformasi semacam ini kemudian yang menarik bagi kalangan post-modernisme memahami konsumsi sebagai fenomena budaya global. Konsumsi dan perilaku di sekitarnya telah menjadi hal yang kompleks, sehingga sulit diurai jika hanya mengandalkan ilmu ekonomi-formal: sebuah pendekatan yang hanya mengandalkan pendekatan matematika-formal untuk mengukur perilaku konsumen. Jika demikian, di samping paradigma post-modernisme, adakah teori yang sederhana menjelaskan perilaku konsumen, sehingga dapat dipahami hubungan antara perilaku konsumen dengan budaya yang membentuknya.

Arjun Chaudhuri (2006) menerbitkan karyanya *Emotion and Reason in Consumer Behaviour*. Bukunya ini agak dapat menjelaskan perilaku konsumen, dan hal-hal yang membentuknya. Arjun memaknai bahwa perilaku konsumen merupakan kajian bagaimana dan mengapa manusia mengkonsumsi satu produk dan jasa.¹⁷² Secara umum, tulis Arjun Chaudhuri, bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh 3 (tiga) hal, yakni: 1) karakter individu; 2) lingkungan yang melingkupi individu; 3) warisan genetik yang menentukan struktur biologi individu.¹⁷³ Jika diurai lebih dalam lagi, karakteristik individu terdiri dari personalitas, persepsi, *attitudes*, kebutuhan, motivasi individual. Sementara lingkungan berupa kultur, subkultur, keluarga, kolega, dan institusi dimana individu tersebut tumbuh. Sedangkan faktor genetik seperti DNA yang menentukan kepribadian individu.¹⁷⁴ Pertanyaannya adalah dalam kondisi seperti apakah emosi dan rasionalitas mempengaruhi atau membentuk perilaku konsumen?

¹⁶⁹ David B. Clarke. *Consumer Society and The Postmodern City*. (London: Routledge, 2003)., hlm. 9.

¹⁷⁰ *Ibid.*

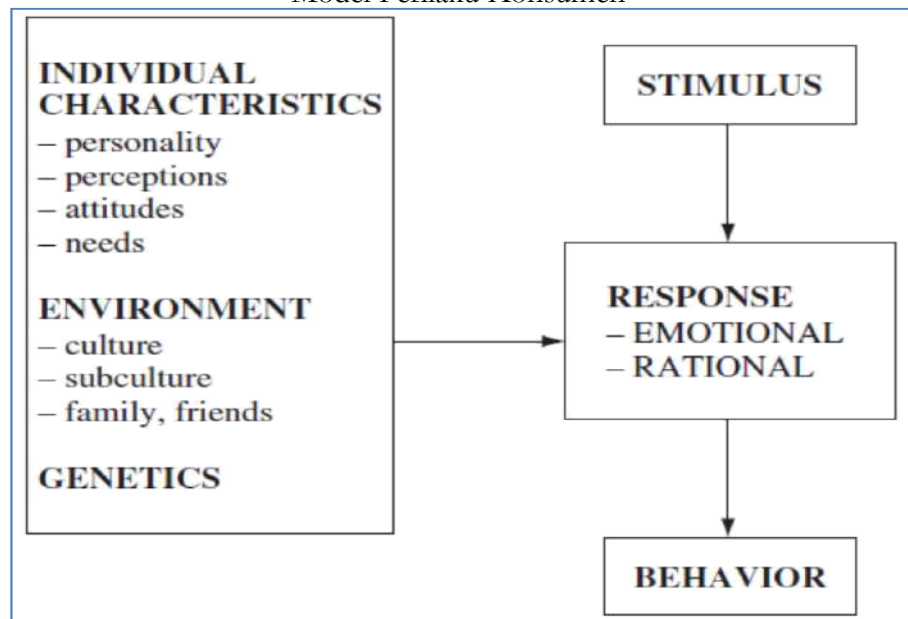
¹⁷¹ Conrad Lodziak. *The Myth of Consumerism*. (London: Pluto Press, 2002)., hlm. 2.

¹⁷² Arjun Chaudhuri. *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. (Amsterdam: Elsevier, 2006)., hlm. 1.

¹⁷³ *Ibid.*

¹⁷⁴ *Ibid.*

Diagram 2.5
Model Perilaku Konsumen¹⁷⁵



3 (tiga) hal yang sudah diurai sebelumnya menjadi faktor penentu dari tipe perilaku konsumen. Dari diagram 2.5 di atas terlihat bahwa emosional dan rasionalitas sesungguhnya berada dalam pikiran individu. Kedua hal itu menentukan respon individu kemudian mewujudkan dalam bentuk perilaku. Diagram di atas juga mempertegas bahwa emosional dan rasionalitas individu sepenuhnya dipengaruhi oleh karakteristik personal; lingkungan dan genetik.¹⁷⁶ Hal lain melengkapi penjelasan model di atas adalah bahwa penafsiran konsumen terhadap iklan sepenuhnya ditentukan oleh persoalan kultural.¹⁷⁷ Itu pula yang menentukan tingkat kepuasan individu dalam mengkonsumsi satu produk atau jasa. Kendati demikian, kultur tentu saja bukan satu-satunya yang paling dominan menentukan pilihan dan perilaku konsumen. Masih ada hal lain tentunya, dan itu adalah *ratiocination* dan *reason*;¹⁷⁸ analisis konsumen serta informasi yang diterima oleh konsumen dan kemudian digunakan untuk mengevaluasi apakah satu produk dan jasa dapat mengoptimalkan kepuasannya. Dalam konteks ini kemudian Belk (1988) menegaskan bahwa: “..we cannot hope to understand consumer behavior without first gaining some understanding of the meaning that consumers attach to possessions.”¹⁷⁹ Tesis Belk tersebut menganjurkan penyelidik yang *concern* terhadap perilaku konsumen untuk memahami secara mendalam terhadap makna yang konsumen sertakan dari setiap perilakunya. Lantas, dimanakah makna tersebut bertempat? Dan bagaimana pula metode memahaminya?

Dua pertanyaan tersebut terkadang sulit dijawab, tetapi mesti dipahami. Tidak sekadar mempertanyakan tetapi pertanyaan semacam itu mendorong penyelidikan akan hakikat dan substansi dari perilaku konsumen. Karenanya, Arjun Chaudhuri (2006) mengurai bahwa *meaning* sejatinya bertempat pada *archetypal construct* dari emosi

¹⁷⁵ *Ibid.*, hlm. 2.

¹⁷⁶ *Ibid.*

¹⁷⁷ *Ibid.*

¹⁷⁸ *Ibid.*

¹⁷⁹ *Ibid.*

dan nalar.¹⁸⁰ Terkadang keduanya dipahami secara terpisah, dan seringkali diposisikan sebagai hal komplementer yang membantu menghasilkan pengetahuan tentang dunia.¹⁸¹ Karena itu, emosi dan nalar dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dihasilkan melalui deskripsi atau diistilahkan dengan *knowledge by acquaintance*—sebuah pengetahuan yang dihasilkan secara cepat dan langsung dari pengalaman subjektif yang dikenal dengan istilah *self-evident*.¹⁸² Meminjam ilustrasi William James (1890): “...*i know the color blue when I see it, and the flavor of a pear when I taste it..but about the inner nature of this factor what makes them what they are I can say nothing at all.*”¹⁸³ Berbeda kemudian dengan pengetahuan melalui deskripsi (baca; *reason*) yang dihasilkan dari interpretasi terhadap data-sensorik dan melibatkan judgment terhadap fenomena.¹⁸⁴

Dalam konteks di atas, Bertrand Russell (1912) mengemukakan: “...*my knowledge of a table as a physical acquaintance with the sense-data that make up the appearance of the table*”,¹⁸⁵ dengan demikian, otak manusia melihat dua hal yang memiliki fungsi berbeda dalam mengetahui sesuatu, yakni: 1) *knowledge by acquaintance (emotion) is the holistic and synthetic integration of sensory data from external and internal bodily environment*; 2) *knowledge by description (reason) is the sequential and analytic process of information based on an appraisal of the environment.*”¹⁸⁶ Perbedaan keduanya sangat mendasar. Emosi melibatkan pengetahuan yang bersumber dari data yang dapat diindera, dan itu bersumber dari lingkungan intenal dan eksternal. Berbeda dengan *reason*, yang merupakan proses analitik terhadap informasi yang kemudian digunakan untuk menilai lingkungan dimana informasi itu bersumber.¹⁸⁷ Lantas, apakah relasi kedua hal tersebut dengan perilaku konsumen?

Arjun Chaudhuri telah menegaskan bahwa emosi dan nalar merupakan cara mengetahui dan memahami realitas. Tetapi keduanya berkerja secara berbeda.¹⁸⁸ Buck (1984) menguatkan bahwa emosi dapat secara spontan dikomunikasi tatkala pesan rasional secara simbolik disampaikan. Demikian, komunikasi dari satu stimulus memiliki dua aspek—spontan dan simbolik.¹⁸⁹ Hal yang bersipat spontan umumnya diartikan sebagai sesuatu yang non-intentional atau otomatis, dan non-proposional. Ia hanya membutuhkan pengetahuan yang relatif dangkal. Pengetahuan yang biasanya diekspresikan melalui *signs* yang dapat mendorong lahirnya apa yang disebut dengan *motivational-emotional*.¹⁹⁰ Berbeda dengan komunikasi simbolik yang secara sosial disebarkan dan mengandung intensi serta bersipat proposional. Ia membutuhkan pengetahuan yang relatif dalam, dan deskriptif. Karena pemaknaannya sangat

¹⁸⁰ *Ibid.*, hlm. 3.

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² *Ibid.*

¹⁸³ *Ibid.*

¹⁸⁴ *Ibid.*

¹⁸⁵ *Ibid.*

¹⁸⁶ *Ibid.*

¹⁸⁷ Arjun Chaudhuri mengilustrasikan emosi dan nalar, dengan: “..pikirkan tentang bagaimana individu merespon musik. Jika seseorang hanyalah seorang yang rata-rata kemampuan bermusiknya, dan hanya seorang pendengar yang baik saja, ia tentu tidak akan pernah berpikir “B flaits” atau “C minors”, ia hanya menikmati secara spontan dan merasakan ketenangan dengan musik tanpa bermaksud untuk mempreteli satu-satu notasi musik tersebut. Hal itu disebut dengan pengetahuan yang didorong dan diproduksi melalui emosi. Berbeda dengan rasional. Dalam kasus yang serupa, orang yang rasional akan berusaha mengkaji notasi kemudian menjelaskan notasi tersebut kepada orang lain dengan mendeskripsikan secara lugas.

¹⁸⁸ *Ibid.*

¹⁸⁹ *Ibid.*

¹⁹⁰ *Ibid.*

tergantung pada penyelidikan terhadap simbol-simbol yang disosialisasikan.¹⁹¹ Dua model komunikasi ini tanpa disadari seringkali ditemukan dalam perilaku konsumen. Pada tataran praksis, konsumen memutuskan pilihannya tidak hanya serta merta dengan melibatkan emosi semata. Tetapi terkadang melibatkan *reason* yang rumit, dan teliti serta penuh perhitungan. Dalam konteks ini kemudian, teori pilihan konsumen mesti dipahami. Pertanyaan yang seringkali mengelitik untuk diselidiki adalah: “mengapa konsumen di berbagai tempat bersedia menghabiskan uang mereka untuk melakukan pembelian produk dan membayar jasa? Mengapa pula mereka hanya tertarik untuk satu *branch* tetapi tidak terhadap merk lainnya? Bagaimana pula harga, dan cita rasa mempengaruhi keputusan konsumsi?”

Dalam perkembangannya, para ekonom seringkali mengembangkan teori pilihan konsumen ke dalam domain keputusan konsumen yang *concern* mengkaji isu-isu *labour supply*, *saving* dan *investment*, *charitable contribution*, *voting* bahkan dalam persoalan pernikahan. Barangkali hal itu menegaskan bahwa teori pilihan konsumen menyediakan fondasi penting untuk memahami pilihan manusia. Tidak hanya dalam persoalan pilihan konsumen terhadap produk di pasar. Tetapi juga memungkinkan untuk mempergunakannya dalam domain lainnya. Memahami teori pilihan konsumen, setidaknya ada dua faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. *Pertama*, preferensi konsumen, dan cita rasa yang melekat pada konsumen tatkala dihadapkan pada beberapa pilihan produk. *Kedua*, kemampuan konsumen mendapatkan barang sangat tergantung pada pendapatan dan harga produk tersebut. Lantas, apa sesungguhnya yang dimaksud dengan preferensi konsumen?

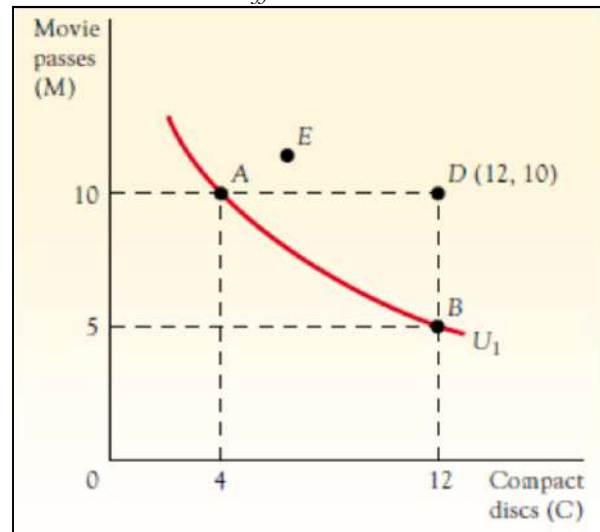
Setiap saat bahkan di pelbagai literatur disuguhkan bahwa konsumen berbeda berdasarkan preferensi yang mereka miliki. Ilustrasi: seorang pecandu rokok hanya mau mengkonsumsi rokok tertentu dan meninggalkan rokok merek lain. Hal tersebut sepenuhnya didasarkan pada preferensi yang melekat dalam dirinya. Dalam konteks ini, maka para ekonom memperkenalkan 3 (tiga) asumsi terkait tipe preferensi konsumen. 1) bahwa preferensi akan menjadi sempurna tatkala konsumen mampu melakukan pe-rankingan terhadap pilihan yang tersedia; 2) preferensi bersifat transitif manakala konsumen mampu menentukan pilihannya terhadap satu produk dan meninggalkan produk lainnya;¹⁹² 3) konsumen diduga lebih memilih hal yang terbaik dari yang buruk. Asumsi preferensi tersebut ditemukan secara sporadik dan massif dalam perilaku konsumen. Karena seutuhnya konsumen, dalam perspektif teori pilihan konsumen, selalu melibatkan preferensi yang biasanya lebih bercorak rasional.

Para ekonom dan mashab formal lainnya lebih menyukai penjelasan terhadap preferensi konsumen melalui *indifference curves*: sebuah kurva yang mendeskripsikan bahwa semua produk mampu memberikan tingkat kepuasan yang sama terhadap konsumen. Kata lainnya, kurva tersebut mengidentifikasi berbagai kombinasi produk atau barang di antara konsumen berbeda adanya.

¹⁹¹ *Ibid.*, hlm. 4.

¹⁹² Ilustrasi preferensi transitif, tatkala konsumen memilih A ketimbang B; memilih B ketimbang C, akhirnya konsumen lebih memilih A ketimbang C. Contoh konkritnya, Cindy Crawford menyukai Pepsi ketimbang Coke, dan menyukai Coke ketimbang 7-up, akhirnya secara logis Cindy lebih menyukai Pepsi ketimbang 7-up.

Kurva 2.1
Indifference Curves



Bagaimana kurva 2.1 di atas dijelaskan? Kurva di atas memperlihatkan bahwa kombinasi *movie* dan compact disc yang dipilih konsumen seutuhnya sama-sama memberika kepuasan yang sama (baca; *equally satisfactory*). Namun eksplanasi ekonom, terkadang tidak memadai untuk menjelaskan pilihan konsumen: mengapa ia lebih memilih menonton bioskop ketimbang membeli compact disc, meskipun keduanya sama-sama memberikan kepuasan pada tingkat yang setara. Tentunya, teori pilihan konsumen tidak terlalu mampu menjelaskan perilaku konsumen yang non-rasional. Perilaku yang sepenuhnya dibentuk oleh hal-hal yang abstrak seperti kepercayaan; kesadaran atas religiusitas dan nilai-nilai normatif yang bersumber dari kultur dan agama. Dalam konteks ini kemudian *shopping preference theory* layak dipertimbangkan untuk menjelaskan perilaku konsumen yang melibatkan pertimbangan non-rasional seperti agama.

Safiek Mokhlis melalui artikelnya, *Religious Contrasts in Consumer Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison*, telah memaparkan beberapa teori terkait *consumer shopping styles*: sebuah pendekatan yang ditujukan untuk mengukur, mengkaji dan menganalisis lebih dari 5 (lima) dekade dengan menggunakan tiga tipe pendekatan untuk mendeskripsikan profil konsumen, yakni: *the consumers typology approach* (tipe konsumen secara umum); *the psychographics/lifestyles (AIO) approach*; dan *the consumers characteristics approach*.¹⁹³ Namun dalam perkembangannya, ketika pendekatan seringkali digunakan secara simultan sehingga perilaku konsumen dapat dipahami secara mendalam. Kendati demikian, hubungan antara perilaku konsumen dan agama masih saja kabur. Dalam konteks ini kemudian Seth (1983) menghadirkan *shopping preference theory*: sebuah teori yang menyediakan kerangka penting dalam memahami pengaruh agama terhadap perilaku konsumsi atau belanja.¹⁹⁴

Sheth menegaskan bahwa agama pada dasarnya berpengaruh terhadap perilaku konsumen melalui *the demand side determinant*—karakteristik personal.¹⁹⁵ Secara

¹⁹³ Safiek Mokhlis. *Religious Contrasts in Consumers Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison*. *Journal of Business Studies Quarterly*, Vol. 2, No. 1: 2010., hlm. 53.

¹⁹⁴ *Ibid.*, hlm. 55.

¹⁹⁵ *Ibid.*

teoritik, Sheth menggunakan beberapa variabel agama dalam menentukan bahwa *the personal determinant* seperti personalitas, nilai-nilai epistemik dan sosial membentuk motif konsumsi individual.¹⁹⁶ Sheth sebagaimana yang dikutip oleh Mokhlis, menegaskan bahwa nilai personal merefleksikan personalitas konsumen dan menjadi indikasi dari pengaruh nilai-nilai terhadap perilaku konsumen.¹⁹⁷ Sheth menegaskan bahwa nilai-nilai personal barangkali berhubungan secara langsung dan tidak langsung terhadap agama dan religiusitas. Dalam konteks ini, Sheth (1983) menulis bahwa: “..an individual’s personal values and beliefs about what to look for when shopping for various products and services reflect that shopper’s personality and may be determined by such personal traits as sex, age, race and religion.”¹⁹⁸ Tesis Sheth tersebut dengan tegas menginformasikan bahwa faktor-faktor seperti jenis kelamin, umur, ras, dan agama secara langsung atau tidak mempengaruhi perilaku konsumsi.

Sheth juga menegaskan bahwa adanya kemungkinan efek dari nilai-nilai personal terhadap predisposisi umum konsumen terhadap perilaku konsumsi. Ia menulis bahwa: “..in some ways, we might say that personal determinants are manifested in customer’s shopping style (emphasis added), which be that an economic shopper, personalizing shopper, ethical shopper or apathetic shopper. Alternatively, we might say that a customer is a convenience shopper, bargain shopper, compulsive shopper or store loyal shopper.”¹⁹⁹ Agaknya dapat dimaklumi bahwa *personal determinants* terwujud dalam *customer’s shopping style*.²⁰⁰ Safiek Mokhlis menyimpulkan melalui teori Sheth, agama akan berpengaruh secara langsung pada *shopping predisposition* dari *personal determinants* ke motif konsumsi untuk mengkalkulasi pilihan kemudian memutuskan untuk mengkonsumsi.

Jagdish N. Sheth, seorang profesor pada fakultas administrasi-bisnis pada Universitas Illinois-Urbana, telah mempublikasikan hasil penelitiannya dengan judul *An Integrative Theory of Patronage Preference and Behavior*. Sheth mengetengahkan tesis bahwa *store patronage* dipengaruhi oleh beberapa faktor-situasional seperti marketing, *lack of time and money*, pengangguran dan *high interest rates*.²⁰¹ *Patronage* itu sendiri diartikan sebagai kesesuaian antara motif konsumsi dengan pilihan yang sesuai dengan keinginan konsumen.²⁰² Menjelaskan teorinya itu kemudian Sheth memperkenalkan *shopping preference theory*: sebuah teori yang mampu menjelaskan preferensi konsumsi. Menurut Sheth bahwa subsistem preferensi konsumsi terdiri dari 4 (empat) konstruksi utama dan konstruksi tersebut menentukan usaha Sheth membangun proyek akademiknya. *Pertama*, “shopping predisposition”: merujuk secara langsung pada *relative shopping preferences*—hal-hal yang menimbulkan alternatif outlet bagi produk yang berkelas spesifik untuk dibeli seperti berbelanja di grosir, membeli pakaian, merawat kesehatan, asuransi dan lain sebagainya. Semua itu merupakan hasil dari *the shopping preference subsystem*.²⁰³ Subsistem tersebut dapat digunakan untuk memprediksi perilaku konsumsi individu.

¹⁹⁶ *Ibid.*

¹⁹⁷ *Ibid.*

¹⁹⁸ *Ibid.*

¹⁹⁹ *Ibid.*

²⁰⁰ *Ibid.*

²⁰¹ Jagdish N. Sheth. *An Integrative Theory of Patronage Preference and Behaviour*. Faculty Working Paper No. 808: The University of Illinois, 1981., hlm. ii.

²⁰² *Ibid.*

²⁰³ *Ibid.*, hlm. 5.

Diagram 2.6
Teori Integratif Preferensi Konsumsi

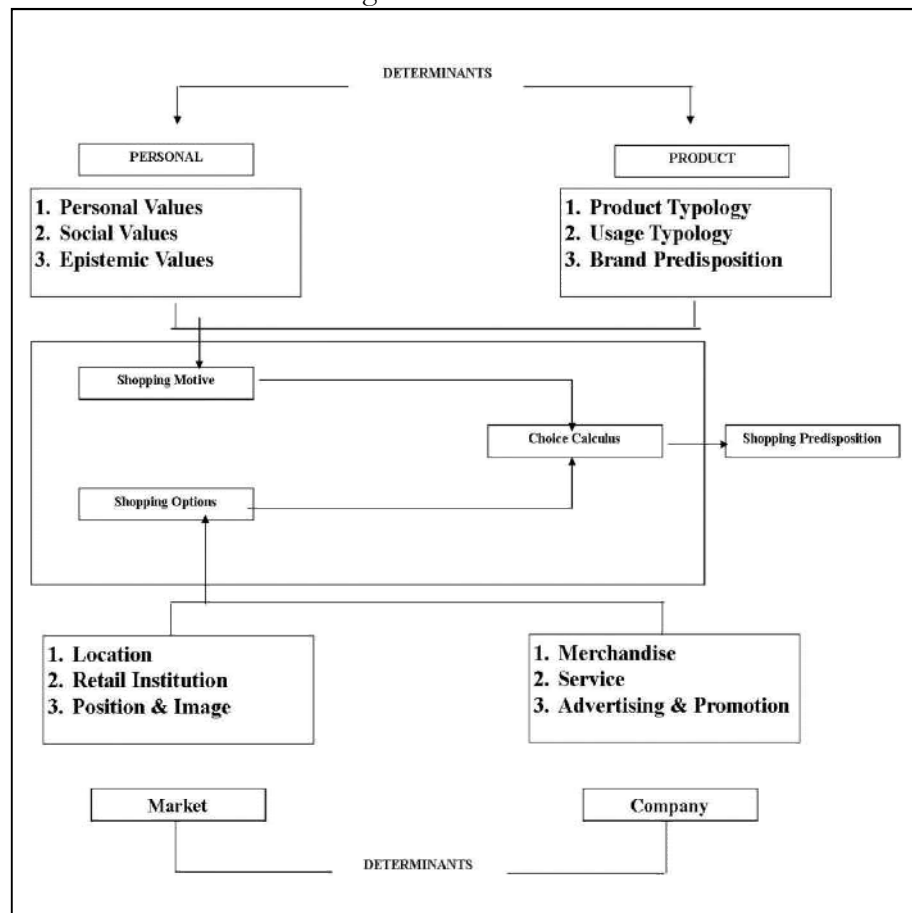


Diagram 2.6 di atas (baca; model teori preferensi konsumsi) menginformasikan bahwa preferensi konsumsi ditentukan oleh faktor-faktor yang kompleks. Sheth mengurai setidaknya ada dua kutub yang mempengaruhi *shopping predisposition*, yakni kutub pertama terdiri dari personal dan produk, dimana personal memiliki variabel seperti nilai-nilai personal; nilai-nilai sosial; dan nilai-nilai epistemik. Sementara produk melingkupi variabel seperti tipologi produk; *usage typology*; dan *brand predisposition*. Baik nilai personal maupun produk, keduanya mempengaruhi dan menentukan motif konsumsi yang kemudian secara bersama-sama dengan opsi konsumsi menentukan kalkulasi pilihan, hingga menentukan *shopping predisposition*. Di kutub lainnya, adanya pasar dan industri juga menentukan tersedianya pilihan konsumsi, dimana pasar yang melingkupi variabel lokasi; institusi retail; serta posisi dan *image*. Sementara industri dengan variabel produk dagangan; layanan; serta iklan dan promosi secara simultan mempengaruhi atau menentukan opsi konsumsi.²⁰⁴ Sementara itu, Sheth menegaskan bahwa ada beberapa aspek *shopping predisposition* yang perlu dideskripsikan sebelum mendiskusikan apa saja yang menentukan preferensi konsumsi individu. *Pertama*, preferensi dibatasi pada produk yang benar-benar diinginkan oleh konsumen. *Kedua*, preferensi diartikan sebagai hal relatif sepanjang ia secara terus menerus dievaluasi oleh konsumen.²⁰⁵ *Ketiga*, preferensi

²⁰⁴ *Ibid.*

²⁰⁵ *Ibid.*, hlm. 6.

konsumen terhadap satu produk akan semakin menguat seiring kondisi yang mendorong preferensi itu menguat seperti keadaan pasar yang monopolistik.²⁰⁶ Pertanyaannya adalah pada aspek mana sesungguhnya agama mempengaruhi preferensi konsumen serta perilaku yang mengikutinya?

Dari model yang dibangun oleh Sheth, dapat dimengerti bahwa agama sesungguhnya menjadi bagian dari personal yang memuat variabel nilai-nilai sosial, dan nilai-nilai epistemik.²⁰⁷ Akan tetapi selain teori yang dikemukakan oleh Sheth, sesungguhnya masih tersedia teori lain yang mempertegas peran agama dalam membentuk perilaku konsumen. Syed Shah Alam; Rohani Mohd dan Badrul Hisham mempublikasikan artikel yang diangkat dari penelitian mereka terkait hubungan agama dengan perilaku konsumsi kaum muslim di Malaysia. Penelitian tersebut mengindikasikan bahwa Islam cenderung dijadikan sebagai sumber preferensi. Ini kemudian menguatkan juga bahwa agama menjadi hal yang mampu memfasilitasi pilihan dan perilaku konsumsi.²⁰⁸ Menariknya artikel yang ditulis oleh Syed Shah Alam; Rohani Mohd dan Badrul Hisham tidak hanya mempertegas hubungan antara agama dan perilaku konsumen. Tetapi juga mengurai model konsumsi dalam horizon ekonomi rasionalisme dan utilitarianisme.²⁰⁹ Dimana ekonomi rasionalisme mengasumsikan bahwa perilaku manusia ditentukan sepenuhnya oleh '*rigorous calculation*'. Dalam paradigma rasionalisme ekonomi, konsumen entah siapapun itu cenderung memaksimalkan kepuasan. Bahkan secara ekstrem, rasionalisme mengasumsikan bahwa Islam telah mengakhiri rasionalitas manusia melalui ajarannya agar umat Islam selalu sederhana dalam mengkonsumsi.²¹⁰ Diakui oleh Siddiqi memang demikianlah adanya. Mengapa diasumsikan seperti itu? Mengapa pula tidak ada bantahan dari ekonom muslim?

Islam, seperti yang diurai oleh Syed Shah Alam; Rohani Mohd dan Badrul Hisham, telah mengatur konsumsi yang baik dan benar didasarkan pada rasionalitas islami: sebuah kategori rasionalitas yang didasarkan pada kepatuhan terhadap doktrin dan norma-norma Islam. Dalam konteks itu, terkait dengan konsumsi ada beberapa hal penting yang menjadi demarkasi dengan konsumsi dalam perspektif formal dan utilitarianisme. *Pertama*, setiap individu diperbolehkan mengkonsumsi secukupnya agar kehidupan lebih baik. *Kedua*, mengkonsumsi sesuatu yang sudah jelas diperbolehkan oleh Islam. *Ketiga*, konsumsi tidak boleh berlebihan dan bermewah-mewahan. *Keempat*, konsumsi untuk memuaskan utilitas bukanlah tujuan dari konsumsi islami. Melainkan konsumsi ditujukan agar hidup lebih bermakna, dan berorientasi pada konsepsi *falah* atau kemenangan islami.²¹¹ Dalam konteks yang lebih khusus, Hamouri (1991) melakukan modifikasi terhadap model konsumsi konvensional yang lebih sesuai dengan konsumen muslim. Menurut Hamouri menegaskan bahwa seorang muslim mesti memilih untuk mengkonsumsi produk yang sudah jelas status dan hukumnya berdasarkan teks-teks Islam (Qur'an; Sunnah; Fiqh).²¹² Melengkapi hal itum Zaman merumuskan aksioma baru terkait konsumsi Islami, yakni: 1) *lexicographic preferences*; 2) *utility for basic needs can be satisfied*; dan 3)

²⁰⁶ *Ibid.*

²⁰⁷ *Ibid.*, hlm. 5.

²⁰⁸ Syed Shah Alam, Rohani Mohd & Badrul Hisham. *Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behaviour in Malaysia*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No.1: 2011., hlm. 83.

²⁰⁹ *Ibid.*, hlm. 85.

²¹⁰ *Ibid.*

²¹¹ *Ibid.*

²¹² *Ibid.*

externalities in secondary utility (i.e. utility derived is a function of all other consumption bundles).²¹³ Kepuasan atau *satisfied* hanya dimungkinkan dalam Islam, selama konsumsi itu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar serta bukan ditujukan untuk bermewah-mewah. Aksioma konsumsi islami ini menegaskan bahwa Islam sesungguhnya menjadi sumber model konsumsi. Ada aturan dan norma yang mesti diperhatikan oleh seorang muslim dalam mengkonsumsi. Lantas, apakah dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hubungan antara Islam dan perilaku konsumsi adalah hubungan bersipat positif serta simultan?

Lebih dari tiga dekade, telah banyak riset dihasilkan terkait hubungan antara kultur; sub-kultur dengan perilaku konsumen. Tetapi, tulis Syed Shah Alam; Rohani Mohd dan Badrul Hisham, agama sebagai hal yang inheren dalam nilai-nilai manusia tidak terlalu menjadi perhatian penelitian terutama dalam hubungannya dengan konsumsi.²¹⁴ Jika pun ada, itu pun sangat terbatas. Misalnya teori atau penjelasan yang pernah dikemukakan oleh Hawkins (1980) bahwa peran agama dalam pilihan konsumsi, dapat diilustrasikan sebagai: “..perbedaan agama di Amerika Serikat berhubungan dengan proses konsumsi terlihat jelas dan ril. Dan hubungan itu bersipat langsung. Biasanya terwujud dalam relasi kelas sosial, variasi etnis, agama dengan perilaku konsumsi.”²¹⁵ Dengan demikian, agama menjadi faktor kultural yang penting dikaji. Hal tersebut disebabkan bahwa agama merupakan hal universal dan institusi sosial yang tidak saja menentukan tetapi juga mempengaruhi individu dan masyarakat.²¹⁶ Faktanya, agama dipraktikkan sebagai panduan dalam berperilaku termasuk dalam hal konsumsi. Jamak diketahui bahwa dalam agama-agama diajarkan agar pemeluknya tidak mengkonsumsi barang yang jelas dilarang dalam agama, seperti Islam yang melarang umatnya untuk mengkonsumsi babi; serta minuman keras.²¹⁷ Ini menegaskan bahwa hubungan antara agama dan perilaku konsumsi terlihat jelas, dan positif. Tidak hanya sebagai pertimbangan, tetapi agama menjadi sumber norma dalam melakukan konsumsi.

Pada satu studi empiris yang dilakukan oleh Wilkes (1986), ia kemudian menyimpulkan secara tegas bahwa religiusitas mempengaruhi beberapa aspek gaya hidup konsumen. Terkadang agama juga berpengaruh terhadap pilihan dan perilaku konsumen. Ketika *age, income* dan *sex* dikontrol sedemikian rupa, peneliti menemukan fakta yang menarik bahwa individu yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap agama cenderung merasa puas dengan hidup mereka.²¹⁸ Diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh Zaidman dan Lowengart (2001) menemukan interaksi antara konsumen dan *retail* dalam marketing barang-barang dan jasa yang religius hanya dapat berlangsung pada komunitas-komunitas yang beragama.²¹⁹ Dalam konteks itu, proses pertukaran pada agama tertentu terkait produk-produk yang berhubungan secara langsung dengan agama seperti kita suci; *candles*; dan *crystals* ataupun jasa seperti *healing*, biasanya berlangsung secara langsung antara marketer individual dengan konsumen.²²⁰ Dihubungkan dengan teori-teori yang telah diurai di atas, apakah asumsi serta indikator yang ada pada pelbagai teori juga berlaku dalam pilihan atau perilaku

²¹³ *Ibid.*

²¹⁴ *Ibid.*, hlm. 86.

²¹⁵ *Ibid.*

²¹⁶ *Ibid.*

²¹⁷ *Ibid.*

²¹⁸ *Ibid.*

²¹⁹ *Ibid.*, hlm. 87.

²²⁰ *Ibid.*

nasabah dalam memilih bank syariah? Menjawab pertanyaan tersebut, agaknya penting mengurai beberapa teori yang dapat menjelaskan pilihan dan perilaku nasabah bank syariah.

2.3. Pilihan Nasabah terhadap Bank Syariah: Sebuah Uraian Teoritik

Tanvir Ahmed (2014) melalui artikelnya *Constumers Preference toward Islamic Banking: Religious Belief or Influences of Economic Factors*, menegaskan bahwa kepercayaan religius sesungguhnya merupakan faktor ekonomi yang sangat berpengaruh, termasuk terhadap pilihan nasabah. Hal tersebut ditopang oleh adanya ketentuan hukum dan batasan etis yang harus dipahami dalam memutuskan pilihan ekonomi. Islam mengajarkan agar tidak berlebih-lebihan, serta menghindar dari konsumsi barang haram yang sudah jelas perintah meninggalkannya.²²¹ Begitupula halnya dalam pilihan terhadap bank syariah. Meskipun pada umumnya, survei menunjukkan pilihan terhadap bank syariah lebih dominan dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan bagi hasil yang lebih tinggi.²²²

Kendati demikian, tidak sedikit pula nasabah yang mengaku memilih bank syariah karena didorong oleh *brand-value*, *privacy* dan *quality of service*.²²³ Hayat M. Awam dan Khuram Shahzad Bukhari (2011) melalui kajian mereka tentang *Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*, menyimpulkan bahwa nasabah di Pakistan memilih bank syariah didorong oleh faktor kualitas layanan. Hanya sedikit saja dari nasabah yang menyebutkan pilihan tersebut didasarkan pada pertimbangan agama.²²⁴ Temuan tersebut pada dasar linier dengan riset Kaufman (1967) yang menegaskan bahwa faktor-faktor determinan pilihan nasabah terhadap bank terdiri dari: 1) faktor lokasi; 2) citra dan posisi bank; dan 3) kualitas layanan yang diberikan oleh bank.²²⁵ Diperkuat dengan aksioma yang dikenalkan oleh Mason dan Mayer (1974), yang mengutarakan bahwa faktor yang paling menentukan pilihan konsumen terhadap bank, biasanya: 1) faktor lokasi menempati urutan utama; 2) *friendly personnel*; 3) pinjaman atau produk yang menguntungkan; 4) rekomendasi teman; dan 5) pengaruh opini.²²⁶ Senada dengan hal itu, Marteson (1985) kembali menegaskan bahwa faktor penting dan mempengaruhi pilihan nasabah adalah: lokasi bank; ketersediaan pinjaman; tingkat keuntungan yang ditawarkan oleh bank.²²⁷ Arora (1985) menambahkan faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi pilihan nasabah seperti: *dependability of institution*, aksestabilitas, kemudahan proses transaksi dan variasi produk serta layanan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah.²²⁸ Dalam konteks pilihan terhadap bank syariah, temuan yang dikemukakan oleh peneliti relatif berbeda. Meskipun pada beberapa kasus tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pilihan nasabah terhadap bank islam ataupun konvensional.

²²¹ Tanvir Ahmed. *Constumers Preference towards Islamic Banking: Religious Belief or Influence of Economic Factors*. Internship Report, Submission June 21-2014: Brac University., hlm. 14.

²²² *Ibid.*

²²³ *Ibid.*

²²⁴ Hayat M. Awan & Khuram Shahzad Bukhari. *Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No. 1: 2011., hlm. 14.

²²⁵ *Ibid.*, hlm. 17.

²²⁶ *Ibid.*

²²⁷ *Ibid.*

²²⁸ *Ibid.*

Omer (1992) dalam satu survey yang dilakukannya terhadap nasabah pada bank konvensional yang menawarkan layanan bank syariah, menemukan satu kecenderungan unik dimana rata-rata yang menggunakan pembiayaan berbasis Islam lebih banyak pemeluk agama Islam.²²⁹ Temuan tersebut dikuatkan oleh Hegazy (1995) melalui kajiannya dimana 98.8% konsumen bank Islam di Mesir adalah pemeluk agama Islam. Begitu pula kajian yang dilakukan oleh Mentawa dan Almosawi (1998) yang mencatat bahwa keputusan memilih bank syariah lebih dominan didasarkan pada pertimbangan agama.²³⁰ Bashir dan Naser (1999) yang meneliti di Kuwait dan Jordan menemukan bahwa kepercayaan agama atau *religious belief* sebagai motivasi utama dalam memilih bank Islam.²³¹ Halim dan Nordin (2001); Ahmad dan Haron (2002); Bley dan Kuehn (2004); Zainuddin (2004); Worthington (2005); Okumu (2005); Dusuki dan Abdullah (2007); Rashid dan Hassan (2009); Khan dan Khanna (2010) juga mendukung argumentasi bahwa kepercayaan agama menjadi motivasi utama dalam memilih bank syariah bagi nasabah beragama Islam.²³² Dalam konteks tersebut, apakah religiusitas adalah satu-satunya faktor yang menentukan pilihan nasabah terhadap bank syariah?

Dusuki dan Abdullah (2007) menulis:

*“[...] despite the fact that Sharia compliant solutions are widely recognized by most of Muslim customer, some empirical studies suggest that religion is not the sole reason for selecting an Islamic banking service provider.”*²³³

Argumentasi yang dikemukakan oleh Dusuki dan Abdullah (2007) di atas menjadi penjelasan lain terhadap pilihan nasabah terhadap bank syariah, dimana motivasi agama bukanlah satu-satunya yang menentukan pilihan terhadap bank. Tetapi ia secara simultan ditopang oleh faktor-faktor lain yang lebih realistis dan rasional. Erol dan El-Bdour (1989) menjelaskan bahwa pilihan terhadap bank tidak sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan agama *an sich*. Tetapi masih ada pertimbangan lain yang mendukung pilihan nasabah seperti motivasi profit.²³⁴ Haron (1994) bahkan lebih maju telah membandingkan nasabah muslim dan muslim, dimana ia menemukan kecenderungan bahwa nasabah yang beragama Islam lebih percaya tatkala berinvestasi di Bank Islam, itu akan memberikan keuntungan yang lebih tinggi ketimbang bank konvensional.²³⁵ Tetapi tidak sedikit pula nasabah, baik muslim ataupun non-muslim yang berpendapat bahwa bank islam dan konvensional sama-sama menguntungkan. Sehingga nasabah dalam tipe ini cenderung memilih bertransaksi dengan dua bank—konvensional dan bank islam, secara bersamaan.

Al-Ajmi (2009) menegaskan bahwa:

²²⁹ *Ibid.*

²³⁰ *Ibid.*

²³¹ *Ibid.*

²³² *Ibid.*

²³³ *Ibid.*, hlm. 18.

²³⁴ *Ibid.*

²³⁵ *Ibid.*

[...] *the motive 'financial strength and soundness' is rated by clients of conventional bank higher than rank given by clients of islamic bank and those who bank with both conventional and Islamic bank.*²³⁶

Motivasi untuk mendapatkan keuntungan lebih dengan menjadi nasabah di bank konvensional, juga berlaku di bank syariah. Tidak sedikit pula nasabah yang memilih bank syariah karena didorong oleh keinginan untuk mendapatkan bagi hasil atau *profit-sharing* yang lebih tinggi. Argumentasi semacam itu kemudian melahirkan satu tipe konsumen hibrid: dimana mereka bertransaksi dengan bank konvensional dan bank Islam secara bersamaan. Dalam konteks yang sama, Hayat M. Awam dan Khuram Shahzad Bukhari mengemukakan kesimpulan mereka terhadap kriteria pilihan terhadap Bank Islam di Pakistan. Kesimpulan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Memilih Bank Islam di Pakistan²³⁷

	Mean rank	Important rank
Bank offers a variety of financing options	6.67	1
Profitability (potential of high returns)	6.63	2
Low service charges	6.10	3
Ease of accessing banking services	5.86	4
Good repute among commercial banks	5.57	5
Recommendations from friends/family	5.52	6
Expertise and professional competence of bank's consulting staff/advisor	5.30	7
Your privacy and confidentiality	4.94	8
Friendly and responsive attitude of bank staff	4.57	9
Religious motives (shria compliance)	3.81	10
<i>N</i>		223
χ^2		222.073
Degrees of freedom		9
Asym. Sig.		0.000
Note: Friedman test		

Di Pakistan, berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Hayat M. Awam dan Khuram Shahzad Bukhari (2011), nasabah lebih cenderung memilih Bank Islam didorong oleh beberapa kriteria. Tabel 2.1 memperlihatkan dengan sangat jelas bahwa kriteria utama yang menjadi alasan bagi nasabah untuk memilih Bank Islam, yakni: 1) Bank menawarkan beberapa opsi pembiayaan; 2) *profitability*; 3) rendahnya biaya administrasi; 4) mudah mengakses layanan bank; 5) reputasi yang baik di antara bank-bank lainnya; 6) direkomendasikan oleh keluarga dan kolega; 7) kepakaran dan profesionalitas karyawan dan konsultan bank; 8) privasi dan kerahasiaan nasabah; 9) sikap dan tanggungjawab karyawan yang sangat baik; 10) motif agama.²³⁸ Hayat M. Awam dan Khuram Shahzad Bukhari (2011) dengan menggunakan analisis statistik Friedman, berhasil mengidentifikasi serta *me-ranking* faktor yang paling dominan menentukan pilihan nasabah²³⁹. Faktanya, faktor jenis produk pembiayaan yang bervariasi serta kemungkinan tingkat keuntungan yang lebih diberikan oleh bank adalah dua kriteria paling dominan menyebabkan mengapa nasabah di Pakistan

²³⁶ *Ibid.*

²³⁷ *Ibid.*, hlm. 20.

²³⁸ *Ibid.*

²³⁹ *Ibid.*

cenderung bertransaksi di Bank Islam. Temuan tersebut sesungguhnya diperkuat oleh hasil kajian Gerrad dan Cunningham (1997) serta Jalaluddin dan Metwally (1999),²⁴⁰ mereka menyimpulkan bahwa tingkat keuntungan dan variasi pembiayaan yang ditawarkan oleh bank sangat menentukan sikap dan keputusan nasabah untuk memilih Bank Islam.

Tabel 2.2
Hubungan Pilihan terhadap Bank Islam dengan Diffrensiasi Demografi²⁴¹

Variables	Product features	Service quality	Customer subjective norms	Communality of each variable
Profitability (potential of high return)	0.627			0.717
Low service charges	0.706			0.555
Your privacy and confidentiality	0.537			0.552
Bank offers a variety of financing options	0.702			0.520
Ease of accessing banking services		0.792		0.742
Expertise and professional competence of bank's consulting staff/advisor		0.796		0.645
Good repute among commercial banks		0.536		0.510
Friendly and responsive attitude of bank staff		0.817		0.695
Religious reasons only			0.825	0.712
Profitability (potential of high return)			0.699	0.643

Pilihan terhadap Bank Islam di Pakistan determinan dengan perbedaan demografi responden seperti asal wilayah; umur; tingkat pendidikan; pekerjaan dan lamanya pengalaman dalam bertransaksi dengan Bank Islam. Dari tabel 2.2 terlihat bahwa responden dari Karachi—sebuah ibu kota dari Sind dan kota yang terkenal sebagai kota dengan populasi terbesar di Pakistan, lebih cenderung menekan bahwa wilayah menjadi alasan memilih layanan Bank Islam. Sementara responden dari Lohare lebih cenderung menjadikan agama sebagai alasan atau motif dalam memilih Bank Islam.²⁴² Menguatkan relasi antara pilihan terhadap Bank Islam dengan agama, Maran Marimuthu, Chan Wai Jing, Lim Phei Gie, Low Pey Mun dan Tan Yew Ping (2010) mengemukakan hasil kajian tentang kriteria pemilihan terhadap Bank Islam di Malaysia. Mereka menegaskan bahwa kriteria utama adalah *convenience* atau fasilitas dan waktu layanan yang ditawarkan oleh Bank Islam seperti jam kerja; ATM; Lokasi; jaringan yang luas atau *wide network*; lokasi yang berdekatan dengan rumah atau tempat bekerja nasabah.²⁴³ Kajian tersebut juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaynak dan Whiteley (1999) yang menghasilkan kesimpulan bahwa masyarakat di Amerika Serikat lebih cenderung menjadikan waktu dan fasilitas (baca; *convenience*) sebagai faktor mengapa mereka memilih satu bank.²⁴⁴

²⁴⁰ *Ibid.*

²⁴¹ *Ibid.*, hlm. 22.

²⁴² *Ibid.*

²⁴³ Maran Marimuthu; Chan Wai Jing; Lim Phei Gie; Low Pey Mun; Tan Yew Ping. *Islamic Banking: Selection Criteria and Implications*. Global Journal of Human Social Science, Vol. 10: September 2010., hlm. 54.

²⁴⁴ *Ibid.*

Tabel 2.3
Opini Personal²⁴⁵

Personal Opinion		Percentage
Reason for selecting Islamic Banking :	Strictly religion	20.40
	Economics	25.30
	Both religion and economics	38.90
	No opinion	15.30
	Total	100

Tabel di atas menginformasikan, sebagaimana yang ditulis oleh Maran Marimuthu, bahwa alasan memilih Bank Islam di Malaysia lebih bersifat gradual dimana mereka mempertimbangkan agama dan faktor ekonomi sekaligus. Faktanya 38.90% responden menyatakan alasan memilih Bank Islam karena didorong oleh alasan-alasan agama dan ekonomi, sekaligus.²⁴⁶ Hanya 20.40% responden yang mengakui bahwa mereka memilih Bank Islam karena didorong oleh faktor agama. Melebihi angka tersebut, tercatat 25.30% responden mengakui alasan memilih Bank Islam karena didorong oleh motivasi ekonomi seperti keinginan untuk mendapatkan profit lebih tinggi. Memperkuat penelitian tersebut (baca: Marimuthu), Sudin Haron, Norafifah Ahmad dan Sandra L. Planisek melalui riset mereka *Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers*, menegaskan bahwa antara nasabah muslim dan non-muslim sesungguhnya memiliki perbedaan dalam membangun argumentasi terhadap pilihan.

Faktor penting yang menkonstruksi pilihan nasabah muslim terhadap bank, tulis Haron, adalah efektif dan efisiensi layanan yang ditawarkan oleh Bank Islam.²⁴⁷ Faktor tersebut kemudian dikalangan nasabah non-muslim diletakkan pada urutan kedua.²⁴⁸ Sementara faktor *"friendliness of bank personel"* dipertimbangkan sebagai faktor utama oleh nasabah non-muslim dalam memilih Bank Islam. Sedangkan bagi nasabah muslim faktor itu dijadikan alasan ketiga dalam memilih Bank Islam. Berbeda dengan nasabah non-muslim yang lebih cenderung meletakkan faktor 'reputasi dan *image* bank sebagai alasan ketika untuk memilih Bank Islam.²⁴⁹ Ini menegaskan bahwa antara nasabah muslim dan non-muslim terdapat differensiasi yang kontras, dan dapat dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Mengapa hal ini terjadi? Apakah hal tersebut didorong oleh perbedaan norma yang mendasari pilihan nasabah tersebut? Untuk memastikan norma yang mendasari pilihan nasabah muslim dan non-muslim terhadap bank syariah, agaknya diperlukan metode yang tepat. Metodologi yang menyelidiki *inner-motive* dan *epistemic-values* yang melekat pada dua tipe nasabah tersebut. Kendati demikian, agaknya dapat diduga bahwa akar dari differensiasi tersebut adalah sistem preferensi yang juga berbeda. Sehingga muaranya, berbedanya alasan dan argumentasi dalam pilihan nasabah muslim dan non-muslim terhadap Bank Islam.

²⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 57.

²⁴⁶ *Ibid.*

²⁴⁷ Sudin Haron, Norafifah Ahmad, dan Sandra L. Planisek. *Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers*. International Journal of Bank Marketing, Vol. 12, No. 1: 1994., hlm. 35.

²⁴⁸ *Ibid.*

²⁴⁹ *Ibid.*

Tabel 2.4
 Ranking Faktor Penting Pemilihan Bank²⁵⁰

	Muslim		Non-Muslim		t
	Mean	Rank	Mean	Rank	
1. Fast and efficient services	1.240	1	1.437	2	-2.674 ^b
2. Speed of transactions	1.393	2	1.589	4	-2.578 ^b
3. Friendliness of bank personnel	1.427	3	1.424	1	0.972
4. Confidentiality of bank	1.547	4	1.649	5	-1.139
5. Knowledgeable about your business	1.600	5	1.682	7	-0.901
6. Lower interest charges on loans	1.627	6	1.682	7	-0.561
7. Impression of manager	1.627	6	1.967	14	-3.666 ^b
8. Inter-branch facilities	1.627	6	1.808	11	-1.961 ^a
9. Reputation and image of bank	1.673	7	1.543	3	1.464
10. Lower service charges	1.727	8	1.960	13	-2.150 ^a
11. Hours of operations	1.733	9	2.046	15	-3.320 ^b
12. Parking facilities and accessibility	1.773	10	1.728	8	0.469
13. Offer service on financial counselling	1.780	11	2.132	18	-3.788 ^b
14. Convenience of location	1.807	12	1.894	12	-0.869
15. A wide range of services offered	1.813	13	2.099	16	-2.905 ^b
16. Reception received at the bank	1.873	14	1.662	6	2.143 ^a
17. Higher interest payments on savings accounts	1.880	15	1.801	10	0.652
18. Overdraft privileges	1.900	16	2.119	17	-2.173 ^b
19. Interior comfort	1.913	17	2.291	20	-3.889 ^b
20. Able to fulfil individual/personal needs	1.913	17	2.179	19	-2.594 ^b
21. Available credit with favourable terms	1.927	18	1.775	9	1.520
22. Internal appearance of bank	2.060	19	2.470	22	-3.679 ^b
23. Mass media advertising	2.313	20	2.490	23	-1.473
24. Size of bank	2.453	21	2.430	21	0.193
25. External appearance of bank	2.567	22	2.695	24	-0.979
26. Recommendations by friends and relatives	2.687	23	2.901	25	-1.731

Notes
^a 0.05
^b 0.01

Tabel di atas menguatkan asumsi bahwa perbedaan alasan antara nasabah muslim dan non-muslim terhadap Bank Islam di Malaysia, sesungguhnya disebabkan oleh berbedanya sistem preferensi yang melekat pada masing-masing nasabah. Hal tersebut dibuktikan dari data yang dipaparkan pada tabel 2.4 di atas, yang dengan jelas memperlihatkan perankingan oleh masing-masing nasabah muslim dan non muslim sangat berbeda. Faktor yang diletakkan sebagai faktor utama oleh nasabah muslim, belum tentu disepakati oleh nasabah non-muslim. Sehingga bukanlah hal aneh, bahkan dapat dimaklumi jika nasabah non-muslim menjadikan faktor utama tersebut menjadi faktor kedua yang mendorong mereka untuk memilih Bank Islam. Misalnya, faktor kecepatan dan efisiensi layanan yang diposisikan oleh nasabah muslim sebagai alasan utama (baca: faktor nomor 11). Tetapi bagi nasabah non-muslim diletakkan sebagai faktor nomor 2.²⁵¹ Dari informasi yang dipaparkan pada tabel di atas, tidak satupun *ranking* yang secara sama diberikan oleh nasabah muslim dan non-muslim di Malaysia tatkala mereka memilih Bank Islam. Semangkin kuatlah tesis yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa perbedaan atau differensiasi faktor yang mempengaruhi pilihan terhadap Bank Islam didorong oleh differensiasi sistem preferensi.[]

2.3. KERANGKA PEMIKIRAN:

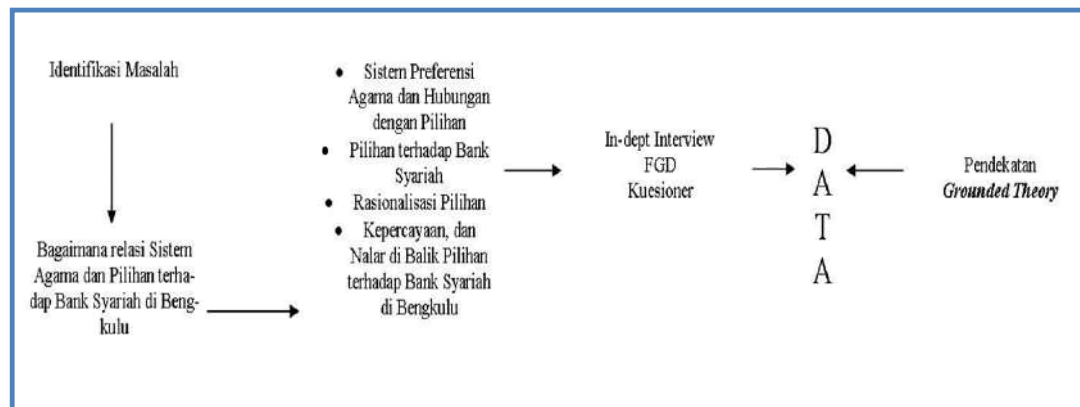
²⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 37.

²⁵¹ *Ibid.*

Desain, Kerangka Pikir, dan Variabel Penelitian

Latarbelakang; tujuan; rumusan masalah, hingga teori yang digunakan dalam riset ini, mendorong kajian ini mempersoalkan bagaimana hubungan antara agama dalam hal Islam terhadap pilihan konsumen terhadap bank syariah di Bengkulu. Tujuan ini mengandaikan dua variabel yang akan intens dilihat relasinya secara kualitatif. Karena itu, kerangka berpikir (*framework of research*) dapat diilustrasikan seperti di bawah ini:

Diagram 2.8
Kerangka Pemikiran



Dari kerangka pemikiran di atas, dapat dimengerti bahwa riset ini menggunakan pendekatan *grounded theory*. Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss memaknai *grounded theory*, dengan proses produksi teori dari data secara sistematis.²⁵² Mengapa pendekatan tersebut dipilih? Karena terkait dengan pemahaman akan relasi antara Islam dan pilihan terhadap bank syariah adalah hal yang kompleks. Untuk mengurainya dibutuhkan data yang kuat. Dengan data tersebut kemudian teori tentang relasi tersebut dapat diproduksi. Limbak dari pada itu, diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap pelbagai teori. Hal itu kemudian menjadi modalitas untuk merumuskan kerangka dan desain penelitian. Dari teori-teori yang telah diuraikan di atas—mulai dari teori rasionalitas; pilihan rasional; teori pilihan konsumen hingga *preference shopping theory*, agaknya dapat dijadikan fondasi untuk mendesain atau menduga variabel-variabel yang sesuai dengan realitas dan objek yang diteliti.

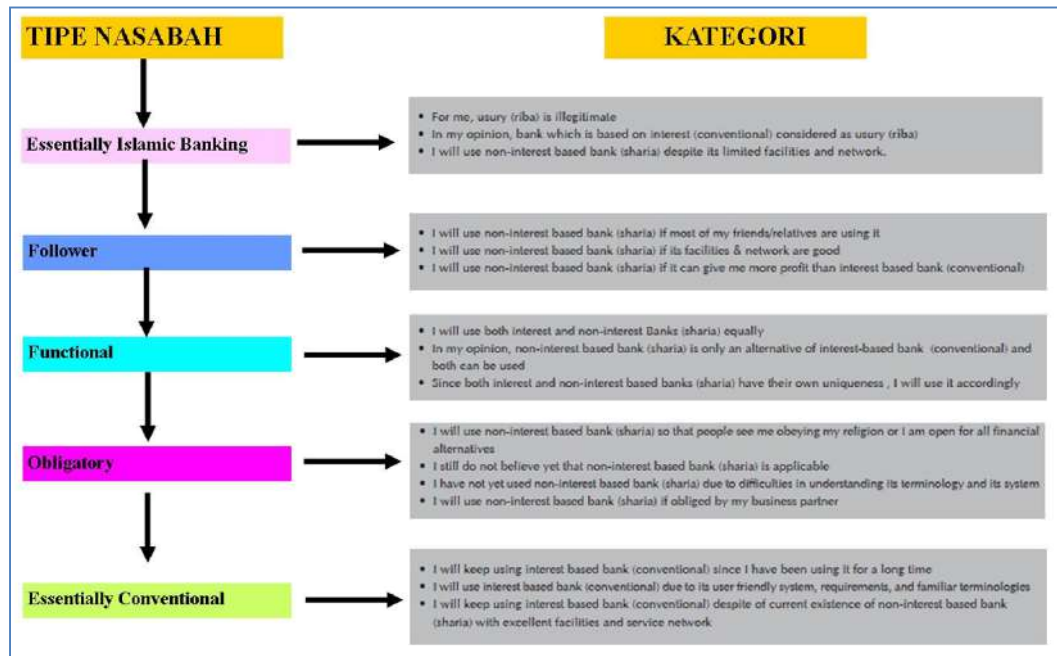
Umumnya dalam riset sosial, teori diposisikan atau difungsikan sebagai panduan dalam mendesain penelitian. Ia juga menjadi fondasi dalam menentukan variabel dan indikator untuk menganalisis objek yang diteliti. Anselm C. Strauss, dan Juliet Corbin, menegaskan bahwa temuan atau *discovery* adalah tujuan dari sains. Tujuan itu kemudian menjadi fondasi dari transformasi pengetahuan; dan perubahan sosial. Namun dalam prakteknya, penemuan itu akan berbeda mengikuti karakteristik dari objek-material yang dikaji.²⁵³ Dalam konteks ini kemudian teori membantu mengidentifikasi fitur atau atribut yang melekat pada objek-material. Agaknya tidak berlebihan jika teori-teori yang sebelumnya telah diurai dijadikan fondasi untuk merumuskan fitur-fitur objek-material. Hanya saja fitur-fitur tersebut tidak diartikan

²⁵² Barney G. Glaser & Anselm L. Strauss. *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research*. (London: Aldine Transaction, 2006)., hlm. 1.

²⁵³ Anselm C. Strauss, dan Juliet Corbin. *Basic of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. (New York: Sage Publication, Inc., 1998)., hlm. 1.

sebagai variabel yang pasti, melainkan hanya sebagai dugaan dan prediksi. Dipandang demikian, karena pendekatan dalam penelitian ini digunakan *grounded theory* maka data-lah yang menjadi ‘parameter’ untuk melahirkan teori.

Diagram 2.9
Desain dan Variabel Riset



Tipe nasabah yang diurai dan dijadikan sebagai ‘kerangka’ untuk memahami karakter nasabah serta relasi antara agama sebagai sistem preferensi terhadap pilihan nasabah bank syariah di Bengkulu, sesungguhnya didasarkan pada kriteria yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia (2008). Setidaknya dari hasil survei yang sudah dilakukan oleh Bank Indonesia, ada 5 (lima) tipe nasabah bank syariah di Indonesia, dan tipe tersebut agaknya sangat relevan untuk memahami sistem preferensi nasabah di provinsi Bengkulu. *Pertama*, nasabah yang dikategorikan sebagai *the essentially islamic banking*. Nasabah dalam tipe ini, preferensi mereka terhadap bank selalu didasarkan pada alasan dan motivasi agama, terutama Islam. Pilihan mereka terhadap bank syariah didasarkan pada pemahaman keagamaan, serta penghayatan terhadap ajaran agama seperti riba adalah sesuatu yang haram; bank yang fondasinya didasarkan pada bunga (baca; bank konvensional) adalah bank yang melegitimasi *riba*, maka perlu dihindari; nasabah dalam tipe ini akan selalu memilih bank syariah, meskipun fasilitas yang ditawarkan bank syariah sangat terbatas dan tidak canggih.²⁵⁴

Kedua, nasabah yang dikategorikan sebagai *follower*. Ini adalah nasabah yang preferensinya terhadap bank didasarkan pada argumentasi, atau alasan-alasan yang bersipat *constructed-external reasons* atau alasan yang seutuhnya diproduksi atau dibentuk oleh faktor lingkungan.²⁵⁵ Nasabah dalam tipe ini memilih bank syariah, jika kebanyakan kolega, keluarga mereka memilih bank syariah; atau didorong oleh fasilitas yang ditawarkan oleh bank syariah lebih baik, begitu juga dengan jaringan yang dimiliki oleh bank syariah yang luas; hal lain juga didorong oleh pertimbangan

²⁵⁴ *Grand Strategy of Islamic Banking Market Development*. Jakarta: Direktorat Bank Syariah-BI, Juli-2008., hlm. 20.

²⁵⁵ *Ibid.*

jika keuntungan yang diberikan oleh bank syariah lebih tinggi dibanding bank konvensional. *Ketiga*, nasabah yang dikategori sebagai *functional*: sebuah tipe nasabah yang cenderung memilih bank dengan sistem bunga dan *non-interest* secara seimbang. Mereka cenderung memahami bahwa bank syariah yang *free-riba system* hanyalah alternatif terhadap bank konvensional. Karena itu, keduanya dapat dan boleh digunakan secara seimbang. Terlebih lagi, jika dilihat dari sistem dan variasi produk, baik bank syariah dan konvensional memiliki keunikan tersendiri, sehingga nasabah yang berkarakter *functional* akan menggunakan keduanya berdasarkan kebutuhannya.

Keempat, nasabah yang dikategorikan sebagai *obligatory*. Nasabah dalam tipe ini menggunakan atau memilih bank syariah karena disebabkan oleh alasan-alasan bisnis. Misalnya karena dimandatkan untuk menggunakan bank syariah. Nasabah ini tidak terlalu percaya pada bank syariah sebagai *free-riba banking*, seutuhnya, dan itu menurut mereka sulit diterapkan. *Kelima*, nasabah yang disebut sebagai *essentially conventional*. Nasabah ini karena beberapa kondisi selalu dan akan terus bertransaksi di bank konvensional. Alasan mereka umumnya terkait: 1) mereka selalu menggunakan bank berbasis bunga karena sudah sejak lama menjadi nasabah bank konvensional; 2) mereka menggunakan bank konvensional karena sistemnya sudah dikenal dan *familiar*; 3) bahkan mereka akan tetap menggunakan bank konvensional meskipun bank syariah sudah memiliki fasilitas; *network* dan pelayanan yang sangat baik.²⁵⁶ Terkait dengan kategori ini, pertanyaan pun muncul: “Didasarkan teori apa kategori ini dibangun? Atau, apakah kategori ini sepenuhnya didasarkan pada fakta empiris?”

Mengurai pertanyaan di atas, setidaknya ada 2 (dua) tesis yang dapat dikemukakan: *Pertama*, teori rasionalitas; pilihan rasional; pilihan konsume; hingga *shopping preference theory*, menyediakan variabel yang dapat digunakan untuk memahami preferensi nasabah bank syariah. Bagaimana pandangan tersebut dibuktikan? Berbagai teori yang sudah dipaparkan di atas menyediakan seperangkat variabel dan indikator untuk memahami *preference* nasabah. Teori rasionalitas misalnya, Max Weber sesungguhnya telah meletakkan fondasi untuk memahami perilaku individu dengan menekankan penyelidikan pada nalar yang mendasari setiap perilaku. Dalam hubungannya dengan nalar, Weber mengkategorikan nalar individu ke dalam dua bentuk, yakni: nalar instrumental dan nalar tradisional. Stephen Kelberg (1990) mengetengahkan bahwa teori Max Weber terkait rasionalitas, erat hubungannya dengan rasionalisasi. Menariknya Weber tidak hanya menyelidiki nalar sebagai sesuatu yang otentik sebagai sumber rasionalitas. Tetapi ia juga melihat nalar sebagai produk dari kekuatan dominan lainnya, misalnya agama.²⁵⁷ Max Weber tidak pernah takut mengasumsikan bahwa kekuatan transendental, doktrin agama, dan doktrin tentang keselamatan (baca: *salvation*) mempengaruhi tindakan serta perilaku manusia secara signifikan, bahkan ia menjadi pilar utama dari sosiologi secara umum.²⁵⁸ Pengaruh kekuatan transendental seperti agama terhadap nalar manusia, dapat dilacak dari tujuan setiap tindakan yang diputuskan oleh individu. Jika demikian, kekuatan transendental dalam makna yang dikemukakan oleh Weber menjadi sumber preferensi manusia selain norma-maksimalisasi.

Berbeda dengan teori rasionalitas, teori pilihan rasional lebih *concern* menjelaskan preferensi dan hubungannya dengan pilihan dari individu yang

²⁵⁶ *Ibid.*

²⁵⁷ Stephen Kelberg. *The Rationalization of Action in Max Weber's Sociology of Religion*. Journal of Sociology Theory, Vol. 8, No. 1: 1990., hlm. 58.

²⁵⁸ *Ibid.*

rasional.²⁵⁹ Teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa manusia dan perilakunya sangat ditentukan oleh preferensi yang tersedia—preferensi membantu individu untuk memilih secara rasional dari pelbagai pilihan yang ada.²⁶⁰ Pandangan ini sesungguhnya didasarkan pada kenyataan ontologis bahwa pilihan sesungguhnya ada sebelum perilaku manusia itu sendiri.²⁶¹ Pilihan eksis secara independen di luar diri manusia. Sehingga untuk memilihnya dibutuhkan seperangkat pertimbangan yang kemudian disebut dengan preferensi. Dalam prakteknya, manusia entah siapapun itu, selalu berusaha membandingkan pilihan-pilihan. Itu dilakukan guna memastikan bahwa pilihan yang ada dapat memberikan utilitas yang paling maksimal. Kondisi ini kemudian yang menjadi fondasi dari teori pilihan rasional.²⁶² Memaklumi eksplanasi tersebut, tidak berlebihan jika pilihan yang dihasilkan dari upaya membandingkan berbagai pilihan yang ada, dapat diartikan sebagai produk dari preferensi yang sepenuhnya rasional dan bertujuan atas dasar kalkulasi-rasional.

Simon (1955) memperkenalkan satu pendekatan dalam menjelaskan pilihan, dimana menurutnya tujuan memaksimalkan merupakan sesuatu yang secara virtual tidak sepenuhnya dapat direalisasikan dalam realitas.²⁶³ Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa individu hidup dan tumbuh dalam lingkungan yang sangat kompleks. Dalam konteks ini kemudian Simon memperkenalkan tesis bahwa melalui pilihan hanya memungkinkan manusia untuk memuaskan diri, tetapi tidak sampai pada level maksimalisasi.²⁶⁴ Untuk dapat memuaskan kebutuhan, setiap individu hanya membutuhkan skala prioritas. Dengan cara itu, individu dapat memutuskan mana yang terbaik dari pilihan-pilihan yang tersedia. Mengapa manusia harus dihadapkan pada pilihan-pilihan? Teori pilihan rasional menegaskan satu tesis bahwa manusia, siapapun itu, tidak mempunyai banyak pilihan apalagi memilih pilihan tersebut secara rakus.²⁶⁵ Ilustrasi sederhana: seseorang berusaha memilih satu dari 2 (dua) DVD *player*, tetapi menjelang pilihan ditetapkan ia justru dihadapkan pada pilihan ketiga. Ia harus menentukan skala dari ketiga pilihan tersebut—mana dari ketiga pilihan itu yang paling cocok dengan preferensinya, dan mampu memberikan tingkat utilitas yang lebih dibandingkan yang lain. Pilihan tentu saja dijatuhkan pada benda yang paling tinggi nilai utilitasnya.²⁶⁶ Pilihan seperti itu tentu saja dianggap normal, bahkan dapat dipastikan sebagai proses yang paling alamiah. Semua individu akan dihadapkan pada situasi dan bentuk pilihan yang serupa.

Teori yang dikemukakan di atas, lebih ditujukan sebagai ilustrasi bagaimana teori-teori yang sudah dipaparkan sebelumnya dan dipilih sebagai fondasi dalam kajian terkait perilaku dan pilihan nasabah bank syariah, diartikan sebagai kerangka pikir yang mampu membantu untuk membangun indikator serta variabel yang dapat dimunculkan untuk memahami pilihan dan alasan dibalik pilihan nasabah bank syariah di Bengkulu. Mengapa pilihan tersebut jatuh pada teori-teori yang telah diurai? Ada banyak pilihan teori, tetapi kemudian yang diasumsikan mampu menjadi fondasi dan menyediakan variabel serta indikator yang memadai dalam memahami

²⁵⁹ Barry Schwartz & Andrew Ward. *Maximizing versus Satisficing: Happiness Is a Matter of Choice*. Journal of Personality and Social Psychology: 2002., hlm. 1178.

²⁶⁰ *Ibid.*

²⁶¹ *Ibid.*

²⁶² *Ibid.*

²⁶³ *Ibid.*

²⁶⁴ *Ibid.*

²⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 1179.

²⁶⁶ *Ibid.*

pilihan dan perilaku nasabah adalah 4 (empat) teori yang sudah diurai. Namun teori-teori di atas hanya menjadi fondasi dari desain penelitian, serta membantu dalam membangun kerangka serta variabel dan indikator dari pilihan nasabah. Adapun hakikat dari pilihan nasabah hanya dapat ditentukan dari kategori yang muncul secara alamiah dari data yang tersedia, dan didapatkan dari proses penyelidikan *grounded*: sebuah penelitian yang mensyaratkan relasi alamiah antara objek dan subjek peneliti—antara partisipan dan peneliti. Dengan demikian, diharapkan bahwa hakikat pilihan nasabah muncul secara alamiah ke permukaan, sehingga dapat dinarasikan secara lebih orisinal dan otentik.[]

BAB III

GROUNDING THEORY SEBAGAI PENDEKATAN:

Uraian tentang Paradigma dan Metode Riset

“..although obtaining accurate facts is important, we address ourselves to the equally important enterprise of how the discovery of theory from data - systematically obtained and analyzed in social research - can be furthered.”

--Glaser & Strauss: 2000--

3.1. Grounded Theory sebagai Sebuah Pendekatan

Paradigma sebagai *framework* untuk observasi dan *understanding* yang menjadi penentu bagaimana cara memahami atau mengobservasi objek yang diteliti.¹ Earl Babbie menyebut paradigma dengan *frames of reference*², yang mendasari teori sosial dan penyelidikan. Dalam konteks ini teori membantu untuk menjelaskan data. Sementara paradigma menyediakan metode untuk melihat sesuatu. Paradigma tidak menjelaskan apapun, tetapi ia menyediakan apa yang diistilahkan *logical framework* dimana teori dapat diproduksi.³ Kendati demikian, baik teori maupun paradigma terjalin melalui pencarian terhadap ‘meaning’ atau makna dalam kehidupan sosial.⁴ Dalam prakteknya, teori berfungsi melalui tiga cara dalam penelitian. *Pertama*, teori mencegah perilaku yang opportunistik dalam riset. *Kedua*, teori membantu melahirkan *sense* observasi serta pola-polanya.⁵ *Ketiga*, teori dapat membentuk dan mengarahkan riset, dan mem-*pointing* temuan melalui observasi empirik.⁶

Terre Blanche dan Durrheim (1999) menyatakan bahwa paradigma riset sistem yang memandu praktek dan pemikiran dalam mendefinisikan dimensi-dimensi penelitian. Thomas Kuhn mendefinisikan paradigma sebagai sebuah kluster integratif dari konsep-konsep substantif, variabel dan persoalan yang berhubungan secara langsung dengan metodologi, pendekatan dan alam. Dengan demikian, agaknya dapat dimengerti bahwa paradigma merupakan budaya penelitian dengan ‘segopok’ kepercayaan; nilai-nilai dan asumsi yang dapat digunakan oleh peneliti. Hal ini kemudian mendorong ‘konflik’ karena adanya difrensiasi paradigma yang digunakan dalam penelitian sosial.⁷ Jack J. Baroudi (1989) mengutip pandangan Thomas Kuhn bahwa paradigma metodologis merupakan metode yang penting bagi sains dan merupakan hal yang substantif dalam satu desain penelitian.⁸ Ini menegaskan bahwa sesungguhnya paradigma selain berkorelasi dengan teori, paradigma juga menentukan pola dan corak metode yang digunakan dalam satu kajian.

¹ Earl Babbie. *The Basic Social Research*. (USA: Wadsworth, 2011)., hlm. 32.

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*, hlm. 33.

⁶ *Ibid.*

⁷ Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. (London: Sage Publication, 2000)., hlm. 163.

⁸ Wanda J. Orlikowski. *IS research Paradigm: Method versus Substance*. Paper Presented at The Academy of Management Meeting in Anaheim CA: August, 1988., hlm. 2.

Tabel 3.1
Fondasi Metafisika Paradigma Riset⁹

Item	Positivism	Postpositivism	Critical Theory et al.	Constructivism
Ontology	Naïve realism—"real" reality but apprehendable	Critical realism—"real" reality but only imperfectly and probabilistically apprehendable	Historical realism—virtual reality shaped by social, political, cultural, economic, ethnic, and gender values; crystallized over time	Relativism—local and specific constructed realities
Epistemology	Dualist/objectivist; findings true	Modified dualist/objectivist; critical tradition/community; findings probably true	Transactional/subjectivist; value-mediated findings	Transactional/subjectivist/created findings
Methodology	Experimental/manipulative; verification of hypotheses; chiefly quantitative methods	Modified experimental/manipulative; critical multipism; falsification of hypotheses; may include qualitative methods	Dialogic/dialectical	Hermeneutical/dialectical

Dari tabel 3.1 di atas terlihat bahwa setiap paradigma memiliki kekhasan. Antara satu dan lainnya cenderung berbeda. Perbedaan tersebut terdapat pada aspek ontologis, epistemologi, dan metodologi.¹⁰ Dalam konteks ini, bagaimana dengan paradigma riset ini? Riset ini intens menggunakan pendekatan *grounded theory*: sebuah pendekatan yang dapat memahami *core processes central* dari perubahan. Tidak hanya itu, *grounded theory* sesungguhnya mampu mengidentifikasi dan mendeskripsikan fenomena, atribut, dan hakikat, serta proses psikologi-sosial.¹¹ Demikian, *grounded theory* dikategorikan ke dalam paradigma seperti apa? Pendekatan *grounded theory* seringkali digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama etnografi. Sehingga tidak berlebihan jika generasi kedua yang menggunakan pendekatan *grounded theory* cenderung 'menyandingkan' pendekatan ini dengan paradigma interaksional-simbolik.¹² Mengapa demikian?

Dengan menyandingkannya dengan paradigma interaksi-simbolik, pendekatan *grounded theory* tidak hanya mampu mendokumentasikan perubahan dalam kelompok sosial, tetapi dapat juga memahami hakikat perubahan sosial.¹³ Pendekatan *grounded theory* mampu membantu peneliti melakukan sintesis data, membangun konsep dan *me-midrange* teori yang berhubungan secara langsung dengan data. Tidak berlebihan jika kemudian dipandang dan diyakini bahwa pendekatan *grounded theory* merupakan alat yang ampuh dan handal diaplikasikan dalam ilmu sosial.¹⁴ Mengapa demikian, dan dinilai handal? Kekuatan dari pendekatan *grounded theory* justru terletak pada perlakuannya terhadap data. Pendekatan ini memperlakukan data sebagai sesuatu yang orisinal dimana pendekatan ini menekankan pada *the way of thinking about data*, bukan menjadikan data sebagai hal yang dapat distandarkan.¹⁵ Ini menegaskan bahwa hubungan yang dibangun antara peneliti dan objek material, bersipat natural dan bahkan tidak berjarak. Sehingga tidak ada tujuan untuk mengontrol dan memperlakukan data sebagai sesuatu yang tidak alami, dan dapat dikontrol berdasarkan kebenaran-subjektif penyelidik. Ini kemudian yang menyebabkan pendekatan *grounded theory* hanya digunakan dalam penelitian kualitatif, dan agak

⁹ Norman Denzin. *Log.Cit.*, hlm. 165.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Janice M. Morse, et.al. *Developing Grounded Theory: The Second Generation*. (California: Left Coast Press, 2009)., hlm. 13.

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 14.

¹⁵ *Ibid.*

bertentangan dengan kuantitatif yang basis paradigmanya sepenuhnya positivistik.¹⁶ Lantas apa konsekuensi pendekatan *grounded theory* terhadap metode serta desain penelitian ini?

Anselm Strauss dan Juliet Corbin (2009) memahami bahwa *grounded theory* sebagai aktivitas pengembangan teori dan praktik penelitian sosial sebagai suatu proses yang padu.¹⁷ Dikatakan ‘padu’, karena pendekatan *grounded theory* dikembangkan langsung dari data atau, apabila telah bersesuaian dengan wilayah penelitian, teori (*grounded*) tersebut dapat diolah atau dikembangkan sesuai dengan data-data yang diperoleh sesudahnya.¹⁸ Sekilas ada persamaan antara pendekatan *grounded theory* dengan pendekatan kualitatif lainnya, terutama dari sumber dan instrumen mengumpulkan data. Pendekatan *grounded theory* ini juga menggunakan wawancara, observasi lapangan serta berbagai jenis dokumen seperti buku harian, surat, autobiografi, peristiwa sejarah, koran dan media-media lain.¹⁹ Perbedaan mendasarnya justru terletak pada pengembangan teori. Bagaimana hal tersebut dijelaskan?

Anselm Strauss dan Juliet Corbin menuturkan bahwa melalui pendekatan *grounded theory*, para peneliti bisa mencapai tujuan teoritis apa saja ketika menggunakan pendekatan tersebut.²⁰ Dan sebagian besar pendekatan ini diarahkan untuk pengembangan teori substantif: sebuah tujuan untuk mengenali substansi teori.²¹ Dengan demikian, pendekatan *grounded theory* mampu menghasilkan teori yang ‘padat’, baik secara konseptual maupun variatif, dimana teori berkonsep padat dimaknai sebagai teori yang kaya akan pengembangan dan hubungan konsep—hal ini, tulis Anselm, tentu berhubungan dengan kedalaman yang dicapai ketika menelaah data dan diperiksa secara sistematis dengan menggunakan data-data tersebut.²² Tujuan yang didesain demikian rupa, menyebabkan pendekatan *grounded theory* memiliki prosedur yang relatif unik dan berbeda tatkala dibandingkan dengan pendekatan lainnya.

Perbedaan mendasar dalam aspek prosedur, pendekatan *grounded theory* memiliki beberapa prosedur yang membuatnya jadi efektif dan akhirnya diyakini berpengaruh. Prosedur-prosedur tersebut adalah ‘perbandingan konstan’; pengajuan pertanyaan yang bersipat generatif dan berhubungan dengan konsep secara sistematis, sampling teoritis, prosedur pengkodean secara sistematis, kerangka penelitian untuk ‘memadatkan’ konsep, dan variasi dan integrasi konseptual. Prosedur lainnya adalah konseptualisasi dan pembuatan diagram ‘matriks kondisional’.²³ Matriks kondisional tersebut dapat diilustrasikan sebagai serangkaian lingkaran, atau satu lingkaran berada dalam lingkaran lainnya dan sebaliknya, setiap tingkat matriks tersebut berkorespondensi dengan berbagai aspek yang ada di dunia. Lingkaran terluar terdiri atas pernak-pernik kondisional yang paling ‘berjarak’ dengan

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (ed.). *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 349.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 350.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

²² Perspektif ini tentu berbeda dengan perspektif deskripsi padat milik Geertz, dimana Geertz menekankan pada deskripsi dan bukan konseptualisasi. *Ibid.*

²³ *Ibid.*, hlm. 351.

aksi/interaksi; sebaliknya, lingkaran terdalam terdiri atas pernak-pernik kondisional yang paling dekat dengan aksi/interaksi.²⁴ Prosedur sebagaimana yang telah diurai semangkin mengukuhkan bahwa pendekatan *grounded theory* telah menekankan pada penafsiran secara komprehensif dan radikal—“biarkan informan yang berbicara dan simak baik-baik.”²⁵ Penekanan seperti itu kemudian yang memposisikan *grounded theory* sebagai pendekatan yang mengedepankan orisinalitas dan hubungan yang alami antara peneliti dan informan. Dalam hubungannya dengan kajian ini, data seperti apa yang dibutuhkan peneliti?

3.2. Jenis Data

Ditegaskan sebelumnya oleh Anselm Strauss bahwa prosedur pengumpulan data antara pendekatan *grounded theory* dengan model deskriptif versi Geertz, tidaklah terlalu berbeda. Adakalanya melalui wawancara; observasi; dan bahkan studi kepustakaan. Tetapi tentu saja tidak semuanya diterapkan secara simultan dalam satu kajian. Pilihannya sangat tergantung pada isu penelitian, tentunya. Pilihan instrumen tersebut sangat tergantung pada jenis data apa yang ingin diproduksi dan didapatkan. Layaknya penelitian sosial lainnya, kajian ini juga mengkategorikan tiga jenis data yang akan dikumpulkan. *Pertama*, data primer, yakni data yang dihasilkan sepenuhnya melalui *indepth-interview*. Adapun bentuk-bentuk data yang dihasilkan melalui *indepth-interview* meliputi beberapa hal, yakni: rasionalisasi pilihan terhadap bank syariah, pengalaman personal (*personal-experience*) sebagai nasabah bank syariah, preferensi baik agama ataupun ekonomi sebagai fondasi pilihan. Wawancara dalam tipe tersebut (baca: *indepth-interview*) sejalan dengan karakter pendekatan *grounded theory* dimana lebih terfokus pada pengkodean atau kategorisasi data.²⁶

Kedua, data sekunder. Data ini dihasilkan dari studi kepustakaan dimana literatur-literatur yang berhubungan dalam aspek isu dan teoritis dikumpulkan kemudian dipilih serta dikategorisasi sesuai dengan kode yang dihasilkan dari data. *Ketiga*, data tersier. Data ini pada hakikatnya hanya menjadi pendukung untuk memahami dua data sebelumnya (baca: primer dan sekunder). Data-data ini bersumber dari berbagai buku, kamus yang dapat menjelaskan berbagai persoalan teknik seperti istilah teoritis yang muncul kepermukaan. Tentu saja 3 (tiga) jenis data tersebut belum sepenuhnya dianggap memadai, maka diperlukan jenis data lainnya yang dihasilkan dengan teknik yang berbeda. Data yang dimaksud adalah data-data yang didapatkan melalui kuesioner. Mengapa kuesioner diperlukan dalam pengumpulan data? Dalam perkembangannya, pendekatan *grounded theory* tidak terlalu menekankan pada teknik pengumpulan data atau *data gathering techniques*.²⁷ Namun hal tersebut bukan bermakna bahwa pendekatan *grounded theory* tidak menerapkan sama sekali teknik pengumpulan data. Perbedaan yang mendasar adanya pra-syarat bahwa data dikumpulkan dalam situasi yang alamiah dan natural. Itu kemudian mensyaratkan adanya ‘partisipasi’ tanpa paksaan dari informan untuk memberikan data dan informasi penting. Pra-syarat itupun diberlakukan dalam teknik penyebaran

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, hlm. 355.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 503.

²⁷ *Ibid.*

kuesioner. Lantas data seperti apa yang dihasilkan melalui kuesioner dalam penelitian ini?

Meminjam pandangan Earl Babbie (2011) bahwa kuesioner digunakan dalam hubungannya dengan berbagai observasi dalam penelitian sosial.²⁸ Pada umumnya kuesioner digunakan dalam penelitian survei, tetapi hal itu tidak lantas menafikan kemampuan kuesioner sebagai instrumen yang digunakan dalam penelitian eksperimen, *field research*, dan aktivitas pengumpulan data lainnya.²⁹ Ini menegaskan bahwa kuesioner dapat diartikan sebagai alat atau instrumen yang dapat membantu melakukan observasi terhadap gejala sosial, mental, atau persepsi yang bersipat psikologis. Dalam kaitannya dengan kajian yang akan dilakukan, kuesioner ditujukan untuk memetakan opini dan kognisi nasabah terhadap bank syariah. Memotret permukaan bagaimana harapan serta opini nasabah terhadap bank syariah di Bengkulu. Data-data yang didapatkan melalui kuesioner ini, akan ditampilkan secara deskriptif. Lantas bagaimana sesungguhnya posisi data yang didapatkan melalui kuesioner ini? Pada hakikatnya, data-data yang diproduksi melalui angket ini hanya diartikan sebagai data pendukung terhadap data primer. Sehingga tidak hanya pengalaman personal dalam kaitannya dengan sistem preferensi agama, yang dapat dijelaskan, tetapi harapan terhadap bank syariah juga dapat dipotret secara ‘gamblang’ dan dipermukaan. Dengan demikian, maka data-data kualitatif yang didapatkan melalui wawancara dan studi pustakan, kemudian diperkuat dengan data-data yang dihasilkan melalui kuesioner.

3.3. Sumber Data

Sebagai satu pendekatan, *grounded theory* tidak dapat dipisahkan dari paradigma yang khas. Meminjam pandangan Jane Mills, Ann Bonner dan Karen Francis (2006) bahwa *grounded theory* pada umumnya disanding pada paradigma konstruktivisme.³⁰ Niscaya bahwa paradigma konstruktivisme, umumnya disandingkan dengan pendekatan *grounded theory*, berimplikasi pada desain penelitian—metodologi, metode hingga sumber data. Hal itu kemudian dianggap bahkan sudah mentradisi sebagai konsekuensi yang mesti diperhatikan, dan dipertimbangkan dengan baik oleh peneliti. Begitu juga dalam kajian ini. Dalam hubungannya dengan pandangan tersebut, *grounded theory* sebagai satu pendekatan memiliki kekhasan serta keunikan yang kemudian membedakannya dengan pendekatan lainnya. Keunikan tersebut sangat kompleks seperti bahwa *grounded theory* memiliki apa yang diistilahkan dengan ‘*theoretical sensitivity*’: sebuah konsep multidimensional yang mampu mendorong bahkan mengkondisikan peneliti untuk terjun secara alamiah ke dalam lapangan.³¹ Dengan cara itu kemudian peneliti dapat merekonstruksi makna secara langsung dari data yang diinformasikan oleh informan yang dengan “sukarela” mengungkapkan segala hal yang terkait dengan isu-isu penelitian.

²⁸ Earl Babbie. *Log. Cit.*, hlm. 278

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Jane Mills, Ann Bonner & Karen Francis. *The Development of Constructivist Grounded Theory*. International Journal of Qualitative Methods, Vol. 5, No. 1: March-2006., hlm. 2.

³¹ *Ibid.*, hlm. 4.

Fondasi *grounded theory* adalah ‘kesukarelaan’ informan dan interaksi alamiah yang terjalin antara peneliti dan informan. Dengan proses seperti itu, peneliti melibatkan perspektif dan ‘suara’ (baca: *voices*) objek yang dikaji secara intens,³² yang melakukan interpretasi dan memberikan makna sesungguhnya bukanlah peneliti, tetapi informan secara aktif menginformasikan makna dan interpretasi. Tesis ini kemudian menjadi ‘kerangka’ dalam menentukan siapa atau informan yang akurat dalam memberikan informasi dan memungkinkan mereka sekaligus menjadi *interpreter* atau penafsir. Goffman, sebagaimana yang dinukilkan oleh Earl Babbie, pernah menegaskan bahwa *grounded theory* merupakan studi lapangan.³³ Pendekatan tersebut sepenuhnya tergantung atau determinan pada informan, yang sukarela memberikan informasi dan data-data relevan terkait dengan isu penelitian.

Kendati kemudian sebagian sarjana sosial memahami bahwa *grounded theory* sebagai satu pendekatan merupakan kombinasi antara pendekatan naturalis dan positivisme yang *concern* pada prosedur-sistematis dalam melakukan penelitian kualitatif.³⁴ Hal tersebut, tulis Anselm Strauss dan Juliet Corbin (1998), memungkinkan penyelidik untuk menjadi saintifik dan kreatif sekaligus³⁵ Berbagai deskripsi singkat terhadap filosofi pendekatan *grounded theory*, dapat ditarik benang merah ke sumber-sumber data yang lazim digunakan dalam pendekatan tersebut. Sumber data yang dimaksud adalah: *Pertama*, data primer yang berbentuk ‘penafsiran’ terhadap objek oleh informan serta pengalaman sebagai nasabah bersumber sepenuhnya dari partisipan, yang secara tegas menyatakan kesediaan untuk menjadi informan atau partisipan. *Kedua*, data-data sekunder dari berbagai yang secara langsung mengacu pada isu-isu penelitian atau paling tidak menjadi ‘kerangka’ dalam menafsirkan data seperti teori-teori yang relevan dengan pilihan serta preferensi nasabah, bersumber dari berbagai hasil riset baik dari jurnal, ataupun antologi. Tidak hanya itu, data-data sekunder juga didapatkan melalui kuesioner dimana responden tidak diambil berdasarkan teknik sampling dalam tradisi positivisme. Tetapi ditentukan berdasarkan tradisi *grounded theory* seperti atas dasar ‘kesukarelaan’ dan naturalistik. *Ketiga*, data-data tersier didapatkan melalui studi kepustakaan dimana menggunakan secara intens kamus, dan *handbook* yang secara langsung membantu peneliti menjelaskan istilah dan term yang didapatkan baik secara teoritik melalui studi kepustakaan maupun dari data yang dihasilkan dari *indepth-interview* atau wawancara mendalam.

³² *Ibid.*

³³ Earl Babbie. *Log. Cit.*, hlm. 57.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 327.

³⁵ Earl Babbie menyebutkan bahwa peneliti dengan pendekatan *grounded theory*, memungkinkan mereka melakukan hal seperti: 1) *think comparatively*, dimana peneliti mesti melakukan komparasi berbagai peristiwa sehingga dengan cara berpikir komparatif memungkinkan peneliti menghindari “bias” yang bisa saja muncul dari berbagai interpretasi terhadap *initial observations*; 2) *obtain multiple viewpoints*, dimana peneliti berusaha membedakan *the point of view* dari partisipan dalam berbagai peristiwa. Ini memungkinkan, tulis Strauss dan Corbin, bahwa peneliti menerapkan teknik observasi yang berbeda; 3) *periodically step back*: tahap ini ditandai dimana data diakumulasi dan membangun *frame of interpretations* tentang apa yang berlangsung, dan hal itu memudahkan untuk memeriksa data; 4) *maintain an attitude of skepticism*, tatkala peneliti berusaha menafsirkan data, ia akan memosisikan penafsiran tersebut sebagai produk sementara. Kemudian ia akan selalu melakukan observasi baru untuk kemudian melakukan pengujian terhadap penafsiran tersebut, tetapi bukan untuk mengkonfirmasi; 5) *follow the research procedures*, dimana pendekatan *grounded theory* memungkinkan peneliti bersikap fleksible terhadap pengumpulan data sesuai dengan teori yang akan disusun. *Ibid.*, hlm. 328.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pendekatan *grounded theory* yang digunakan dalam riset ini mendorong bahwa proses berpikir hingga pola pengumpulan data, seutuhnya mengacu pada *grounded theory*. Hal tersebut meliputi: *Pertama*, angket atau kuesioner. Hal ini sesuai dengan karakter dari pendekatan *grounded theory* yang sesungguhnya merupakan interaksi antara dua paradigma yakni positvisme dan interaksionisme.³⁶ Dengan demikian, angket/kuesioner membantu dan dapat diandalkan sebagai instrumen pengumpulan data. Dengan instrumen kuesioner ini, data dapat diproduksi dan dipertanggungjawabkan validitasnya. *Kedua*, “in-depth interview” atau wawancara mendalam. Instrumen pengumpulan data melalui wawancara mendalam sesungguhnya didorong oleh adanya variabel kualitatif seperti *religious taste*, yang secara teoritik tidak dapat terwakili oleh kuesioner. Karena itu kemudian *in-depth interview* dipilih dan digunakan secara intensif. Jika diilustrasikan, maka teknik pengumpulan data dalam riset ini dapat dipahami dari tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Instrument	Variabel	Indikator
Kuesioner	Trend Pilihan Konsumen	Faktor-Faktor Pilihan Bentuk Pilihan Motif Pilihan
<i>In-Depth Interview</i>	<i>Religious Taste</i>	<i>Sistem Preferensi Agama</i> Nalar Pilihan Rasionalisasi Pilihan

Tabel 3.2 di atas menginformasikan bahwa kajian ini menggunakan dua bentuk instrumen, yakni: *indepth-interview* dan *kuesioner*. Namun keduanya didukung pula oleh studi kepustakaan. Dalam prakteknya, *indepth-interview* dan *kuesioner* digunakan secara terpisah, dengan sumber yang juga terdifferensiasi. Mengapa demikian? Keduanya sengaja berbeda digunakan, karena hakikat dan fungsi keduanya juga terdiffrensiasi antara satu dan lainnya. Ian Bruce (2004) menegaskan bahwa kuesioner merupakan salah satu instrumen yang dianggap handal untuk mengumpulkan data, terutama dalam hubungannya dengan tujuan memetakan permukaan dari satu realitas.³⁷ Kuesioner membantu memetakan permukaan dari satu realitas sosial. Dalam hubungannya dengan kajian yang dilakukan, kuesioner membantu memetakan harapan serta opini nasabah terhadap bank syariah, terutama terkait isu-isu preferensi nasabah bank syariah. Lantas bagaimana dengan wawancara mendalam atau *indepth-interview*? Mengapa *indepth-interview* dijadikan sebagai teknik pengumpulan data primer? Apa rasionalisasi di balik pilihan tersebut?

Wawancara mendalam (baca: *indepth-interview*) dalam istilah yang lebih umum disebut juga dengan *unstructured-interview* atau wawancara tidak terstruktur, adalah

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Ian Bruce. *Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective Market Research*. (London: Kogan Page, 2004)., hlm. 1.

teknik pengumpulan data yang memberikan ruang yang lebih luas dibanding dengan tipe-tipe wawancara lainnya.³⁸ Tentu saja dalam perkembangannya, para peneliti kualitatif membedakan antara wawancara etnografis mendalam (baca: *in-depth ethnographic interview*) dengan observasi partisipan.³⁹ Adalah Malinowski yang menerapkan secara utuh wawancara mendalam (baca: *unstructured-interview*). Ia menerapkan model wawancara tersebut guna memahami kompleksitas perilaku unit atau objek-material kajiannya.⁴⁰ Dengan cara membenamkan diri pada objek yang diteliti, maka data yang kaya dengan alamiah akan ‘menampakan’ dirinya pada peneliti.⁴¹ Hal itu kemudian menjadi fondasi bagi peneliti untuk melahirkan teori yang sebelumnya tidak ter-cover dengan baik dan mendalam. Lantas, bagaimana implikasi pendekatan *grounded theory* terhadap teknik analisis data?

3.5. Teknik Analisis Data

Glaser dan Strauss (1967) menegaskan bahwa *grounded theory* yang benar-benar setia pada kehidupan sehari-hari, dalam konteks substantif, diolah dan dikembangkan dari berbagai data..hanya dengan cara inilah teori tersebut dapat mendekati realitas keseharian (apa yang benar-benar terjadi) dalam konteks substantif; dengan demikian, *grounded theory* pun dapat diterapkan pada fenomena-fenomena tersebut tanpa masalah.⁴² Pemaknaan dua peneliti sosial tersebut, menginformasikan bahwa pendekatan *grounded theory* memungkinkan peneliti melakukan analisis data secara simultan dan kontinu sepanjang penelitian dilakukan. Kendati demikian, bukan berarti pendekatan *grounded theory* tidak menerapkan pentahapan dalam analisis data. Lantas, apa saja tahap yang mesti dilakukan oleh peneliti sehingga mampu melahirkan teori dari data yang tersedia dan dihasilkan?

3.5.1. Tahap Pengolahan Data

Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss (2006) setidaknya telah mengurai tahap dan proses analisis, hingga melahirkan teori yang efektif dalam pendekatan *grounded theory*. Dalam sosiologi, satu teori dinilai efektif apabila ia mampu: 1) mampu memprediksi dan menjelaskan perilaku; 2) dapat diaplikasikan—prediksi dan penjelasan mampu membantu praktisi memahami dan melakukan kontrol terhadap situasi; 3) mampu menjadi teori yang diunggulkan; 4) menjadi perspektif terhadap satu perilaku; 5) memandu serta menyediakan satu *style* untuk penelitian tentang perilaku.⁴³ Teori efektif seperti yang diuraikan tersebut menjadi muara atau *ultimate-goals* dari penerapan pendekatan *grounded theory*. Memang sekilas, atau barangkali jika dibandingkan dengan tujuan penelitian antara pendekatan *grounded theory* dan pendekatan lainnya, sama-sama bermuara pada teori. Perbedaan yang paling jelas dan menyolok terlihat pada posisi teori dalam *grounded theory*: dimana teori digunakan

³⁸ Norman K. Denzin. *Log. Cit.*, hlm. 507.

³⁹ Lofland (1971) menegaskan bahwa kedua-duanya dapat diterapkan secara bersamaan dan simultan. Mengapa demikian? Data yang terkumpul selama observasi partisipan berasal dari wawancara informal di lapangan. *Ibid.*, hlm. 507

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 508.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*, hlm. 352.

⁴³Barney G. Glaser & Anselm L. Strauss. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. (London: Aldine Transaction, 2006)., hlm. 3.

diakhir penelitian sebagai bantuan untuk melakukan kategorisasi terhadap data yang telah dihasilkan melalui *in-depth interview*, ataupun kuesioner. Dari konteks itu kemudian setidaknya ada beberapa fase yang mesti dilalui atau dilakoni oleh peneliti untuk menghasilkan teori yang efektif.

Diagram 3.1
Proses dan Tahap Riset *Grounded Theory*⁴⁴

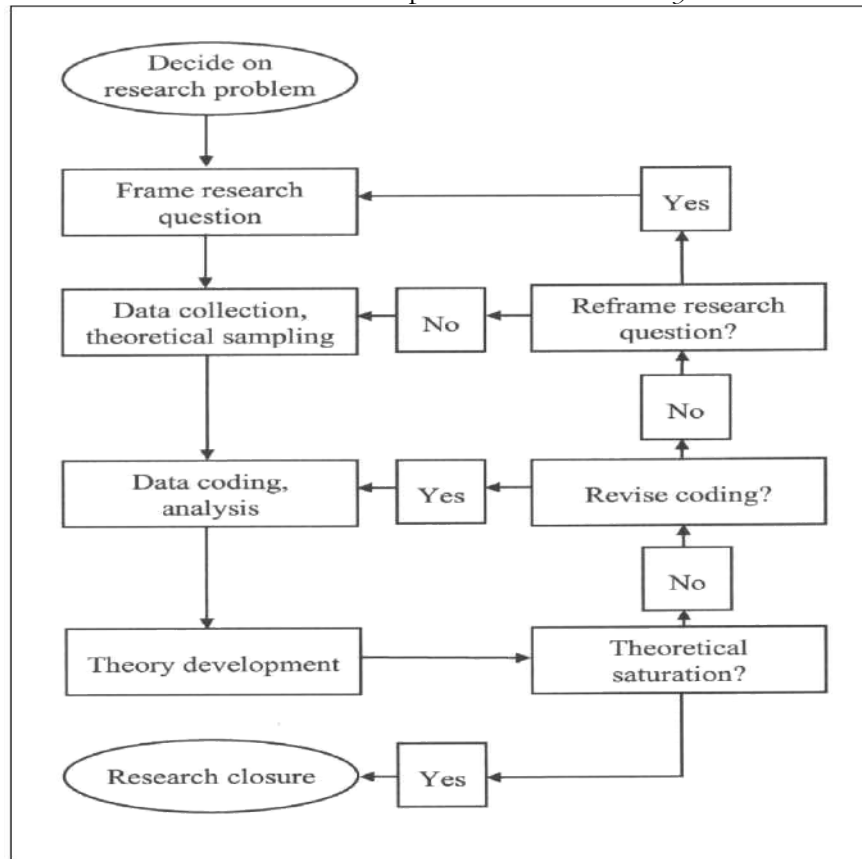


Diagram di atas menginformasikan dengan sangat jelas bahwa pendekatan *grounded theory* terdiri dari beberapa fase, yakni: menentukan isu kajian (*research problem*); menentukan *the research question* atau pertanyaan penelitian; pengumpulan data; *data coding* dan analisis, hingga pembangunan teori atau *theory development*.⁴⁵ Pertanyaan yang kemudian muncul setelah menyimak diagram di atas, apa saja tahap pengolahan data pada pendekatan *grounded theory*? Tahap pengolahan data kualitatif seperti reduksi; kategorisasi; dan display atau *drawing* agaknya sebagian masih relevan diterapkan pada pengolahan data melalui pendekatan *grounded theory*. Mengapa demikian? Pengumpulan data melalui pendekatan *grounded theory*, terutama dengan menggunakan *in-depth interview*, menjadikan data yang dihasilkan lebih bersipat mendalam dan penting. Hal itu kemudian, reduksi data terkadang porsinya tidak terlalu besar. Tetapi proses kategorisasi yang menjadi pusat dari pengolahan data pada pendekatan *grounded theory*. Hal tersebut dapat dimaklumi, karena muara dari pendekatan *grounded*

⁴⁴ Vera Bitsch. *Qualitative Research: A Grounded Theory Example and Evaluation Criteria*. Journal of Agribusiness Vol. 23, No. 1: 2005., hlm. 78.

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 77.

theory adalah munculnya teori yang relatif efektif dan tentu saja baru sebagai sebuah teori.

3.5.2. Pendekatan Analisis Data

Didasarkan pada pola, dan prosedur pendekatan *grounded theory*, riset ini seutuhnya didasarkan pada empat empat proses atau tahap dalam melahirkan teori yang mampu menjelaskan relasi antara *religious taste* dan pilihan umat Islam terhadap bank syariah di Bengkulu, proses tersebut adalah *understanding; generality; control; dan conclusion*.⁴⁶ Lebih konkritnya, proses tersebut dapat diilustrasikan melalui tabel di bawah ini

Tabel 3.3
Prosedur Analisis Data⁴⁷

Tahap	Prosedur	Unit Analisis
<i>Understanding</i>	“..berhubungan secara langsung dengan realitas satu area yang dapat dipahami melalui orang-orang yang terlibat didalamnya.”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistem <i>preferensi</i> agama ▪ Rasionalisasi Pilihan
<i>Generality</i>	“..melahirkan teori didasarkan pada kriteria yang bersipat konkret.”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bentuk relasi; ▪ Kategori Nalar.
<i>Control</i>	“..proses kontrol terhadap realitas; dan situasi, agar dapat memprediksi perubahan.”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontrol pada pilihan konsumen terhadap bank syariah
<i>Conclusion</i>	“..proses perumusan teori dari data lengkap dengan asumsi-asumsi yang bersipat final.”	Output: Teori/Penjelasan Aktual seputar topik riset.

Tabel 3.3 di atas agaknya menginformasikan bagaimana data pada pendekatan *grounded theory* dianalisis, kemudian akhirnya bermuara pada lahirnya teori. Tetapi proses tersebut belum menginformasikan pendekatan analisis seperti apa yang digunakan dalam *grounded theory*? Meminjam pandangan Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss (2006) pendekatan analisis yang seringkali diterapkan pada *grounded theory* adalah analisis komparatif. Bagaimana hal tersebut dimaknai? Komparatif analisis seringkali digunakan dalam penelitian sosiologi dan antropologi, namun pada perkembangannya komparatif analisis diterapkan secara berbeda. Kendati demikian, analisis komparatif digunakan untuk beberapa tujuan, yakni: untuk menghindari kebingungan ataupun melahirkan teori (baca: *generating theory*).⁴⁸ Lantas bagaimana tahap analisis komparatif yang dapat diterapkan pada pendekatan *grounded theory*? Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss (2006) menegaskan bahwa analisis komparatif merupakan metode umum yang terkadang bersipat eksperimental dan statistik.⁴⁹ Kendati demikian, analisis komparatif dapat digunakan terhadap berbagai unit sosial. Tidak berlebihan jika kemudian sosiolog dan antropolog menggunakan analisis komparatif untuk memproduksi teori.

⁴⁶ Barney G. Glaser & Anselm L. Strauss. *Op. Cit.*, hlm. 239-249.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 21.

⁴⁹ *Ibid.*

Demikian, setidaknya ada 4 (empat) tahap dalam menggunakan metode komparatif secara konstan, yakni: 1) *comparing incidents applicable to each category*; 2) *integrating categories and their properties*; 3) *delimiting the theory*; 4) *writing theory*.⁵⁰ Masing-masing tahap saling terintegrasi, dan mesti dilakukan secara bertahap oleh peneliti sehingga akhirnya teoripun dapat diproduksi. Secara teknik, tahap pertama (baca: *comparing incidents applicable to each category*), peneliti memulai usahanya dengan meng-coding setiap peristiwa atau *incident* yang ditemukan dalam datanya, sehingga kategoripun dapat dihasilkan dari tahap ini. Tahap kedua (baca: *integrating categories and their properties*), dimana proses ini dimulai dengan langkah sederhana—membuat memo secara singkat. Namun ‘koding’ tetap berlangsung, dan unit komparasi ditingkatkan dari satu insiden ke insiden lainnya, sehingga ‘komparasi’ dapat dilakukan secara simultan dengan memperhatikan kategori-kategori yang muncul. Tahap ketiga (baca: *delimiting the theory*), proses ini merupakan tahap dimana peneliti berusaha melakukan ‘delimitasi teori’—membatasi teori, melalui dua tahap: 1) *theory solidifies*, proses ini menekankan pada usaha untuk meminimalisir modifikasi melalui membandingkan secara ketat kategori yang muncul ke dalam properti teori. 2) reduksi.⁵¹ Tahap keempat (baca: *writing theory*), proses ini merupakan tahap dimana analisis kualitatif diterapkan secara ketat.⁵² Peneliti menganalisis data-data yang sudah dikode, memahami kumpulan memo dan teori secara simultan. Proses ini berujung ke tingkat keyakinan teoritis, hingga akhir ditulis sebagai bentuk pengukuhan teoritik atas data yang sudah dikumpulkan.[]

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 105.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 110.

⁵² *Ibid.*, hlm. 113.

BAB IV

DARI NASABAH RASIONAL HINGGA DIFUSI-RASIONAL: Interpretasi atas Relasi Preferensi Agama dengan Pilihan Nasabah Bank Syariah di Provinsi Bengkulu

“Nasabah bank syariah tidak jauh berbeda antara nasabah bank konvensional, mereka rasional sebagai seorang manusia. Tetapi hal itu tidak sepenuhnya, dan bersikap konstan. Adakalanya mereka menjadi orang yang sangat religius, tetapi juga rasional sekaligus.”

--Prof. Dr. H. Rokhimin, M.Ag: 21-10-2015--

Mahesh Patel melalui artikelnya *Influence of Religion on Shopping Behaviour of Consumers- An Exploratory Study*, telah menginformasikan bahwa perilaku konsumsi antar individu determinan dengan afiliasi keagamaan individu tersebut.¹ Lantas apakah tesis yang dikemukakan oleh Mahesh Patel tersebut juga berlaku pada perilaku nasabah bank syariah? Syed Shah Alam (2011) memaparkan hasil kajiannya terhadap perilaku konsumen muslim di Malaysia—apakah agama menjadi faktor determinan bagi perilaku mereka, dimana umumnya masyarakat Muslim di Shah Alam dan Bangi mempertimbangkan Islam sebagai sumber referensi dan mereka menjadikan Qur'an dan Sunnah sebagai referensi perilaku.² Hal tersebut dapat dimaklumi karena Islam di kalangan umat Islam diyakini sebagai panduan bagi semua aspek kehidupan, termasuk dalam aspek konsumsi.

Dalam hubungannya dengan bank syariah, umat Islam diajarkan untuk senantiasa menghindari riba. Dengan cara ini, umat Islam dapat meraih kehidupan efisien dan keberkahan.³ Tanvir Ahmed (2014) mengetengahkan hasil kajiannya terhadap nasabah Bank Islam di Pakistan, dimana pertumbuhan Bank Islam di negara tersebut tidak terlepas pada kesadaran umat Islam untuk turut dan bertanggung-jawab mengembangkan Bank Islam karena didorong keyakinan atas agama yang dianut.⁴ Bank Islam dipahami sebagai institusi yang dapat menyelamatkan umat Islam dari ‘jeratan’ industri keuangan yang berbasis pada sistem ribawi. Mengapa riba dilarang, begitu juga sistem bunga? Tidak hanya sistem ribawi menyebabkan eksploitasi, tetapi sistem bunga akan membuat umat Islam semakin lemah. Karena itu, bertransaksi pada Bank Konvensional idealnya perlu dihindari. Dalam konteks itu, Tanvir Ahmed menegaskan bahwa perbedaan mendasar antara Bank Islam dan Bank Konvensional adalah adanya pelarangan bunga atau Riba. Bank Islam dilarang untuk menerapkan *fixed-rate of return* terhadap deposit sebagai ganti terhadap bunga pada pinjaman.⁵ Design seperti ini menegaskan bahwa Bank Islam merupakan bank yang sistemnya dibangun atas fondasi dan prinsip-prinsip syariah atau Hukum Islam.

¹ Mahesh Patel. *Influence of Religion on Shopping Behavior of Consumers: An Exploratory Study*. Journal of Research in Commerce and Management, No. 1, Issue No. 5: 2010., hlm. 68.

² Syed Shah Alam, Rohani Mohd & Badrul Hisham. *Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumers Behaviour in Malaysia?*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No. 1: 2011., hlm. 83.

³ *Ibid.*, hlm. 85.

⁴ Tanvir Ahmed. *Costumers Preference toward Islamic Banking: Religious Belief or Influence of Economic Factors*. Internship Report: Brac University, 2014., hlm. 6.

⁵ *Ibid.*, hlm. 7.

Lantas, apakah hal tersebut menjadi argumentasi mengapa kemudian umat Islam memilih bertransaksi di Bank Islam?

Abdul Ghafoor Awan dan Maliha Azhar (2014) juga telah memaparkan perilaku nasabah dalam hubungannya dengan pilihan terhadap bank syariah di Pakistan, dimana pilihan nasabah terhadap bank syariah di negara tersebut dapat dinilai sebagai sesuatu yang amat kompleks. Dikatakan kompleks karena di Pakistan pilihan nasabah terhadap bank syariah tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja seperti agama, tetapi ada berbagai faktor determinan lainnya. Setidaknya sejumlah variabel untuk kemudian diistilahkan dengan faktor-faktor yang membentuk pilihan nasabah terhadap bank syariah di Pakistan, dan itu adalah: agama, profit, pelayanan, pengaruh dari teman, kualitas pelayanan, attitud staff, media massa serta citra bank.⁶ Tidak hanya itu, temuan mereka sangat menarik. Faktanya, nasabah di Pakistan mengakui bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan semakin meningkat setelah mereka bertransaksi di bank syariah.⁷ Mengapa kecenderungannya demikian? Bagaimana hal tersebut dapat terjadi?

Bank Syariah mesti punya strategi yang ‘handal’ untuk dapat mengubah budaya, dan keyakinan nasabah yang sudah telanjur ‘nyaman’ bertransaksi dengan bank konvensional. Dalam konteks ini kemudian, Abdul Ghafoor Awan dan Maliha Azhar (2014) menegaskan bahwa bank syariah mesti mampu mengubah persepsi serta mesti mampu merumuskan *grand strategy* untuk merebut nasabah bank konvensional dengan menawarkan kualitas produk dan pelayanan sebagai substitusi dari produk yang berbasis bunga.⁸ Ini menegaskan bahwa mengandalkan label syariah, dan produk yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam tidaklah cukup untuk mendorong transformasi pilihan nasabah kepada bank syariah. Tetapi usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah, mesti dibarengi dengan langkah-langkah inovatif seperti pengembangan produk berbasis kualitas dan peningkatan pelayanan berbasis pada nilai-nilai profesionalisme—berorientasi kepada konsumen. Bagaimana hal ini dimaknai?

Tesis yang diajukan dua peneliti di atas menegaskan bahwa tipikal nasabah bank di Pakistan, relatif rasional. Mereka tidak hanya mempertimbangkan faktor-faktor emosional dan primordial seperti agama, tetapi lebih dari itu ada kecenderungan untuk lebih mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi dan pragmatisme dalam memutuskan pilihan terhadap bank seperti fasilitas, produk dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh bank. Mohammad Saif Noman Khan, M. Kabir Hassan dan Abdullah Ibneyy Shahid (2013) mengemukakan kajian tentang perilaku nasabah Bank Islam di Bangladesh dimana prinsip-prinsip agama merupakan kriteria penting bagi nasabah dalam memilih Bank Islam. Namun itu bukannya satu-satu faktor determinan, masih ada faktor lain seperti demografi serta produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh bank.⁹ Semakin rasional tipe nasabah, maka akan kian kecil kemungkinan agama dipertimbangkan sebagai motivasi pilihan terhadap bank.

⁶ Abdul Ghafoor Awan & Maliha Azhar. *Consumer Behaviour towards Islamic Banking in Pakistan*. European Journal of Accounting Auditing and Finance Research, Vol. 2, No. 9: November-2014., hlm. 42.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*, hlm. 43.

⁹ Mohammad Saif Noman Khan, M. Kabir Hassan & Abdullah Ibneyy Shahid. *Banking Behaviour of Islamic Bank Customers in Bangladesh*. Journal of Islamic Economic, Banking and Finance, Vol. 1, No. 2: 2013., hlm. 159.

Rasionalitas semacam itu, sering ditemukan pada nasabah bank syariah sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya. Pertanyaannya adalah bagaimana dengan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu? Bagaimana sesungguhnya relasi antara preferensi agama dan pilihan nasabah terhadap bank syariah? Bagaimana agama memandu pilihan nasabah terhadap bank syariah? Bagaimana pula rasionalisasi serta bentuk nalar di balik pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu?

4.1. Demografi Partisipan

Pendekatan *grounded theory*, yang secara sengaja dipilih dalam riset ini, berimplikasi pada banyak hal terutama dalam hal metodologis. Tidak terkecuali dalam teknik pemilihan informan. Dalam konteks itu kemudian, sumber data dalam hal ini adalah nasabah disebut dengan partisipan. Mengapa disebut dengan ‘partisipan’? Karena karakteristik pendekatan *grounded theory* adalah naturalistik¹⁰, maka sumber data disebut dengan ‘partisipan’: sebuah istilah bagi sumber data yang dipilih berdasarkan ‘kesukarelaan’ informan untuk dijadikan sumber data. Demikian, dalam hubungannya dengan kajian ini, ada dua kelompok partisipan yang berbeda dari aspek pengumpulannya, yakni: partisipan kuesioner dan partisipan *in-depth interview*. Adapun partisipan tersebut, baik yang mengisi kuesioner secara sukarela maupun partisipan yang diwawancara secara mendalam dengan sukarela, tersebar pada beberapa Bank Syariah di Kota Bengkulu dan Curup. Mengapa hanya Kota Bengkulu dan Curup, hal itu disebabkan karena Bank Syariah umumnya tersebar di dua kota tersebut.

Peta 4.1
Distribusi Bank dan Partisipan Riset



Peta di atas agaknya menginformasikan bahwa partisipan tersebar di 5 (lima) bank syariah di Kota Bengkulu (ibu kota Provinsi Bengkulu) dan Kota Curup (ibu kota kabupaten Rejang Lebong). Bank tersebut adalah Bank Syariah Mandiri; Bank Muamalat Indonesia; Bank Rakyat Indonesia Syariah; Bank Nasional Indonesia Syariah; dan Bank Syafir, Bengkulu. Partisipan yang tersebar pada berbagai bank syariah tersebut, diambil berdasarkan kesukarelaan mereka untuk menjadi informan.

¹⁰ Naturalistik bermakna bahwa pendekatan tersebut mengisyaratkan hubungan yang alamiah antara peneliti dan sumber data—informan atau partisipan. Barney G. Glaser. *Log. Cit.*, hlm. 1.

Kendati partisipan tersebut merupakan individu yang secara sukarela untuk dijadikan sebagai sumber data—melalui kuesioner ataupun *in-dept interview*, partisipan tersebut bersipat heterogen. Mengapa dikatakan heterogen? Partisipan faktanya tersebar di beberapa bank, dan di dua kota yang terbilang besar pada provinsi Bengkulu. Dengan demikian, dapat dipastikan, dari aspek demografi, partisipan heterogen atau berbeda antara satu dan lainnya. Secara detail heterogenitas partisipan riset ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Demografi Partisipan Kuesioner

n=65 orang		
Gender	Laki-Laki	23%
	Perempuan	77%
Age	20-29 tahun	45%
	30-40 tahun	29%
	41-49 tahun	20%
	> 50 tahun	6%
Employment Status	Belum Bekerja	7%
	Pegawai Negeri/ABRI	25%
	Pegawai Swasta	3%
	Lainnya	65%
Religion	Islam	100%
Education	SD-SMP	9%
	SMU	28%
	DIII	11%
	S1	46%
	S2	6%
Income	>Rp. 1 juta	25%
	Rp. 1-2.5 juta	37%
	Rp. 2.6-5 juta	26%
	< Rp. 5 juta	10%
Marital Status	Menikah	63%
	Belum Menikah	29%
	Lainnya	8%
Ethnicity	Melayu	17%
	Rejang	22%
	Jawa	32%
	Serawai	6%
	Sunda	2%
	Minang	21%

Dari tabel di atas dapat dilihat adanya *trend* heterogenitas partisipan. Hal tersebut ditandai dengan differensiasi yang sangat jelas dan menyolok berdasarkan 8 (delapan) variabel demografi responden. *Pertama*, gender atau berdasarkan jenis kelamin, partisipan dibagi ke dalam dua variabel yakni laki-laki dan perempuan. Data menunjukkan setidaknya partisipan dengan jenis kelamin perempuan sebesar 77%. Sementara jenis kelamin laki-laki 23%. *Kedua*, dari segi umur, partisipan yang bersedia mengisi kuesioner dikategorikan ke dalam 4 (empat) kelompok, yakni: partisipan yang

berumur 20-29 tahun, sebanyak 45%; berumur 30-40 tahun sebanyak 29%; berumur 41-49 tahun sebanyak 20%; dan berumur >50 tahun sebanyak 6%. *Ketiga*, dari kategori profesi atau pekerjaan, partisipan dikategorikan ke dalam 4 (empat) kategori, yakni: belum bekerja (baca: *unemployment*) yang banyaknya adalah 7%; pegawai negeri termasuk juga ABRI sebanyak 25%; pegawai swasta 3%; dan lainnya yang mencakup ibu rumah tangga dan wiraswasta sebanyak 65%.

Keempat, dari kategori agama, partisipan yang bersedia mengisi angket tercatat 100% beragama Islam. *Kelima*, dari tingkat pendidikan agaknya dapat dikategorikan sebagai berikut: partisipan yang berpendidikan SD-SMP sebanyak 9%; berpendidikan SMU 28%; berpendidikan DIII 11%; berpendidikan S1 (strata satu) sebanyak 46%; dan S2 (strata dua) 6%. *Keenam*, berdasarkan *income* atau pendapatan, partisipan dikategori sebagai berikut: partisipan dengan pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,- sebanyak 25%; pendapatan Rp. 1.000.000,-Rp. 2.500.000,- sebanyak 37%; partisipan dengan pendapatan Rp. 2.600.000,-Rp. 5.000.000,- sebanyak 26%; dan partisipan dengan pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000,- banyaknya adalah 10%. *Ketujuh*, adapun status perkawinan atau *marital status* partisipan dikategori ke dalam, yakni: partisipan dengan status belum menikah jumlahnya 29%; dan partisipan yang sudah menikah 63%; serta status lainnya seperti bercerai sebanyak 8%. *Kedelapan*, partisipan yang dikategorikan berdasarkan etnisitas, yakni: 1) suku Melayu 17%; 2) Rejang 22%; 3) Jawa 32%; 4) Serawai 6%; 5) Sunda 2%; dan 6) partisipan yang sukunya Minang sebesar 11%. Bagaimana heterogenitas ini dipahami, dan dimaknai?

Syed Shah Alam, Rohani Mohd dan Badrul Hisham (2011) juga menggunakan kategori yang tidak jauh berbeda, bahkan relatif sama untuk memetakan partisipan dalam kajian mereka.¹¹ Ini bermakna bahwa pilihan terhadap kategori responden didasarkan argumentasi teoritis, yang khas. Dalam konteks itu pula, kategori yang digunakan dalam kajian ini terdiri dari 8 (delapan) variabel, dengan masing-masing atribut yang terdifferensiasi antara satu dan lainnya. Mengapa variabel dan atribut yang melekat padanya dipilih dalam kajian ini? Arunima Shrivastava dan Pooja Purang (2009) dalam artikelnya yang diterbitkannya, *Employee Perceptions of Job Satisfaction: Comparative Study on Indian Bank*, juga menggunakan variabel serta atribut yang relatif sama¹². Dua kajian ini semakin menegaskan bahwa pilihan terhadap variabel dan atribut yang melekat padanya, didasarkan pada kecenderungan teoritis yang telah digunakan oleh penelitian terdahulu. Kendati demikian, pilihan tersebut memiliki argumentasi logis mengapa dalam kajian diterapkan. Dalam konteks itu, setidaknya ada beberapa argumentasi yang dapat diajukan. *Pertama*, bahwa variabel jenis kelamin, umur, profesi, status perkawinan, serta pendidikan adalah variabel yang diduga membentuk pola perilaku dan menentukan tingkat kematangan seseorang dalam berpikir.

¹¹ Responden yang mengisi kuesioner, setidaknya 62.9% berpendapatan RM 2.000-4.500, dan hanya 7.8 responden yang pendapatannya berkisar RM 1.500-2000. Sementara lebih dari setengah dari responden berjenis kelamin laki-laki, yakni sebanyak 120 orang, dan 112 perempuan. Sedangkan umur responden berkisar 25-35 tahun. Data menunjukkan 32.8% responden berumur antara 26 dan 35 tahun. Sementara 154 orang responden berumur lebih dari 35 tahun. 85% responden sudah menikah. Syed Shah Alam. *Op. Cit.*, hlm. 91.

¹² Hanya saja istilah *participants* digunakan agar kajian lebih sesuai dengan pendekatan yang digunakan. Variabel yang digunakan mulai dari umur, profesi, hingga pendapatan perbulan. Lihat Arunima Shrivastava & Pooja Purang. *Employee Perceptions of Job Satisfaction: Comparative Study on Indian Banks*. Asian Academy of Management Journal, Vol. 14, No. 2: July-2009., hlm. 69.

Kedua, adapun variabel seperti agama, dan etnisitas diduga sebagai variabel yang tidak saja menentukan preferensi tetapi juga menentukan pembentukan nilai yang diyakini dan kemudian dijadikan sebagai landasan dalam berperilaku. Meminjam identifikasi yang telah dilakukan oleh Ninian Smart (2001) setidaknya ada 6 (enam) dimensi agama, yakni: doktrin, mitologi, etika, ritual, institusi sosial, dan pengalaman keagamaan.¹³ Dimensi ini menegaskan bahwa agama melalui doktrin, institusi sosial yang melekat di dalamnya dapat secara langsung ataupun tidak, mempengaruhi pola interaksi, pilihan serta perilaku individu. Lantas, apakah variabel tersebut dapat dijadikan materi untuk menjelaskan preferensi nasabah terhadap bank syariah? Tentu saja variabel-variabel yang sudah diutarakan tidak secara tunggal dapat dijadikan materi untuk menjelaskan preferensi tetapi ia hanya dijadikan sebagai potret untuk kemudian dijadikan sebagai data untuk dapat memotret profil dari partisipan yang bersedia mengisi kuesioner. Lantas bagaimana profil itu dihubungkan dengan pilihan mereka (baca: nasabah) terhadap bank syariah?

Tabel 4.2
Partisipan dan Hubungannya dengan Bank Syariah

		n=65
Lama Menjadi Nasabah	< 1 tahun	40%
	1-2 tahun	28%
	2.5-3 tahun	12%
	3.1-4 tahun	14%
	4.1-5 tahun	6%
Mengenal Bank Syariah	Dari Kolega/Sahabat	40%
	Iklan (media massa, elektronik, tv, dsb)	9%
	Promosi Marketer	48%
	Lain-lain	3%
Produk yang Dipilih	Pembiayaan (<i>murabahah, salam, istishna</i>)	15%
	Titipan (<i>wadi'ah</i>)	46%
	Deposito <i>mudharabah</i>	23%
	Lain-lain	16%

Ada 3 (tiga) variabel untuk mendeskripsikan profil nasabah dalam hubungannya dengan transaksi pada bank syariah. *Pertama*, lama menjadi nasabah bank syariah. Variabel ini memiliki 5 (lima) atribut dengan persentase: < 1 tahun dengan persentase partisipan yang menjawab 40%; 1-2 tahun sebesar 28%; 2.5-3 tahun dengan persentase 12%; 3.1-4 tahun dengan persentase 14%; 4.1-5 tahun dengan persentase 6%. Ada kecenderungan yang dapat ditarik dari tabel 4.2 di atas bahwa semakin lama waktu menjadi nasabah, semakin kecil nasabah. Artinya di Provinsi Bengkulu, nasabah relatif baru. Agaknya hal ini disebabkan oleh fakta bahwa bank syariah di Provinsi ini baru didirikan dan berkembang sekitar 6 tahun belakangan ini. Tak berlebihan jika kecenderungan terlihat bahwa umumnya di Bank Syariah, Bengkulu, nasabah relatif baru, bahkan kurang dari 1 tahun.

Kedua, mengenal bank syariah: ini variabel yang menggambarkan dari mana nasabah mengenal atau mengetahui bank syariah. Dalam konteks ini, ada 4 (empat) atribut yang diidentifikasi mampu menjelaskan profil nasabah, yakni: dari kolega—

¹³ Carl Olson. *Religious Studies: The Key Concepts*. (New York: Rutledge, 2010), hlm. 8.

partisipan yang mengakui bahwa mereka mengenal bank syariah dari kolega atau sahabat berkisar 40%; sementara nasabah yang terpapar iklan 9%; persentase terbesar yakni 48% adalah nasabah yang mengenal bank syariah dari promosi yang dilakukan oleh bagian marketing bank syariah; lain-lainnya seperti billboard, atau karena direkomendasikan atasan sebesar 3%. *Ketiga*, terkait dengan produk yang dipilih, kategori yang muncul adalah: pembiayaan seperti *murabahah*, *salam*, *istishna* dengan persentase 15%; titipan (*wadi'ah*) sebesar 46%; deposito *mudharabah* dengan persentase 23%; dan lainnya seperti sekadar mentransfer, atau menggunakan ATM bersama 16%. Bagaimana kecenderungan semacam ini dimaknai? Apakah identitas partisipan seperti tingkat pendidikan, etnisitas, dan agama dapat dimaknai sebagai pembentuk pilihan partisipan menjadi nasabah Bank Syariah?

Untuk menghubungkan variabel yang dimunculkan pada profil seperti agama, etnisitas, dan pendidikan dengan keputusan menjadi nasabah adalah hal yang kompleks, dan tidak sesederhana yang diimajinasikan. Secara empiris, pembuktian tersebut mestilah didukung oleh variabel lain lengkap dengan indikator yang ketat dan spesifik. Kendati demikian, berangkat dari literatur yang ada serta memperhatikan *trend* hasil kajian, agaknya dapat diajukan satu tesis bahwa heterogenitas partisipan jika diperhatikan dari variabel-variabel yang telah dikemukakan, tampak memiliki benang merah. Dan hal itu secara implisit menandakan adanya hubungan. Mohammad Saif Noman Khan, M. Kabir Hassan dan Abdullah Ibneyy Shadid (2013) menegaskan bahwa peneliti mesti mampu mengidentifikasi profil partisipan, tidak hanya untuk memahami karakteristik partisipan tetapi juga menjadi fondasi dalam menarik benang merah antara perilaku dan karakteristik personal, dan lingkungan yang mendasari perilaku tersebut.¹⁴ Penelitian Kabir Hassan yang juga mengidentifikasi profil partisipan, untuk kemudian mengembangkan variabel-variabel yang lebih spesifik berdasarkan isu kajian, telah membantu Kabir Hassan dalam membangun teori dari data yang didapat secara langsung dari partisipan.

Demikian, tidak berlebih jika kajian ini juga menggunakan variabel-variabel yang mendeskripsikan profil partisipan. Kemudian diikuti dengan variabel-variabel yang memotret hubungan partisipan sebagai nasabah bank syariah. Tidak hanya untuk memudahkan dalam menyusun teori, tetapi setidaknya memastikan bahwa partisipan yang bersedia mengisi kuesioner adalah sumber data yang *qualified*, dan benar-benar akurat dijadikan sebagai sumber data. Dari data yang diolah dari kuesioner, dapat dipastikan bahwa para partisipan merupakan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Hal itu menjadi fondasi atas argumentasi bahwa teori-teori yang kemudian dihasilkan dalam riset ini seutuhnya diproduksi (baca: *generating theory*) dari fakta empiris, dan fakta itu diungkapkan langsung oleh partisipan melalui kuesioner dan *in-depth interview*. Bowen dan Hedges (1993), sebagaimana yang dinukilkan oleh Mohammad Saif Noman Khan, mencatat bahwa penting mengidentifikasi segmentasi partisipan.¹⁵ Dengan demikian, akan memudahkan melakukan pengelompokan hasil temuan berdasarkan profil partisipan. Gambaran umum profil partisipan yang dihasilkan seutuhnya dari kuesioner, setidaknya menguatkan satu asumsi bahwa heterogenitas partisipan, yang ditinjau dari kategori yang khas, setidaknya menginformasikan bahwa partisipan yang sukarela mengisi

¹⁴ Mohammad Saif Noman Khan, M. Kabir Hassan & Abdullah Ibneyy Shahid. *Log. Cit.*, hlm. 166.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 167.

kuesioner diduga mampu memberikan informasi yang empiris, dan didasarkan pada pengalaman personal yang kuat. Lantas, apakah partisipan yang sukarela mengisi kuesioner memadai untuk melahirkan teori yang khas, dan terdifferensiasi dengan kajian terdahulu?

Ian Brace (2004) menegaskan bahwa kuesioner merupakan salah satu instrumen penting untuk mengumpulkan data.¹⁶ Namun dalam pendekatan tertentu, misalnya pendekatan *grounded theory*, data-data yang diperoleh melalui kuesioner terkadang tidak terlalu memadai sehingga ia diposisikan sebagai data penunjang dari data utama yang didapatkan melalui instrumen yang lebih natural dan alamiah, seperti *in-depth interview*. Hal tersebut dapat dimaklumi, karena pendekatan *grounded theory* mensyaratkan adanya interaksi alamiah antara peneliti dan partisipan. Dalam konteks tersebut, kajian ini menerapkan 2 (dua) instrumen pengumpulan data sekaligus, yakni kuesioner dan *in-depth interview*. Lantas apa differensiasi data yang dihasilkan oleh dua instrumen tersebut? Pilihan terhadap instrumen sesungguhnya determinan dengan pendekatan yang digunakan dalam kajian. Begitu juga dalam riset ini. Kuesioner dan *in-depth interview* digunakan secara simultan karena tuntutan *grounded theory*. David A. de Vaus (2012) menegaskan bahwa riset mestilah memiliki *design* yang *reasonable*, rasional dan logis.¹⁷ Pilihan terhadap kuesioner dan wawancara mendalam sesungguhnya ditujukan agar *design* penelitian ini *reasonable*. Tidak hanya itu, kedua instrumen tersebut digunakan agar data yang dihasilkan lebih komprehensif, mendalam, dan simultan. Secara teoritis, kedua instrumen tersebut digunakan untuk data yang berbeda serta partisipan yang juga berbeda.

Kuesioner digunakan untuk memetakan ekspektasi partisipan terhadap bank syariah. Sementara *in-depth interview* digunakan untuk memahami pengalaman serta preferensi partisipan dalam memilih bank syariah. Dua karakter data yang dihasilkan melalui kuesioner dan wawancara mendalam (baca: *in-depth interview*), akan menjadi fondasi untuk melahirkan teori terkait perilaku nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Jika partisipan yang dengan sukarela mengisi kuesioner berjumlah 65 (enam puluh lima) orang, tidak halnya dengan partisipan yang sukarela diwawancarai. Setidaknya ada 15 (lima belas) orang partisipan yang dengan sukarela mau dijadikan sumber data. Dari kuantitas, antara partisipan pada kuesioner dan partisipan pada wawancara mendalam, sangat berbeda jauh. Tetapi hal tersebut tentu bukan hal yang salah, aneh tetapi justru dapat dimaklumi karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *grounded theory*: sebuah pendekatan induktif dan ditujukan untuk melahirkan teori dari data atau *generating theory*. Pendekatan dikategorikan ke dalam rumpun penelitian kualitatif: sebuah penelitian yang mengisyaratkan pentingnya hubungan natural, bukan dikontrol antara peneliti dan sumber data—dalam hal ini adalah partisipan. Dengan begitu, maka jumlah partisipan yang diwawancarai secara mendalam tidak terlalu relevan. Hal terpenting dari pendekatan ini adalah sejauhmana partisipan mampu memberikan data atau informasi dalam kondisi yang alamiah, atau natural tanpa paksaan. Sehingga data yang diinformasikan dapat dinilai sebagai data yang akurat, tidak bias dan mewakili pengalaman personal yang kuat dan mendalam.

Tabel 4.3

Profil Partisipan *In-dept Interview*

¹⁶ Ian Brace. *Log. Cit.*, hlm. 1.

¹⁷ David A. de Vaus. *Research Design in Social Research*. (London: Sage Publishing, 2012)., hlm.

n=15	
Partisipan	Profil
P1	Seorang lelaki setengah baya berumur 49 (empat puluh sembilan) tahun, yang dikenal di kampung Suro Bali, Curup, sebagai seorang pendeta Buddha. Sehari-hari disamping memimpin umat Buddha, ia juga seorang petani. Ia dulunya berasal dari Bali.
P2	Seorang pendeta Kristen Protestan, berumur 62 tahun di gereja GKPI Bengkulu. Alumni dari Institut Injili Batu Malang (Strata Dua). Partisipan ini berasal dari Banyuwangi.
P3	Seorang pendeta Kristen Protestan di Kota Bengkulu, berumur 50 (lima puluh) tahun. Berasal dari grobangan Jawa Tengah. Alumni STAPIN, dan sudah menjadi pendeta selama 25 tahun. Tercatat sebagai nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bengkulu.
P4	Profesor Hukum Islam di Institut Agama Islam Negeri, Bengkulu. Ia juga memangku jabatan sebagai ketua MUI Provinsi Bengkulu serta menjabat sebagai DPS (Dewan Pengawas Syariah) Bank Syafir, Bengkulu.
P5	Laki-laki berumur 27 (dua puluh tujuh) tahun, dengan suku Rejang, dan beragama Islam. Tercatat sebagai nasabah Bank Syafir, Bengkulu.
P6	Seorang perempuan, suku Serawai, beragama Islam. Ia berumur 47 (empat puluh tujuh) tahun. Tercatat sebagai nasabah Bank Syafir, Bengkulu.
P7	Perempuan beragama Islam, dengan suku Serawai. Ia berumur 25 (dua puluh lima) tahun. Tercatat sebagai nasabah Bank Syafir, Bengkulu.
P8	Laki-laki separuh baya, berumur 58 (lima puluh delapan) tahun. Dikenal sebagai etnis Minang, yang taat dalam menjalankan agama Islam. Tercatat sebagai nasabah Bank Syafir, Bengkulu.
P9	Laki-laki berumur 27 (dua puluh tujuh) tahun. Berprofesi sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil). Etnis Sunda. Tercatat sebagai nasabah BNI Syariah, Cabang Bengkulu.
P10	Perempuan berasal dari Bukittinggi, beragama Islam. Berprofesi sebagai wiraswasta. Ia berumur 53 (lima puluh tiga) tahun. Tercatat sebagai nasabah BNI Syariah, Cabang Bengkulu.
P11	Laki-laki berumur 40 (empat puluh) tahun, beragama Islam dan sukunya adalah Serawai. Ia telah menjadi nasabah Bank Nasional Indonesia Syariah selama 4 (empat) tahun.
P12	Laki-laki beragama Islam, suku Jawa dan berprofesi sebagai PNS di Pemerintahan Provinsi Bengkulu. Umurnya 35 (tiga puluh lima) tahun. Tercatat sebagai nasabah BNI Syariah, Cabang Bengkulu.
P13	Perempuan berumur 49 (empat puluh sembilan) tahun, suku Minangkabau dan beragama Islam. Dengan profesi sebagai ibu rumah tangga. Tercatat sebagai nasabah BNI Syariah, Cabang Bengkulu.

P14	Seorang laki-laki di mata praktisi Bank Muamalat Cabang Curup terkenal ulet. Profesinya sebagai seorang pedagang. Beragama Islam, etnis Lahat dan umurnya 43 (empat puluh tiga) tahun. Tamat DIII Komputer.
P15	Seorang perempuan dengan profesi guru. Beragama Kristen, dengan umur 54 (lima puluh empat) tahun. Tercatat sebagai nasabah Bank Syafir, Cabang Curup.

Dari tabel 4.3 di atas terlihat bahwa partisipan yang dengan sukarela dijadikan sebagai sumber data bersipat heterogen. Hal itu dapat dilihat dari umur, pilihan profesi bahkan pilihan terhadap bank syariah, yang tersebar di Kota Bengkulu, dan Curup. Bahkan dari sisi agama, relatif berbeda. Agama Buddha, Kristen, meskipun mayoritas beragama Islam. Komposisi partisipan dengan tingkat heterogenitas seperti ini, setidaknya akan menjadi fondasi yang kuat untuk membangun teori dari pengalaman personal (baca: *individual experience*) masing-masing partisipan, terkait dengan pilihan mereka terhadap Bank Syariah. Bagaimana tesis ini dibuktikan sebagai sesuatu yang empiris? Apakah heterogenitas partisipan memiliki relasi dengan tipologi preferensi sebagai nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu?

4.2. Agama sebagai “*Model of*” dan “*for Reality*”:

Mekanisme Agama Memandu Perilaku dan Pilihan Nasabah

Bassam Tibi (2001) memperkenalkan dua konsep penting terkait upaya memahami agama dan hubungannya dengan perilaku manusia, yakni: *religion as a source of meaning*, dan *as incorporated into reality*.¹⁸ Bagaimana dua konsep penting tersebut dipahami? Lantas, apa benang merah antara teori Bassam Tibi dengan temuan penelitian ini? Memahami bagaimana mekanisme agama mempengaruhi paling tidak memandu perilaku manusia, maka penting mengurai fungsi agama dalam struktur sosial, dan tatanan perilaku manusia. Ada dua mashab yang berbeda dalam memahami hubungan agama dan realitas—perilaku dan pilihan manusia. *Pertama*, kelompok yang melihat adanya konflik antara kepercayaan dan realitas. Pandangan ini berangkat dari dua dikotomi, yakni agama sebagai *model of reality* dan *agama sebagai model for reality*.¹⁹ Agama sebagai *model for reality* merupakan sesuatu yang abstrak. Ia lebih terlihat sebagai *world view*, dogma, doktrin tentang realitas yang terkadang hadir sebagai hal yang tidak *congruence*, atau sebangun.²⁰ Agama dalam bentuk menjadi fondasi atau setidaknya ia menjadi panduan bagi manusia untuk mendesain realitas, agar lebih baik dan sejalan dengan nilai-nilai universal. Agama dalam bentuk ini lebih terkesan sebagai sesuatu yang normatif.²¹ Jika sudah demikian, maka agama tidak lagi menjadi wilayah yang dapat dieksperimen melainkan ia lebih tepat didekati dengan model interpretatif.²² Geertz melalui interpretatif-antropologi telah menyimpulkan bahwa

28. ¹⁸ Bassam Tibi. *Islam between Culture and Politics*. (New York: Palgrave McMillan, 2001), hlm.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

agama dalam bentuk normatif merupakan sesuatu yang bersipat kultural.²³ Ia akan lebih terlihat sebagai sesuatu yang simbolik dan sistemik.

Dalam perspektif agama, konsepsi manusia tentang realitas didasarkan sepenuhnya pada pengetahuan, tetapi didirikan atas dasar kepercayaan atau *belief* yang bersumber dari otoritas trasendental—ketuhanan.²⁴ Bentuk konsepsi tersebut tentu berbeda antara satu agama dengan agama lainnya. Misalnya, dalam agama monoteistik otoritas itu adalah Tuhan yang disebut Allah, dan segala hal yang bersumber darinya. Berbeda dengan agama primitif, yang memahami otoritas dalam bentuk spirit dan magis.²⁵ Konsepsi-konsepsi itu kemudian yang menentukan struktur sosial, perilaku bahkan interaksi yang diekspresikan oleh pemeluk agama. Berbeda dengan kemudian dengan agama sebagai *model of reality*²⁶: ia berhubungan secara langsung dengan representasi dari objek. Lebih konkrit, dan ditampilkan secara selaras dengan objek—dogma, dan norma-norma. Sederhananya, agama sebagai *model of reality* merupakan kepercayaan yang diekspresi didasarkan pada ruang, waktu dan kultur dimana agama diterima sebagai konsepsi. Agama dalam model ini kemudian yang menjadi *field* atau lapangan studi antropolog, sosiolog dan ilmuwan sosial lainnya.

Adalah Maurice Merleau-Ponty, seorang intelektual Prancis, yang telah menghabiskan usianya meneliti tentang kesadaran manusia sebagai wujud dari pengalaman. Ia pula kemudian yang mengembangkan fenomenologi dan menggunakannya dalam kajian terhadap agama. Kesadaran bagi Maurice Merleau-Ponty menjadi pusat dari semua tindakan dan perilaku manusia, termasuk dalam hubungannya dengan agama. Merleau-Ponty mengistilahkan agama sebagai *experienced-physically*.²⁷ Dapat dimaklumi jika Merleau-Ponty mengistilahkan agama sebagai pengalaman-fisik. Karena agama bagi manusia, dalam keseharian mereka, tidak hanya dijadikan sebagai panduan tetapi menjadi fondasi dari kesadaran. Ia tidak saja mewarnai tetapi membentuk pola, dan struktur perilaku manusia. Carl Olson (2011) melalui bukunya *Religious Studies*, telah menegaskan bahwa persoalan agama merupakan sesuatu yang kompleks. Kesimpulan tersebut dapat diterima, karena Carl Olson berangkat dari kesimpulan Robert Ellwood ketika ia mengunjungi Jepang untuk mempelajari agama di sana. Akhirnya ia menyimpulkan bahwa Jepang tidak memiliki agama.²⁸ Kesimpulan ini sesungguhnya sangat tergantung pada pendekatan serta aspek yang dikaji. Barangkali yang dikaji oleh Ellwood adalah ekspresi masyarakat Jepang. Ia menemukan tidak ada relasi agama yang ditemukan dalam ekspresi keseharian masyarakat Jepang. Umumnya ekspresi yang muncul ke permukaan adalah sesuatu yang rasional dan bersumber dari dimensi ekonomi, ketimbang agama.

Penjelasan lain tentang agama muncul dari kalangan antropolog. Don Seaman (2007) melalui artikelnya *Ritual Practice and Its Discontents*, telah memaparkan hakikat praktek, ritual agama. Ia mengasumsikan bahwa ritual dan praktek keagamaan

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, hlm. 29.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 28.

²⁷ Timothy K. Beal, & William E. Deal. *Theory for Religious Studies*. (New York: Routledge, 2004), hlm. 106.

²⁸ Carl Olson. *Religious Studies: The Key Concepts*. (London: Routledge, 2011), hlm. 1.

merupakan ekspresi dari keshalehan seseorang.²⁹ Tesis ini kemudian yang menjadi pijakan awal bagi antropolog untuk mengkaji ekspresi agama di pelbagai suku, negara atau komunitas agama. Clifford Geertz (1973) misalnya, melalui kajiannya yang bertajuk *The Interpretation of Culture*, ia telah sukses mengkaji agama sebagai sebuah sistem kultural. Proyek Geertz ini pula yang kembali memunculkan ke permukaan pendekatan antropologi untuk mengkaji agama. Dalam pengamatan Geertz setidaknya ada 2 (dua) karakteristik proyek antropologis dalam mengkaji agama. *Pertama*, pendekatan yang tidak menghasilkan teori-teori utama. Pendekatan yang hanya sekedar memaparkan fakta-fakta empiris *an sich*. *Kedua*, pendekatan yang mampu membangkitkan tradisi intelektual yang kuat seperti yang dilakukan oleh Durkheim, Weber, Freud, ataupun Malinowski.³⁰ Geertz lebih cenderung mengadopsi pendekatan kedua. Ia dengan teliti dan serius mengkaji agama melalui tradisi intelektual yang kuat, sehingga mampu menyimpulkan bahwa agama, tidak lain, adalah sistem kultural yang unik.

Agama sebagai sistem kultural diartikan sebagai aktivitas simbolik-keagamaan yang diekspresikan dalam keseharian.³¹ Ilustrasi dan kemudian menjadi fakta yang tidak dapat dibantah ditemukan dalam perilaku umat beragama dalam mengekspresikan keyakinan atau *belief* terkait kehidupan sehari-hari, misalnya di kalangan perempuan Muslim menutup aurat³² yang sesungguhnya bersumber dari doktrin agama. Ia tidak hanya menjadi perilaku-keagamaan tetapi kemudian menjadi identitas yang merupakan bagian dari tradisi. Tidak hanya dalam laku sehari-hari, ekspresi agama juga ditemukan dalam aktivitas yang lebih vital dalam kehidupan manusia seperti ekonomi; politik; bahkan perilaku sosial lainnya. Bagaimana hal ini dimaknai? Kembali meminjam analisis Bassam Tibi bahwa relasi agama (baca: Islam) dan perilaku individu dapat ditemukan secara massif pada komunitas Muslim. Meskipun tidak bersipat homogen. Tetapi ada kecenderungan bahwa Islam diekspresikan dalam “laku sehari-hari”. Bassam Tibi menyebutkan bahwa hal itu dapat dijelaskan secara teologis dan sosiologis dimana umat Islam percaya di luar sana hanya ada satu kebenaran absolut, dan itu berlaku sepanjang zaman, dan itu adalah Al-Qur’an yang kemudian menjadi panduan utama umat Islam dimanapun.³³ Keyakinan semacam itu kemudian yang menjadi fondasi dari perilaku umat Islam.

Tidak berlebihan jika sebagian sosiolog, bahkan juga antropolog mengasumsikan agama sebagai sistem kultural dimana agama adalah kekuatan yang paling efektif menentukan perilaku manusia. Ia tidak hanya berisi seperangkat doktrin tetapi juga mengandung nilai-nilai ideologis yang mengikat para pemeluknya.³⁴ Tesis semacam itu kemudian yang mendorong Clifford Geertz memeriksa agama dan hubungannya dengan sistem kultural masyarakat melalui ekspresi; ritual dan kesadaran di balik perilaku-beragama satu komunitas, misalnya etnis Jawa. Ini semangkin menegaskan bahwa ide-ide agama yang tertuang sebagai doktrin berkorelasi dengan realitas. Kendati demikian adakalanya dua hal itu (baca: agama

²⁹ Lihat dalam Conerly Casey, & Robert B. Edgerton. *A Companion to Psychological Anthropology*. (Malden: Blackwell Publishing, 2007), hlm. 358.

³⁰ Clifford Geertz. *The Interpretation of Culture*. (New York: Basic Books, Inc., Publishers, 1973), hlm. 87.

³¹ *Ibid.*, hlm. 112.

³² *Ibid.*, hlm. 109.

³³ Bassam Tibi. *Log. Cit.*, hlm. 29.

³⁴ *Ibid.*

dan realitas) justeru tidak berhubungan dan saling berjarak.³⁵ Geertz telah membuktikan tesis Bassam Tibi tersebut. Ia menemukan pada suku bangsa tertentu, agama tidak menjadi fondasi dari perilaku masyarakat. Namun khusus di kalangan masyarakat Muslim, Geertz menyimpulkan bahwa dimensi simbolik dari perilaku sosial umat Islam cenderung mengartikulasikan apa yang disebut dengan *religio-cultural manner*.³⁶ Persoalannya, apakah hal itu konsisten diekspresikan oleh umat Islam dalam berbagai dimensi kehidupan seperti dalam aktivitas ekonomi, khusus dalam perilaku konsumsi dan pilihan terhadap bank misalnya?

Bassam Tibi menegaskan bahwa agama sebagai *model of reality* terdiri dari simbol-simbol yang berhubungan secara langsung pada objek-ril. Ia lebih tampak sebagai ekspresi dari sesuatu yang lebih trasendental dan bersumber dari otoritas ketuhanan seperti kitab suci dan lain sebagainya. Sementara, agama sebagai *model for reality* berisikan konsep-konsep dan doktrin-doktrin utama bagi realitas.³⁷ Ia bukan sebuah model bagi realitas, tetapi bukan model realitas itu sendiri.³⁸ Dalam artian bahwa agama menyediakan seperangkat dogma, doktrin, etika, dan sistem bagi perilaku manusia dalam mendesain realitas. Kendati demikian agama bukanlah realitas itu sendiri. Mengapa tesis itu diperkenalkan oleh Bassam Tibi?

Bassam Tibi menyakini bahwa agama mampu membentuk; mewarnai realitas. Tetapi adakalanya agama tidak secara universal dijadikan sebagai pertimbangan dalam perilaku atau “laku keseharian” manusia. Ada proses yang kemudian diistilahkan dengan ‘sekularisasi’ dalam laku keseharian manusia, dimana umat beragama tidak mempertimbangkan secara utuh dogma, dan ajaran agama bagi perilaku keseharian. Dalam konteks ini kemudian tesis, “...*religion is a model for reality and not a model of it*.”³⁹ Meskipun demikian, ada hubungan gradual antara agama dan realitas, hal tersebut tentu tidak mengecilkkan arti hubungan antara agama dan perilaku manusia. Pertanyaannya, bagaimana dan dalam bentuk apa sesungguhnya agama memandu perilaku atau laku-keseharian manusia? Mensyarah hal ini, agaknya perlu mendalami kajian Bassam Tibi terhadap fungsi agama serta peran yang ‘dimainkan’ oleh agama, hingga pada akhirnya mewarnai realitas. Setidaknya ada beberapa komponen yang tidak bisa lepas dari agama. *Pertama*, agama sebagai sistem sosial: dimana agama menyediakan seperangkat institusi; pranata yang menentukan struktur sosial. *Kedua*, agama sebagai sistem kepercayaan: dalam konteks ini agama menyediakan seperangkat doktrin, dan simbol yang idealnya diekspresikan oleh pemeluk agama tersebut. Misalnya, *religious symbols* di kalangan umat Islam ditemukan pada konsepsi masyarakat tentang persatuan yang diikonisasi melalui sebutan *umma*.⁴⁰ Secara empiris, simbol-simbol tersebut diekspresikan dalam bentuk yang relatif berbeda sesuai dengan *locus*, konteks kultural⁴¹ dimana masyarakat Muslim hidup. Tesis itu dapat dibuktikan secara empiris, dan juga telah ditunjukkan oleh pelbagai kajian,

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*, hlm. 31.

³⁷ *Ibid.*, hlm. 32.

³⁸ *Ibid.*

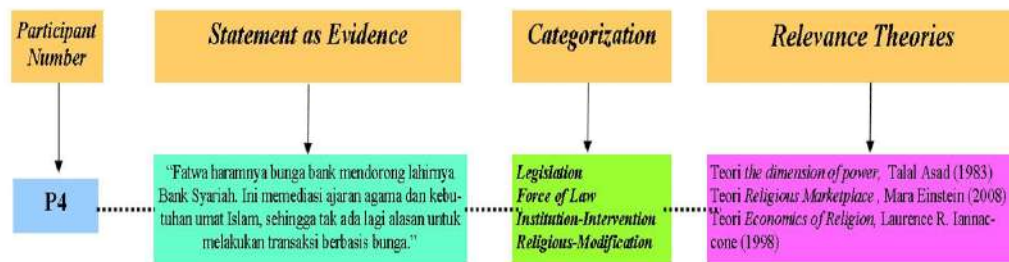
³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 32.

⁴¹ Kecenderungan semacam itu kemudian melahirkan dua istilah yakni Islam Arab dan Islam lokal, dimana Islam Arab diartikan sebagai Islam yang paling orisinal sesuai dengan representasi Islam di tempat asal dimana ia diturunkan, yakni Arab. Sementara Islam lokal merupakan Islam yang diekspresikan secara integratif-interpretatif dan terpisah serta berjarak dengan Islam orisinal yang direpresentasi di Arab.

mulai dari Clifford Geertz hingga riset yang dilakukan oleh ilmuwan sosial kotemporer seperti Bassam Tibi, misalnya. Lantas, bagaimana paparan teoritis ini dihubungkan dengan fakta yang ditemukan melalui kajian terhadap preferensi nasabah bank syariah di Bengkulu? Bagaimana sesungguhnya agama memandu pilihan mereka terhadap bank syariah?

Diagram 4.1
Relasi Institusi Agama dengan Pilihan⁴²



Adanya statemen yang kemudian dinilai sebagai fakta bahwa “..fatwa MUI terkait haramnya bunga bank, akhirnya mendorong lahirnya Bank Syariah di Indonesia. Ini kemudian memediasi antara ajaran agama dengan kebutuhan umat Islam, sehingga tak ada lagi alasan untuk melakukan transaksi dengan bank yang berbasis bunga.”⁴³ Bagaimana statemen dari partisipan ini dimaknai? Secara implisit agaknya statemen ini memunculkan 4 (empat) kategori yang akhirnya dapat menjelaskan bagaimana sesungguhnya agama memandu untuk menyebutkan membentuk pilihan nasabah bank syariah di provinsi Bengkulu. Kategori tersebut adalah: legislasi; tekanan hukum; intervensi institusi (baca: ulama); dan modifikasi agama. Demikian, kategori tersebut dapat dirasionalisasikan bahwa hadirnya Majelis Ulama Indonesia melalui fatwa haramnya bunga bank dapat ditafsirkan ke dalam beberapa kategori: *Pertama*, fatwa tersebut merupakan upaya melakukan legislasi atas haramnya bunga bank; *Kedua*, fatwa tersebut diartifikan sebagai tekanan lewat hukum (*force of law*) agar umat Islam meninggalkan transaksi bank yang berbasis pada bunga; *Ketiga*, menguatnya peran MUI melalui fatwa Dewan Syariah Nasional agaknya dapat diartikan sebagai salah satu bentuk intervensi institusi agama mendukung, dan meningkatkan *sphere-market* bank syariah di Indonesia; dan *Keempat*, terlibatnya MUI dalam industri keuangan menjadi indikator tengah terjadinya modifikasi agama.

Demikian, menjelaskan fakta atau *evidence* di atas setidaknya Talal Asad (1983) melalui artikelnya *Anthropological Conception of Religion: Reflection on Geertz*, telah menegaskan bahwa agama melalui institusi sosial yang dimilikinya seperti halnya Majelis Ulama Indonesia dapat menginstitutionalisasi ideologi, sehingga menentukan pola serta laku pemeluknya.⁴⁴ Lantas, apa hubungan proses ini dengan kekuasaan atau dimensi kekuasaan agama? Talal Asad berusaha menemukan hubungan antara kekuasaan dan agama melalui sejarah perkembangan Kristen di Barat.⁴⁵ Dari

⁴² Prof. Dr. Rokhimin, M.Ag. Interview. Tanggal 21/10/2015.

⁴³ Prof. Dr. Rokhimin, M.Ag. Interview. Tanggal 21/10/2015.

⁴⁴ Talal Asad. *Anthropological Conception of Religion: Reflections on Geertz*. Journal of Man, Vol. 18, No. 2: Juni-1983., hlm. 237.

⁴⁵ Ada dua alasan mengapa Talal Asad mencari hubungan antara kekuasaan dengan agama. *Pertama*, karena antropologi modern (komparasi pengetahuan tentang kultur manusia) kurang menaruh perhatian pada sejarah Kristen. Umumnya antropologi modern lebih tertarik mengkaji masyarakat

kajiannya tersebut ditemukan benang merah antara agama dan kekuasaan, dimana St. Augustine mengembangkan satu pandangan dalam agama kristen bahwa beragama secara kreatif akan memunculkan kekuasaan, atau daya yang khas dari agama itu sendiri.⁴⁶ Tidak hanya itu, intervensi lembaga keagamaan menjadi faktor kesuksesan realisasi kebenaran, dan penegakan disiplin beragama.⁴⁷ Dalam konteks ini kemudian intervensi Majelis Ulama Indonesia melalui produksi fatwa tentang Bank Syariah layak dipahami.

Demikian, fatwa tentang haramnya bunga bank yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dapat dimaknai sebagai intervensi institusi agama Islam ke dalam aktivitas ekonomi. Hal ini juga pernah ditegaskan oleh partisipan, “P4”, ia mengutarakan bahwa: “..Islam dengan tegas menghalalkan jual beli, tetapi mengharamkan riba. Ini perlu adanya institusi agar umat dapat mengekspresikan doktrin tersebut. Dalam konteks itu kemudian Bank Syariah didirikan, dan Bank Muamalah adalah Bank Syariah yang pertama di Indonesia. Jika institusi sudah tersedia, maka tidak ada lagi alasan bagi umat untuk bertransaksi dengan bank yang menganut sistem bunga.”⁴⁸ Doktrin larangan riba bagi umat Islam termasuk masalah pokok atau *umdaḥ masāil* yang sering dibahas, bahkan dari doktrin tersebut telah muncul berbagai teori fiqh yang kemudian menjadi fondasi dari produk-produk bank syariah. Tidak berlebihan jika kemudian persoalan riba menarik berbagai tanggapan atau ijtihad para ulama, termasuk Majelis Ulama Indonesia dengan cara mengeluarkan fatwa haramnya bunga bank.

Partisipan, “P4”, mengutarakan bahwa:

“..fatwa MUI tentang haramnya bunga bank tujuannya adalah untuk memperkuat doktrin pelarangan riba. Penguatan itu hanya bisa dilakukan melalui institusi.”⁴⁹

Secara empiris, hubungan antara Majelis Ulama Indonesia dan industri perbankan syariah termanifestasi dalam satu dewan yang berada langsung di bawah organisasi Majelis Ulama Indonesia, yakni Dewan Syariah Nasional atau DSN. Dewan ini dibentuk untuk memberikan legilasi atas produk-produk perbankan syariah.⁵⁰ Ini memperkuat satu tesis bahwa hubungan antara Majelis Ulama Indonesia merupakan hubungan kultural-politis, dimana Dewan Syariah Nasional merespon keinginan industri bank syariah untuk mendapatkan legitimasi dari otoritas agama terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh industri bank syariah di Indonesia. Dengan proses seperti ini, produk yang ditawarkan oleh bank syariah khususnya di Indonesia dapat dipahami sebagai sesuatu yang islami dan legal dalam ajaran Islam. Diharapkan kemudian ia dapat diterima oleh kalangan umat Islam. Lantas, apakah alternatif penjelasan lain untuk mengurai persoalan ini?

Mara Einstein (2008) mengemukakan satu fakta yang menarik dan relevan untuk menjelaskan mengapa kemudian bank syariah muncul, kemudian diikuti oleh

tradisional. *Kedua*, kendati Geertz tidak secara eksplisit mengkaji Kristianitas, tetapi ia lebih *concern* mengkaji komunitas *Indiv* dan komunitas agama lainnya. *Ibid.*, hlm. 238.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 242.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Prof. Dr. Rokhimin, M.Ag. Interview. Tanggal 21/10/2015.

⁴⁹ Prof. Dr. Rokhimin, M.Ag. Interview. Tanggal 21/10/2015.

⁵⁰ Prof. Dr. Rokhimin, M.Ag. Interview. Tanggal 21/10/2015.

campur tangan institusi seperti MUI dalam mendukung dan meningkatkan pangsa pasar bank syariah. Di Amerika Serikat, tulis Mara Einstein, 40-45% masyarakat Amerika Serikat memberikan perhatian pada produk-produk yang berkorelasi dengan agama.⁵¹ Ini mengisyaratkan adanya kesadaran baru yang mulai tumbuh secara global. Kesadaran tersebut disebut dengan meningkatnya spiritualitas masyarakat global, terhadap peran agama dalam realitas kekinian. Tercatat 33% orang di Inggris Raya, 27% di Italia, 21% di Jerman dan 11% di Prancis mengakui bahwa agama penting bagi mereka untuk memutuskan sesuatu dalam sektor ekonomi, politik dan sosial.⁵² Tidak berlebihan jika kemudian kecenderungan seperti ini mendorong industri mendesain produk yang memuat emosi dan label agama, seperti halnya Bank Syariah. Menguatnya peran agama dalam kehidupan manusia dewasa ini dapat diartikan sebagai menurunnya sekularisasi dan meningkatkan transendensi agama. Kondisi ini sesungguhnya sudah sejalan dengan *fitrah* manusia untuk beragama, dan menjadikan agama sebagai panduan, tidak hanya Islam tetapi hal tersebut ditemukan dalam ajaran Kristen.

Seorang partisipan, “P3”, menegaskan bahwa:

“..manusia jika ia berlaku baik dan tulus dalam mengembangkan serta meningkatkan perekonomian, ia sudah layak dinilai sebagai pejuang penegak kerajaan Tuhan. Berarti ia telah mendasarkan aktivitas ekonominya pada nilai-nilai kerajaan Tuhan.”⁵³

Statemen partisipan di atas semakin menegaskan bahwa setiap manusia, entah dari agama apapun memiliki sensitifitas terhadap agama. Secara teologis, setiap agama memiliki doktrin bagi umatnya agar melakoni kehidupan sehari-hari didasarkan pada doktrin agama. Hanya saja kesadaran akan agama itu tergerus disebabkan oleh dominannya nalar yang pragmatis, dan berorientasi untung-rugi. Bahkan seorang partisipan, “P1”, mengutarakan bahwa dalam agama Buddha juga mengajarkan doktrin pengorbanan, dimana seorang penganut ajaran Buddha sejati mesti mendasarkan perilakunya pada ajaran tersebut. Sehingga perilaku yang diperlihatkan tidaklah ‘elok’ merugikan orang lain, apalagi sampai melukai orang lain, termasuk dalam aktivitas ekonomi.⁵⁴ Berpijak dari statemen tersebut, agaknya tidaklah mengherankan jika belakangan ini ada kecenderungan bangkitnya spiritualitas baru dalam ekonomi. Mara Einstein menyebut hal itu dengan munculnya “*religious marketplace*”: sebuah kondisi dimana agama berperan secara implisit ataupun eksplisit dalam perekonomian, atau *religion operating in an unregulated market open to a variety of producers; and rational choice theory*.⁵⁵ Dalam kondisi, manusia akan memilih agama didasarkan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Kemudian Finke dan Iannaccone menteorikan hal itu dengan *supply-side explanation for religious change*.⁵⁶ Di dunia modern dimana intensi ekonomi telah terinstitusionalisasi dengan kuat, dan bahkan telah menjadi identitas, agama terkadang dimodifikasi sesuai dengan kebutuhannya dalam mencapai keinginan dan tujuan utama. Meskipun hal itu tidak dapat ditangkap secara mudah, tetapi meskipun abstrak, indikator dari kenyataan itu

⁵¹ Mara Einstein. *Marketing Religion in a Commercial Age*. (London: Routledge, 2008), hlm. 16.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Panca. Interview. Tanggal 20/10/2015.

⁵⁴ Slamet. Interview. Tanggal 12/10/2015.

⁵⁵ Mara Einstein. *Log. Cit.*, hlm. 19.

⁵⁶ *Ibid.*

dapat dipahami. Dalam konteks ini kemudian adanya peran agama memandu pilihan nasabah layak ditafsirkan.

Diagram 4.2
Ekspektasi terhadap Bank Syariah



Data diatas menginformasikan tumbuhnya kesadaran atau *consciousness* di kalangan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, dengan memilih menjadi nasabah bank syariah setidaknya ada harapan yang bisa ditumpangkan kepada bank syariah agar selalu mengedepankan nilai-nilai syariah. Hal itu mesti terlihat secara nyata, dan jelas dalam produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Ekspektasi yang dipertaruhkan oleh nasabah bagi bank syariah tentu saja dapat dinilai sebagai modalitas penting, dan itu tidak akan diperoleh pada bank konvensional. Kesadaran akan nilai-nilai agama, yang kemudian diistilahkan akan *religious awareness* menjadi penentu tingkat akseptabilitas produk bank syariah di Indonesia. Mara Einstein menyebut kondisi seperti itu dengan membaiknya “pasar religiusitas” atau *market for religion*⁵⁷ melalui munculnya industri keuangan berbasis pada nilai-nilai agama seperti bank syariah misalnya.

Mara Einstein pernah menulis bahwa:

*“..where many faiths function within a religious economy, a high degree of specialization as well as competition occurs. From this it follows that many independent religious bodies will together be able to attract a much larger proportion of a population than can be the case when only one or very few firms have free access.”*⁵⁸

Sentimen positif terhadap agama-agama dalam aktivitas ekonomi hanya mungkin muncul jika agama hadir bukan sebagai sesuatu yang koersif, dan hegemoni.⁵⁹ Industri-industri yang muncul sebagai wujud dari doktrin agama mesti

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 19.

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ *Ibid.*

bersaing dengan industri konvensional yang telah lama hadir sebagai produk dari kepentingan ekonomi *an sich*. Mara Einstein menegaskan bahwa agama berkembang seiring perannya yang kuat dalam aktivitas ekonomi, hanya bisa dan mungkin terjadi selama agama dipahami sebagai produk, bukan sebagai mandat sosial.⁶⁰ Hal itu diartikan bahwa agama yang diejawatahkan dalam industri adalah produk dari kreatifitas manusia dalam memahami dan mengembangkan doktrin agama yang sangat abstrak. Ia bukanlah sebuah tuntutan sosial yang ideologis. Menurut Mara Einstein, dalam kondisi seperti ini kemudian agama mampu memandu pilihan manusia melalui kreatifitas manusia memahami doktrin agama.⁶¹

Finke dan Iannaccone (1993) menguatkan teori Mara Einstein bahwa:

*“...the market model views churches and their clergy as religious producers who choose the characteristics of their product and the means of marketing it. Consumers in turn choose what religion, if any, they will accept and how extensively they will participate in it. In a competitive environment, a particular religious firm will flourish only if it provides a product at least as attractive as its competitors.”*⁶²

Industri yang didasarkan pada doktrin keagamaan, tulis Finke dan Iannaccone, hanya mungkin diterima dan berkembang selama ia mampu menyediakan produk yang atraktif dibanding kompetitorinya.⁶³ Demikian, agama yang dengan *rigid* menentukan batas-batas moral, etika, dan nilai-nilai universalitas yang baik, tidak berarti membatasi kreatifitas manusia untuk melahirkan produk-produk yang menguntungkan secara ekonomi. Namun kreatifitas tersebut mestilah bertanggungjawab, dan selalu berjalan di atas rel yang sudah ditetapkan oleh agama melalui batas-batas aktivitas ekonomi. Hal tersebut dianggap penting, agar industri berbasis agama seperti bank syariah dapat sejalan dengan rasionalitas manusia serta dapat sejalan dengan kebutuhan individu. Dengan demikian, agama sesungguhnya telah menjadi semangat sekaligus menjadi kerangka yang positif bagi industri keuangan seperti perbankan syariah. Dalam hubungannya dengan bank syariah di Bengkulu, bukanlah hal luar biasa jika nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu menaruh harapan agar Bank Syariah di provinsi ini terus berkembang tetapi mesti semangkin kuat didasarkan pada nilai-nilai syariah.

Penjelasan lain terhadap bagaimana mekanisme agama memandu perilaku, termasuk pilihan nasabah, berasal dari teori yang diperkenalkan oleh Laurence R. Iannaccone (1998). Ia menyebut teori tersebut dengan ‘ekonomi agama’: sebuah teori yang menjelaskan bagaimana agama meningkatkan performa ekonomi pada kondisi tertentu, bahkan melalui teori tersebut mampu menjelaskan bagaimana model ekonomi dapat dimodifikasi untuk menjawab pertanyaan yang terkait dengan *belief*, *norms*, dan *values*. Tidak hanya itu tentunya, teori ini setidaknya juga mampu mengeksplorasi bagaimana agama mempengaruhi attitude ekonomi dan aktivitas individual; kelompok dan masyarakat.⁶⁴ Lantas bagaimana kemungkinan teoritis tersebut dihubungkan dengan fakta bahwa di Provinsi Bengkulu, agama terlihat

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Ibid.*

⁶² *Ibid.*, hlm. 20.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Laurence R. Iannaccone. *Introduction to the Economics of Religion*. Journal of Economic Literature, Vol. 36: September-1998., hlm. 1465.

memandu pilihan nasabah melalui dua bentuk: *Pertama*, intervensi institusi keagamaan, misalnya melalui fatwa DSN MUI terkait produk-produk bank syariah. *Kedua*, melalui kreatifitas individu; praktisi; dan industri keuangan syariah untuk melahirkan produk-produk yang sejalan dengan doktrin Islam. Sehingga dengan demikian produk itu dapat memenuhi kebutuhan serta dapat menyaingi kompetitor. Alhasil, pasar bank syariah semakin diminati.

Laurence R. Iannaccone (1998) memahami bahwa bank syariah lengkap dengan produk yang ditawarkannya adalah bentuk nyata bagaimana agama menjadi sistem referensi bagi institusi ekonomi.⁶⁵ Tidak berlebihan jika kemudian para psikolog, antropolog, dan sosiolog memahami agama sebagai satu kategori yang paling krusial dan berpengaruh terhadap perilaku manusia. Bahkan agama mampu membentengi manusia dari pengaruh buruk "*kalkulasi rasional*."⁶⁶ Bahkan tidak hanya dalam dimensi ekonomi, agama telah menunjukkan didigjayaan pada bidang sosial, tulis Iannaccone. Faktanya di Amerika Serikat, sejak tahun 1955, sukarelawan yang berafiliasi pada agama tertentu jauh lebih banyak memberikan kontribusi pada pelayanan sosial jika dibanding dengan jumlah relawan dari kelas sosial lainnya.⁶⁷ Bahkan di berbagai kajian memperlihatkan bahwa agama telah mampu menjadi penyemangat manusia untuk meningkatkan pendapatan, dan kualitas pendidikan.⁶⁸

Max Weber jauh sebelum kajian-kajian tentang relasi agama dan mekanismenya dalam mempengaruhi perekonomian, telah memaparkan dengan detail bahwa reformasi pada tubuh Kristen Protestan telah menjadi fondasi utama bagi perkembangan kapitalisme.⁶⁹ Diperkuat oleh Samuelsson dan Tawney bahwa reformasi pada Kristen Protestan diartikan sebagai faktor utama yang menyebabkan berkembangnya kapitalisme modern.⁷⁰ Mengapa demikian? Reformasi tersebut mendorong para teolog untuk menjadikan ekonomi sebagai ukuran dari keshalehan beragama. Semakin seseorang tersebut mengejar kepentingan diri secara tulus, maka secara bersamaan ia telah membangun kerajaan Tuhan.⁷¹ Teori tersebut senada dengan statemen partisipan bahwa ketulusan dalam melakukan aktivitas ekonomi, dan didorong oleh keinginan untuk membahagiakan keluarga. Ia, secara langsung dan mungkin tanpa disadari, telah membangun kerajaan Tuhan.⁷² Agaknya jika ditarik ke dalam konteks bank syariah dan pilihan terhadapnya, maka peran Islam dalam membentuk pilihan nasabah dapat dilacak dari *belief* atau kepercayaan bahwa dengan memilih bank syariah berarti secara langsung, dan mungkin tanpa disadari telah menegakkan ajaran Islam dan memperkuat penerapan prinsip-prinsip syariah dalam sektor perbankan. Pertanyaan lain yang muncul adalah: "apakah pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu dapat diartikan sebagai praktek keagamaan sekaligus menjadi *signifèr* dari keshalehan nasabah?"

4.3. Antara Keshalehan Agama dan Orientasi-Kebutuhan:

⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 1466.

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 1468.

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 1469.

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 1470.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 1474.

⁷⁰ *Ibid.*

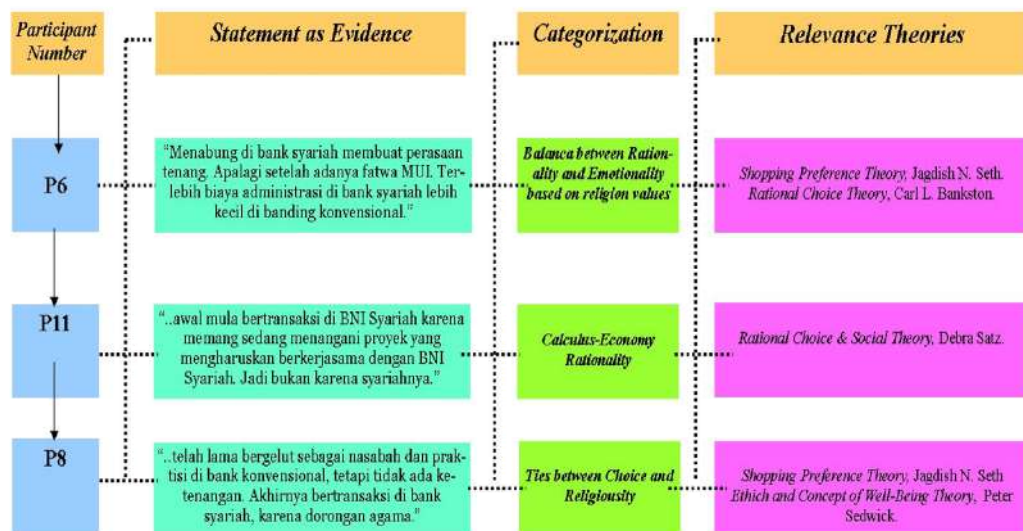
⁷¹ *Ibid.*, hlm. 1475.

⁷² Panca. Interview. Tanggal 20/10/2015.

Memahami “*Pneuma*” di Balik Pilihan Nasabah Bank Syariah

Pilihan terhadap bank syariah adalah hal yang kompleks. Karena itu tidak mudah melakukan penyimpulan secara dangkal, dengan hanya mengandalkan kajian yang mampu menangkap permukaan saja. Muhlis misalnya melalui kajiannya terhadap “perilaku menabung pada bank syariah di Jawa Tengah”, menemukan bahwa antara religiusitas dan pragmatisme ekonomi berpengaruh secara klusteral dan proporsional sesuai dengan karakter nasabah itu sendiri.⁷³ Lantas bagaimana dengan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu? Apakah tujuan di balik pilihan mereka terhadap bank syariah?

Diagram 4.3
Preferensi Pilihan Nasabah dan Teori yang Relevan



Layaknya konsumen, nasabah merupakan entitas yang kompleks. Hal itu dapat dilihat dari preferensi yang mendasari pilihan mereka terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu. Dalam hubungannya dengan tesis tersebut, melalui *in-depth interview* didapatkan data (lihat **Diagram 4.3**) bahwa setidaknya ada 3 (tiga) tipologi nasabah yang dapat dikemukakan dalam kajian ini. *Pertama*, nasabah yang memilih bank syariah, awalnya didorong oleh sentimen keagamaan dan kemudian setelah menjadi nasabah ia lebih rasional karena produk yang ditawarkan bank syariah jauh lebih kompetitif. *Kedua*, nasabah yang memilih didorong sepenuhnya oleh kebutuhan dan rasionalitas. *Ketiga*, nasabah yang sadar secara utuh bahwa menggunakan jasa bank syariah adalah kewajiban dari agama. Dengan demikian, ia merasakan hidup yang lebih tenang. Bagaimana 3 (tiga) tipologi ini dimaknai dan dihubungkan dengan keshalehan religius?

Thompson dan Tambyah (1998); Shaw dan Clarke (1998); Schouten dan McAlexander (1995) mengidentifikasi bahwa kultur merupakan faktor eksternal yang membentuk perilaku konsumsi individu.⁷⁴ Chang (2005) menguatkan bahwa pengaruh kultur terhadap kehidupan manusia sangatlah besar. Hal itu terlihat pada motif dan pilihan ketika mengkonsumsi atau berbelanja.⁷⁵ Demikian, kultur itu sendiri

⁷³ Muhlis. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. Disertasi: Program Studi Doktor (S-3) Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011., hlm. iv.

⁷⁴ Syed Shah Alam. *Log. Cit.*, hlm. 83.

⁷⁵ *Ibid.*

didefinisikan oleh Otts (1989) sebagai semua teknologi, *beliefs*, pengetahuan dan hasil pengetahuan yang dapat manusia bagi atau ditransfer ke generasi di masa akan datang.⁷⁶ Shweder (1991) memahami, termasuk di dalam kultur *pattern of behaviour, learned-responses*, asumsi dasar, kebiasaan dan *the traditional ways of thinking, feeling dan reacting*.⁷⁷ Dengan demikian, dapat dipahami bahwa subkultur, kelas sosial dan kultur adalah unsur-unsur yang saling berhubungan. Dalam konteks ini kemudian banyak ilmuwan sosial—antropolog dan sosiolog, menyimpulkan meski budaya merupakan faktor determinan dalam membentuk keinginan serta perilaku manusia, tetapi kelompok agama juga menjadi salah satu faktor penting dalam subkultur yang mempengaruhi perilaku konsumsi.⁷⁸ Bagaimana sesungguhnya mekanisme agama, dan kultur mempengaruhi perilaku manusia, khususnya nasabah bank syariah?

Peter C. Hill, Kenneth I. Pargament, dan Ralph W. Hood (2001) telah berusaha membedakan antara *pneuma (the religious spirit)* dan *psyche (the psychological soul)*.⁷⁹ Dua konsep penting ini adalah kata kunci untuk memahami bagaimana sesungguhnya agama membentuk pilihan dan perilaku manusia, terutama dalam hubungannya dengan pilihan nasabah. Secara psikologis, agama menjadi faktor yang dapat mengkonstruksi perilaku manusia tatkala individu mampu menarik agama ke wilayah kepercayaan atau *beliefs*.⁸⁰ Dengan demikian, kepercayaan mendorong lahirnya perilaku yang identik dan representatif didasarkan pada seperangkat kepercayaan yang bersumber dari agama. Pada kondisi ini kemudian pilihan yang didasarkan pada *beliefs*, mendatangkan impuls-impuls positif seperti perasaan damai dan tenang. Perasaan seperti itu kemudian yang dirasakan oleh partisipan, “P12”, dimana ia mengutarakan bahwa: “..adanya perintah agama untuk menghindari riba, dan bunga: mendorong saya untuk mencari bank alternatif seperti Bank Syariah, sehingga saya merasa aman dan tenang dengan bertransaksi di bank syariah.”⁸¹ Pengakuan partisipan tersebut mengindikasikan bahwa religiusitas telah mempengaruhi mentalitasnya sebagai seorang nasabah, sehingga ia merasa perlu dan membutuhkan transaksi yang didasarkan pada sistem Islam. Dalam perspektif psikologis, kondisi tersebut disebut dengan *religious-psyche*: sebuah kondisi mental yang dipengaruhi secara kuat oleh sistem, dan seperangkat sistem kepercayaan yang bersumber dari agama. Dalam konteks itu kemudian relasi antara agama dan prakteknya dapat ditemukan.⁸²

Elkind (1964); Fowler (1981); Goldman (1964) memahami bahwa agama dan spritualitas dibangun melalui *lifespan*.⁸³ Dengan demikian, tidak berlebihan jika psikolog mengasumsikan bahwa agama dan spritualitas secara inheren merupakan fenomena psikologi-sosial, dimana keduanya diekspresikan dalam satu kelompok dan juga mempengaruhi kelompok tersebut.⁸⁴ Demikian, pilihan nasabah terhadap bank syariah secara psikologis dapat diterjemahkan sebagai fenomena psikologi sekaligus sosial. Dinilai demikian, ungkapan partisipan untuk kemudian diposisikan sebagai

⁷⁶ *Ibid.*

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ Peter C. Hill, Kenneth I. Pargament, Ralph W. Hood, et.al. *Conceptualizing Religion and Sprituality: Points of Commodity, Point Departure*. Journal for The Theory of Social Behaviour, Vol. 30., hlm. 51.

⁸⁰ *Ibid.*, hlm. 52.

⁸¹ Bayu. Interview. Tanggal 21/10/2015

⁸² Peter C. Hill et.al., *Log. Cit.*, hlm. 53.

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ *Ibid.*

data atau *evidence* menegaskan gejala mental di balik pilihannya terhadap bank syariah seperti rasa tenang dan nyama ketika sudah memilih bank syariah. Agama dalam kondisi ini telah menjadi hal yang bersipat spritual. Ia diekspresikan, dan dibutuhkan sekaligus. Diekspresikan karena faktanya agama telah menyediakan seperangkat norma dan panduan bagi perilaku. Bertindak sesuai dengan norma tersebut mendatangkan impuls yang positif, sehingga ia menjadi gejala mental yang dapat dijelaskan melalui pernyataan dan pengakuan personal.

Menguatkan pandangan di atas, Batson; Schoenrade dan Ventis (1993) mengidentifikasi bahwa agama dan spritualitas berhubungan dengan fenomena kognitif. Hubungan tersebut dapat dilihat dari hubungan yang terbentuk antara bentuk-bentuk komitmen beragama dan pikiran yang kompleks atau *complexity of thought*.⁸⁵ Komitmen terhadap agama mendorong terbentuknya sistem pengetahuan yang sepenuhnya dibangun atas dasar kepercayaan pada nilai-nilai agama, kemudian sistem pengetahuan itu mendorong diekspresikan melalui perilaku dan tindakan. Dalam konteks psikologis, ada banyak tawaran teoritis untuk menjelaskan hubungan antara agama; spritualitas dengan perilaku manusia, termasuk juga hubungannya dengan pilihan nasabah. Mengapa agama begitu digjaya mempengaruhi dan mampu membentuk pilihan nasabah?

Wuff (1997) menjelaskan pertanyaan tersebut melalui 3 (tiga) eksplanasi: 1) agama merupakan kekuatan supernatural yang dapat memaksa individu untuk berkomitmen dengannya; 2) agama merupakan sebuah perasaan atau *feeling* yang dapat diekspresikan oleh individu dalam kondisi apapun; 3) agama mengandung dimensi ritual yang menunjukkan respek yang mendalam terhadap kekuasaan dan *power* yang dimiliki oleh agama.⁸⁶ Melalui tiga pemaknaan ini, maka pilihan nasabah terhadap bank syariah layak diartikan dalam bentuknya sebagai komitmen terhadap ajaran dan seruan Islam untuk menghindari sistem-ribawi. Komitmen ini kemudian mestilah terpenuhi, agar tidak mempengaruhi *'mood'* nasabah. Namun jika pilihan terhadap bank syariah di dasarkan pada intensi kepatuhan terhadap agama, maka pada saat itulah pilihan tersebut mendatangkan rasa tenang bagi nasabah.

Demikian, seorang partisipan, "P13", menguatkan pandangan tersebut:

"..Fatwa haramnya bunga bank 'ku ketahui dari suami. Kebetulan ia aktif di organisasi keagamaan, Muhammadiyah. Pengetahuan tersebut menyebabkan keluarga kami selalu bertransaksi pada bank syariah. Sehingga rasa aman, dan tenangpun didapatkan serta terhindar dari rasa was-was terhadap adanya unsur-unsur riba."⁸⁷

Agama mempengaruhi perilaku pemeluknya melalui doktrin tentang kehidupan yang diajarkan dalam berbagai media, terutama kitab seperti Al-Qur'an dan hadist. Namun doktrin tersebut mestilah terinstitusionalisasi dengan baik. Dalam tradisi Islam, institusionalisasi tersebut dapat terjadi melalui dukungan ulama; dan *umara'*. Pertimbangan nasabah bank syariah terhadap fatwa haramnya bunga bank yang dirumuskan oleh Majelis Ulama Indonesia, mestilah dipahami dalam konteks ini. Menguatnya kesadaran akan agama, dan doktrin yang terkandung di dalamnya pada akhirnya akan membentuk pola dan tipe ideal perilaku nasabah bank syariah. Tidak hanya sekedar berburu keuntungan, tetapi pilihan terhadap bank syariah diartikan

⁸⁵ *Ibid.*, hlm. 54.

⁸⁶ *Ibid.*, hlm. 56.

⁸⁷ Elvita. *Interview*. Tanggal 21/10/2015.

semacam representasi ketundukan atau semacam keshalehan. Penjelasan akan keshalehan ini ditemukan dalam pandangan-pandangan Spilka (1993) tentang spritualitas manusia. Ia telah membagi spritualitas itu ke dalam 3 (tiga) kategori: 1) *God-oriented sprituality*: dimana pemikiran dan praktek sepenuhnya didasarkan pada konsepsi teologis; 2) *a world-oriented sprituality* dimana individu menekankan spritualitas yang berhubungan dengan ekologi dan semesta; 3) *a humanistic (or people-oriented) sprituality*: sebuah bentuk spritualitas yang menekankan potensi kemanusiaan.⁸⁸ Pandangan Spilka ini mengisyaratkan bahwa spritualitas manusia sangatlah kompleks. Kendati kompleks, spritualitas tersebut tetap dapat dipahami melalui keputusan yang dibuat oleh individu, termasuk dalam hubungannya dengan pilihan nasabah.

Sheldrake (1992) mengajukan tesis bahwa antara agama dan spritualitas yang lahir darinya merupakan hasil interaksi antara pengetahuan agama dan *historical-cultural event* yang secara terus menerus mempengaruhi persepsi manusia terhadap berbagai hal,⁸⁹ terutama tentang aktivitas ekonomi. Jika dihubungkan dengan pilihan nasabah terhadap bank syariah, tesis tersebut menjadi sesuatu yang relevan. Pasalnya, pilihan terhadap bank syariah yang didasarkan pada dorongan atau sugesti agama tidak terbentuk begitu saja, spontan dan tanpa proses. Faktanya, pilihan umat Islam terhadap bank syariah merupakan produk dari perkembangan institusi ekonomi islam, yakni hadirnya perbankan syariah. Awalnya bertransaksi dengan bank konvensional, akhirnya dengan kemunculan bank syariah, pilihan nasabah pun mengalami transformasi—dari bank konvensional ke bank syariah.

Hal tersebut dikuatkan dengan pengakuan partisipan, “P8”, dimana:

“..setelah bertransaksi di bank konvensional dua tahun sebelumnya, rasa tenang pun tak kunjung didapatkan, terlebih setelah adanya fatwa haramnya bunga bank oleh MUI, sampai akhirnya adik saya merekomendasikan untuk mendepositokan dana yang saya punya pada bank syafir. Setelah itu kemudian saya merasakan ada yang berbeda antara bank syariah dan konvensional. Ada rasa berkah setelah saya bertransaksi di bank syariah. Perasaan itu kemudian yang menjadikan saya hingga hari bertahan sebagai nasabah bank syariah.”⁹⁰

Pauline MacLaran (2009) menulis bahwa agama layaknya budaya yang juga mengandung sistem simbol dan makna sesungguhnya menjadikan perilaku dan pilihan manusia menjadi penting, dan bermakna.⁹¹ Hal tersebut kentara, dan dapat dipahami dari statemen partisipan di atas. Secara implisit dari statemen yang dikemukakan lebih tampak sebagai spirit, atau dalam *pneuma* yang mendasari pilihan nasabah terhadap bank syariah. Pertimbangan nilai-nilai agama agaknya dapat dimaknai sebagai ‘antesenden’ dari pilihan nasabah. Disebut antesenden karena pemahaman agama tentang transaksi menjadi pengetahuan, sekaligus keyakinan individu. Pengetahuan tersebut melahirkan komitmen, hingga mesti direfleksikan dalam pilihan transaksi. Dalam konteks ini kemudian Max Weber memahami bahwa hubungan antara agama dan perilaku ekonomi, termasuk juga pilihan nasabah sebagai konsumen dapat ditemukan pada ‘spirit’ atau *pneuma* di balik perilaku manusia. Itu lah

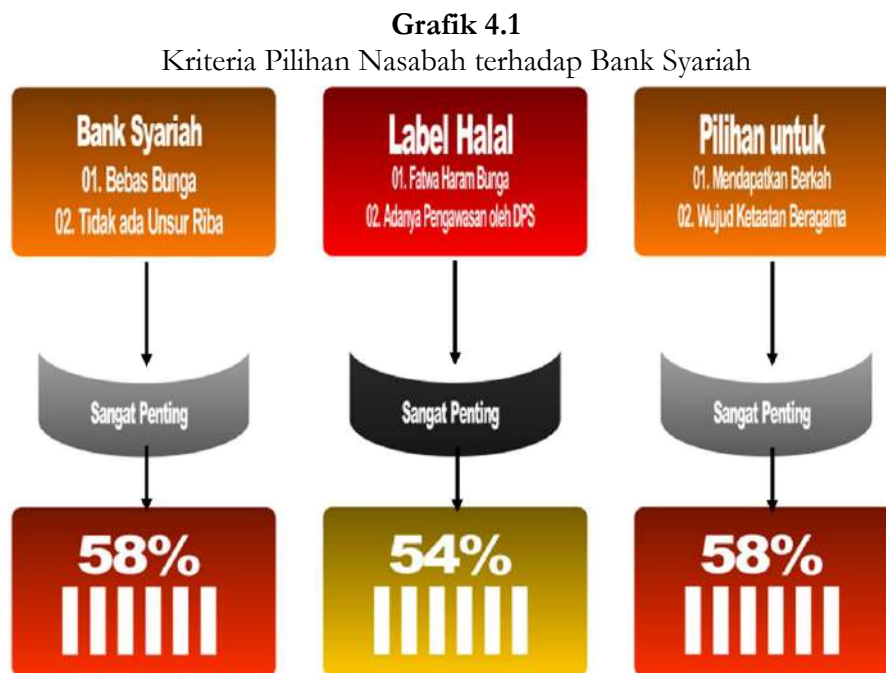
⁸⁸ Peter C. Hill et.al., *Log. Cit.*, hlm. 57.

⁸⁹ *Ibid.*, hlm. 58.

⁹⁰ Wawancara dengan Rosihan, tanggal 16/10/2015. Nasabah Bank Syafir Bengkulu.

⁹¹ Lihat Elizabeth Parsons, Pauline MacLaran. *Contemporary Issues in Marketing and Consumer Behaviour*. (Amsterdam: Elsevier, 2009)., hlm. 73.

kemudian yang disebut oleh Weber sebagai *economic consequences of religion*.⁹² dimana agama dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya menjelma menjadi spirit, hingga mampu menggerakkan individu; masyarakat; dan komunitas untuk berperilaku secara selaras dengan spirit agama tersebut. Dalam konteks ini kemudian pilihan nasabah terhadap bank syariah dimana pilihan diartikan sebagai perwujudan dari ketaatan beragama, layak dipahami. Menguatkan hal kecenderungan tersebut, agaknya perlu mengemukakan fakta kriteria yang mendorong pilihan nasabah terhadap bank syariah.



Grafik 4.1 di atas menegaskan bahwa setidaknya ada 3 (tiga) kriteria yang merepresentasikan prinsip-prinsip agama, yakni: 1) Bank syariah merupakan bank yang bebas bunga dan riba; 2) legitmasi MUI melalui fatwa terhadap produk bank syariah; 3) pilihan terhadap bank syariah ditujukan untuk mendapatkan keberkahan sekaligus menjadi wujud ketaatan beragama. Faktanya, dari 65 (enam puluh) partisipan lebih dari separuh 54-58% menganggap tiga kriteria tersebut menjadi sesuatu yang sangat penting dalam menentukan pilihan mereka terhadap bank syariah. Bagaimana fakta ini dijelaskan? Meminjam penjelasan Safiek Mokhlis (2010) melalui artikelnya *Religious Contrasts in Consumer Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison*, menegaskan bahwa agama sebagai sebuah spirit mempengaruhi perilaku konsumen, dalam hal ini adalah nasabah, melalui pembentukan struktur-personalitas nasabah—kepercayaan (*beliefs*); nilai (*values*); dan tendensi perilaku (*behavioral tendencies*).⁹³ Struktur ini kemudian yang menjadi landasan bagi keputusan untuk memilih bank syariah.

Hirschman (1983) sesungguhnya menyadari bahwa hubungan antara agama dengan pilihan konsumen, khususnya nasabah, adalah hubungan yang bersifat positif dan signifikan.⁹⁴ Hanya saja hubungan itu terlihat samar, dan sumir tatkala

⁹² Lsaurence R. Iannaccone. *Log. Cit.*, hlm. 1474.

⁹³ Safiek Mokhlis. *Log. Cit.*, hlm. 52.

⁹⁴ *Ibid.*, hlm. 53.

kebanyakan sarjana sosila lebih tertarik mengkaji aspek rasional dari pilihan konsumen. Padahal beberapa kajian penting memperlihatkan bahwa perilaku konsumen sebagai bagian dari satu komunitas agama mencerminkan pengaruh yang kuat antara agama dan perilaku konsumsi, tak terkecuali pilihan terhadap bank syariah. Hirschman (1983) menegaskan bahwa agama mempengaruhi perilaku, dan pilihan konsumen tak terkecuali nasabah melalui apa yang diistilahkan dengan *'cognitive system of the society'*: sebuah proses dimana antar individu berbagi sistem kepercayaan; nilai; ekspektasi dan perilaku secara kolektif.⁹⁵ Dalam hubungannya dengan teori, nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, sebelum mereka memutuskan pilihan terhadap bank syariah, ada antesenden seperti informasi; dorongan dari lingkungan dimana mereka hidup untuk menjadi nasabah bank syariah. Inilah kemudian yang disebut oleh Hirschman dengan *"cognitive system of society"*, bahwa bank syariah dipercaya sebagai representasi dari prinsip-prinsip syariah.

Demikian, Terpstra dan David (1991) mengemukakan 2 (dua) kesimpulan tentang bagaimana agama membentuk ataupun mewarnai pilihan konsumen. *Pertama*, agama berfungsi sebagai sebuah transmiter nilai-nilai kultural pada level makro. Demikian, agama membantu dalam proses sosialisasi yang dilakukan oleh institusi dan melibatkan konsumen—nasabah, untuk menentukan nilai dan aturan. *Kedua*, afiliasi agama mempengaruhi beberapa aspek perilaku, pilihan anggota agama-agama melalui aturan dan hal-hal tabu yang kemudian dipahami, dan dimaklumi secara kolektif.⁹⁶ Dalam hubungannya dengan pilihan nasabah bank syariah, dapat dipahami bagaimana benang merah antara agama melalui dua hal yang dikemukakan oleh Terpstra dan David (1991) tersebut. Agama melalui institusi seperti Majelis Ulama Indonesia, serta Bank Syariah mendorong terjadinya transformasi nilai-nilai religiusitas kepada umat. Baik melalui fatwa sebagai produk hukum, atau melalui promosi yang gencar dilakukan oleh bank syariah kepada umat Islam. Agama juga mendorong meningkatnya pemahaman dan kesadaran terhadap pentingnya bertransaksi dengan Bank Syariah melalui *sharing* informasi secara kolektif pada masyarakat muslim di Provinsi Bengkulu. Tidak berlebihan jika pilihan nasabah terhadap bank syariah terkadang didorong oleh lingkungan sosial melalui informasi dan rekomendasi anggota masyarakat lainnya. Kendati demikian, fakta lain juga muncul bahwa tipe nasabah pada Bank Syariah di Provinsi Bengkulu tidak hanya nasabah yang mendasarkan pilihan pada pertimbangan agama *an sich*, atau nasabah dalam tipe tersebut disebut dengan *the essentially islamic bank*: nasabah yang sadar akan prinsip-prinsip syariah sehingga dalam pilihannya selalu menghindari bunga dan riba, tetapi juga ada nasabah yang sangat rasional sebagai seorang individu.

Dalam konteks di atas, seorang partisipan, "P5", mengutarakan:

"..saya kurang mengerti konsep Bank Syariah. Karenanya hal penting bagi saya adalah Bank Syariah lebih bagus dari aspek produk, dan fasilitas yang ditawarkan kepada nasabah. Belum lagi jumlah bagi hasil, yang menurut saya sangat kompetitif dan menguntungkan."⁹⁷

Nasabah yang memutuskan pilihan terhadap bank di dasarkan pada kalkulasi untung rugi, diistilahkan dengan *follower*: tipe nasabah yang hanya mau memilih jika

⁹⁵ *Ibid.*, hlm. 55.

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ Wawancara dengan Yustardo tanggal 16/10/2015, nasabah Bank Syafir Bengkulu.

bank mampu memberikan fasilitas, pelayanan dan produk yang baik dan kompetitif. Bagaimana tipe nasabah seperti ini dijelaskan? Apakah pilihannya dipengaruhi oleh tendensi religiusitas? Pilihan tersebut dapat dikategorikan sebagai *a logical choice*: sebuah pilihan yang logis menurut perhitungan nalar.⁹⁸ Fabio Ranchetti (1998) rasionalnya seorang konsumen dalam memutuskan objek konsumsi, demikian pula halnya seorang nasabah, sangat tergantung pada pemahamannya terhadap utilitas, kesenangan, dan kepuasan.⁹⁹ Pemahaman tersebut kemudian menjadi norma, atau lebih “santer” diistilahkan dengan *norm-maximalization*. Norma itulah kemudian yang dijadikan fondasi oleh nasabah untuk memutuskan pilihan terhadap bank syariah, khususnya di Provinsi Bengkulu.

Memahami nasabah rasional, agaknya perlu meminjam asumsi Edgeworth (1871), bahwa: “*..the Economical Calculus investigates the equilibrium of a system of hedonic forces each tending to maximum individual utility; the Utilitarian Calculus, the equilibrium of a system in which each and all tend to maximum universal utility.*”¹⁰⁰ Rasionalitas nasabah yang selalu mendasarkan pilihannya pada kalkulasi ekonomi—untung atau rugi, dalam asumsi yang dikemukakan oleh Edgeworth, merupakan produk dari norma-norma utilitas: sebuah norma yang mengajarkan individu untuk selalu memaksimalkan utilitas melalui kalkulasi-utilitarian.¹⁰¹ Norma semacam itu dapat menguat seiring memudarnya pemahaman individu terhadap nilai-nilai religiusitas. Memudar bukan berarti hilang, melainkan dapat diartikan sebagai memudarnya *pneuma* atau semangat religius di dalam dirinya kemudian digantikan oleh semangat birokrasi-instrumental. Inilah kemudian yang diistilahkan oleh Max Weber dengan ‘memudarnya pesona agama.’ Penjelasan tersebut dapat ditemukan sebagai sebuah fakta pada pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu.

Partisipan, “P12”, mengungkapkan:

“..sesungguhnya saya adalah nasabah bank konvensional juga, tetapi karena saya tengah merampungkan proyek yang mengharuskan untuk menggunakan BNI Syariah, mau atau tidak saya harus menggunakan jasa bank ini. Tetapi lebih dari itu, saya merasakan dari segi pelayanan BNI Syariah juga sangat bagus.”¹⁰²

Ungkapan partisipan di atas menegaskan sisi rasionalitasnya sebagai seorang nasabah. Ia lebih mengedepankan pelayanan yang baik, dan produk yang kompetitif. Nalar tersebut menginformasikan adanya semacam kesadaran atau *conscious* aktor—nasabah, untuk melakukan kalkulasi-strategis agar mencapai tujuannya sebagai seorang *homo-economicus*.¹⁰³ Adanya nalar tersebut mengisyaratkan bahwa perilaku rasional seorang aktor, dalam hal ini nasabah merupakan sesuatu yang bersipat

⁹⁸ Lance Lindauer. *Rational Choice Theory, Grounded Theory, and Their Applicability to Terrorism*. Journal of Policy, Research & Practise. Vol. 9. Issue 2., hlm. 4.

⁹⁹ Lihat dalam Marina Bianchi (ed.). *The Active Consumer: Novelty and Surprise in Consumer Choice*. (New York: Routledge, 1998), hlm. 19.

¹⁰⁰ *Ibid.*, hlm. 26.

¹⁰¹ *Ibid.*

¹⁰² Wawancara Riswan pada Tanggal 21/10/2015, seorang nasabah BNI Syariah Cabang Bengkulu.

¹⁰³ John Scott dalam G. Browning (ed.). *Understanding Contemporary Society: Theories of The Present*. (New York: Sage Publications, 2000), hlm. 3.

psikologis¹⁰⁴. Kapan perilaku seseorang seperti halnya nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, dapat dinilai rasional? Satz dan Ferejohn (1994) mengidentifikasi bahwa perilaku seseorang dapat dinilai rasional, ketika perilaku tersebut merepresentasikan atau wujud konkrit dari norma memaksimalkan utilitas atau kepuasan pribadi. Hal itu disebut oleh Satz dan Ferejohn sebagai *the profit-maximizing behavior*¹⁰⁵: perilaku yang berorientasi pada memaksimalkan keuntungan atau *profit*. Keuntungan di sini, jika dihubungkan dengan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu adalah ekspektasi dan pengalaman mendapatkan nisbah bagi hasil yang relatif tinggi di berikan oleh bank syariah.

Perilaku rasional, termasuk di dalamnya pilihan nasabah bank syariah yang didasarkan pada fondasi rasionalitas—untung dan rugi, adalah kebalikan dari perilaku yang dibentuk oleh institusi, pengaruh kultural dan agama.¹⁰⁶ Hal yang mempengaruhi perilaku, atau pilihan nasabah terhadap bank syariah secara rasional adalah nilai-nilai instrumental seperti tujuan untuk mendapatkan keuntungan lebih melalui term bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah atau produk; fasilitas; dan pelayanan maksimal yang dapat membuat nasabah bank syariah merasa tenang, mudah dan tidak menguras banyak waktu mereka. Mengapa hal itu kemudian menjadi pertimbangan oleh nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu? Apakah pertimbangan semacam itu merupakan produk sosial atau refleksi dari kondisi psikologis nasabah? Konsep utama yang dapat menjelaskan dua pertanyaan tersebut adalah preferensi—*a particular person, object, or course of action is more desirable than another, or a choice based on such a view*, yang membantu individu memilih dari objek-objek yang diinginkan dan tersedia bagi dirinya. Preferensi adalah antesenden dari pilihan nasabah terhadap bank syariah. Dalam konteks ini, preferensi adalah hal yang kompleks. Ia bersumber dari banyak hal dan barangkali terdifferensiasi antara satu dan lainnya. Misalnya preferensi yang berasal dari agama, tentu berbeda dengan preferensi yang diproduksi dari norma-maksimalisasi versi mashab formalistik. Dalam *locus* ini kemudian idealnya perilaku dan pilihan rasional nasabah bank syariah layak dipahami.

Stephen Kalberg (1980) mengkategorikan rasionalitas menjadi 4 (empat) tipe, yakni: *practical, theoretical, substantive, dan formal*.¹⁰⁷ Lantas, bagaimana empat tipe rasionalitas tersebut dijelaskan? Bagaimana ia dihubungkan dengan pilihan rasional nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu? Max Weber menjelaskan 4 (empat) tipe rasionalitas itu sebagai berikut: *Pertama*, rasionalitas praktis mengacu pada pilihan dan tindakan individu yang sangat pragmatis, interest-egoistik.¹⁰⁸ *Kedua*, rasionalitas teoritis dimana individu lebih melibatkan *a conscious mastery of reality* melalui konstruksi konsepsi-abstrak ketimbang tindakan. Rasionalitas dalam tipe ini, tulis Max Weber, seringkali ditemukan pada profesi tertentu seperti sejarawan; dan pemain bola.

¹⁰⁴ Kendati tindakan atau pilihan rasional terlihat sebagai gejala mental. Pendekatan individualisme bukan berarti tak mampu, dan tidak bisa digunakan untuk menjelaskan perilaku semacam itu. Tetapi justru pendekatan individualisme dapat membantu memahami *pneuma* di balik perilaku rasional seorang nasabah. Debra Satz & John Ferejohn. *Log. Cit.*, hlm. 71.

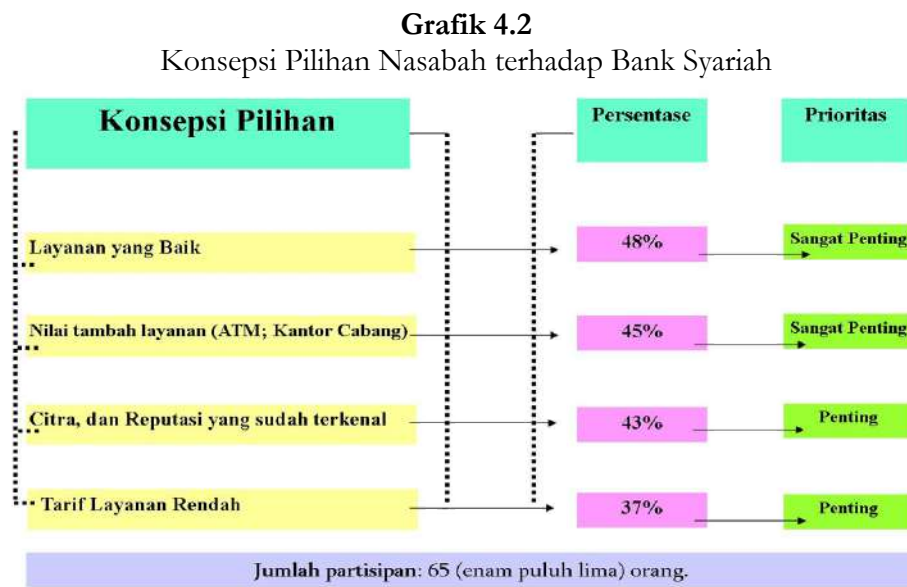
¹⁰⁵ Sebuah perilaku yang berorientasi memaksimalkan profit atau keuntungan pribadi. *Ibid.*, hlm. 79.

¹⁰⁶ Lihat Stephen L. Wuackenbush. *The Rationality of Rational Choice Theory*. Journal of International Interaction, Vol. 30: 2004., hlm. 92.

¹⁰⁷ Stephen Kalberg. *Log. Cit.*, hlm. 1145.

¹⁰⁸ *Ibid.*, hlm. 1151.

Ketiga, rasionalitas-substantif menjadikan tindakan ke dalam pola tertentu. Ia dibentuk oleh nilai-nilai kompleks yang terinstitusionalisasi secara rutin seperti memenuhi tanggung jawab, termasuk ke dalam rasionalitas tipe ini. *Keempat*, rasionalitas formal mengacu secara langsung pada *sphere of life*; dan struktur dominasi yang dibentuk oleh industrialisasi.¹⁰⁹ Lantas, pilihan rasional nasabah bank syariah lebih ‘mungkin’ dikategorikan ke tipe seperti apa? Untuk mengkategorikannya agak perlu data lain yang menunjukkan konsepsi pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu. Dan hal itu dapat dilihat dari grafik di bawah ini:



Grafik 4.2 di atas menginformasikan bahwa nasabah bank syariah memiliki konsepsi yang khas tentang pilihan terhadap bank syariah. Konsepsi tersebut sepenuhnya bersipat praktis, dan bersumber dari nalar yang sepenuhnya pragmatis, kalkulatif dan interest-egoistik. Berangkat dari data tersebut, agaknya tidak berlebihan jika rasionalitas nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, meski tidak secara universal, dapat dikategorikan sebagai rasionalitas-praktis. Indikator dari pemahaman itu dapat dilihat dari konsepsi pilihan nasabah bank syariah yang sepenuhnya sangat rasional serta merujuk secara langsung pada kriteria instrumental seperti layanan yang baik; nilai tambah layanan; citra dan reputasi bank yang sudah terkenal; dan tarif layanan yang rendah. Melampaui tipe nasabah rasional seperti yang telah diurai, apakah ada tipe lain nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu? Menariknya statemen lain diungkapkan oleh partisipan, dan statemen tersebut menjadi *evidence* akan tipologi lain dari nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Nasabah yang tidak hanya digerakkan oleh rasionalitas *an sich*—rasionalitas berorientasi praktis dan kalkulatif. Tetapi ada sentimen religiusitas yang muncul setelah menjadi nasabah. Ada perasaan lain yang dirasakan setelah menjadi nasabah bank syariah—perasaan bahwa bank syariah lebih merepresentasikan prinsip-prinsip syariah; lebih mengutamakan etika; serta menimbulkan perasaan tenang.

Partisipan, “P7”, mengutarakan:

¹⁰⁹ *Ibid.*, hlm. 1151-1158.

“...diawali dari tawaran bagi hasil yang kompetitif dari bank syariah, akhirnya saya depositokan sejumlah dana, berharap mendapatkan bagi hasil dan keuntungan yang lebih tinggi. Seiring waktu, tanpa disadari ada semacam kesadaran yang muncul dari diri bahwa bank syariah sesungguhnya berbeda. Perasaan itu kemudian menimbulkan ketenangan, terasa berkah saja penghasilan yang diterima dari dana yang didepositokan.”¹¹⁰

Ungkapan partisipan di atas menegaskan satu kondisi psikologis dimana pilihan terhadap Bank Syariah awalnya didorong oleh rasionalitas yang sepenuhnya bersipat praktis, dan instrumental. Namun seiring waktu, rasionalitas itu mulai tergantikan oleh kesadaran transendental—bahwa bank syariah berbeda dengan bank konvensional dari segi sistem dan nilai-nilai yang mendasarinya. Kesadaran semacam ini tentu berbeda dengan kesadaran yang sepenuhnya digerakkan dari awal oleh sistem kognisi yang sudah terkonstruksi bahwa bank syariah berbeda jika dibandingkan dengan bank konvensional. Kesadaran yang terakhir dibentuk oleh seperangkat pengetahuan. Tetapi tidak dengan kesadaran yang muncul setelah berinteraksi secara langsung dengan bank syariah, meskipun awalnya pilihan dimotivasi oleh hasrat mendapatkan keuntungan melalui tingkat bagi hasil yang tinggi ditawarkan oleh bank syariah. Bagaimana fakta-fakta ini dimaknai? Apakah ada indikasi bahwa pilihan terhadap bank syariah merupakan keshalehan serta menjadi perwujudan dari doktrin Islam?

Keshalehan sesungguhnya tidak muncul sebagai sesuatu yang *taken for granted*, spontan dan minus nalar. Justeru keshalehan merupakan perwujudan dari *feeling; emotion; dan spirit* yang diproduksi dari keyakinan terhadap esensi-transenden dan doktrin keagamaan tentang leluhur dalam kehidupan. Dalam konteks ini kemudian pilihan nasabah bank syariah yang didasari oleh nilai-nilai kultural dan sub-kultur seperti agama layak dipahami. Stulz dan Williamson (2003) menegaskan hal itu melalui kajiannya bahwa agama merupakan ‘kekuatan’ yang dapat menjelaskan perilaku pemeluknya. Begitu juga kemudian kajian Jędrzej Białkowski, Ahmad Etebari dan Tomasz Piotr Wisniewski (2010) menegaskan bahwa agama melalui ritual; institusi; dan nilai-nilai yang diinternalisasi kepada pemeluknya mampu mendorong transformasi perilaku—dari *chaos* menjadi pribadi yang shaleh.¹¹¹ Berangkat dari teori tersebut agaknya dapat dipahami bahwa pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, terutama pilihan yang didasari pada nilai-nilai kultural dan sub-kultur seperti pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah, diartikan sebagai keshalehan dan praktek keagamaan. Tetapi hal itu tentu tidak berlaku pada pilihan yang sepenuhnya didasarkan pada nalar instrumental dalam menentukan pilihan terhadap bank syariah di Bengkulu.

4.4. Dari Nalar Instrumental hingga Nalar Tradisional: Rasionalisasi Pilihan Nasabah Bank Syariah

¹¹⁰ Wawancara dengan Tika, nasabah Bank Syafir Bengkulu. Pada tanggal 16/10/2015.

¹¹¹ Jędrzej Białkowski, Ahmad Etebari & Tomasz Piotr Wisniewski. *Piety and Profits: Stock Market Anomaly during the Muslim Holy Month*. Working Paper, No. 52/2010: University of Canterbury., hlm. 4.

Stephen Kalberg (1990) menukulkan kembali konsep kualifikasi religius Weber, dimana konsep tersebut menjadi fondasi untuk memahami mekanisme rasionalisasi tindakan manusia, bahkan juga dijadikan sebagai fondasi menjelaskan peran agama dalam membentuk perilaku manusia.¹¹² Berangkat dari konsep Weber tersebut, bagaimana sesungguhnya mekanisme rasionalisasi pilihan nasabah terhadap bank syariah berlangsung? Ada beberapa teori yang dapat menjelaskan mekanisme rasionalisasi yang dilakukan oleh individu, termasuk nasabah: salah satu diantaranya adalah teori *cognitive dissonance*—sebuah teori yang sangat berpengaruh dalam psikologi sosial. Para teoritikus *cognitive dissonance* mengasumsikan bahwa individu, entah siapapun itu, merasionalisasikan pilihannya melalui *devaluing*—menolak alternatif dan memastikan satu pilihan. Proses ini kemudian disebut dengan *spreading of preferences*.¹¹³ Faktanya, seorang individu begitu nasabah, sebelum memutuskan satu pilihan,¹¹⁴ mereka akan selalu mempertimbangkan dan memperhitungkan pilihan tersebut secara baik. Mengapa demikian?

Perilaku atau pilihan seseorang mencerminkan seperangkat nilai yang diyakini dan dipegang secara konsisten. Nilai-nilai tersebut kemudian yang membentuk preferensi, hingga memungkinkan seseorang memilih secara tepat, baik dan penuh perhitungan. Pertanyaannya, apa sesungguhnya yang diperhitungkan oleh seorang individu; ataupun nasabah? M. Keith Chen (2008) mengidentifikasi bahwa hal utama yang diperhitungkan oleh seseorang sebelum memutuskan pilihan adalah preferensi.¹¹⁵ Sehingga tidak berlebihan jika ilmuwan sosial menyebutkan perilaku, dan pilihan seseorang secara konstan merefleksikan preferensi, dan preferensi merupakan antesenden dari satu pilihan. Menjelaskan proses ini, agaknya teori *cognitive dissonance* dapat diaplikasikan. Secara teori teori tersebut, mengasumsikan bahwa manusia selalu termotivasi secara personal untuk mereduksi berbagai ketidakrasionalian atau *dissonance* yang disebabkan oleh konflik kognisi.¹¹⁶ Brehm (1956) memperhatikan konsistensi perilaku dan rasionalitas di balik perilaku tersebut, hingga ia menyimpulkan ketika seseorang telah memutuskan pilihan terhadap sesuatu—produk; jasa, maka dapat dimengerti ketika itu ia telah berhasil mereduksi semua hal yang irrasional dan “ketakmasuk-akalan” melalui pilihannya.¹¹⁷ Penjelasan lebih lanjut dari Brehm bahwa seorang individu cenderung merasionalisasikan pilihannya dengan cara mengeser preferensi, dengan menemukan alternatif yang lebih diinginkan dan menghindari sesuatu yang tak sesuai dengan kebutuhan dan hasrat atau *desire*.¹¹⁸ Berangkat dari teori, dan penjelasan tersebut: lantas bagaimana dengan rasionalisasi nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu terhadap pilihan yang telah diputuskan? Memahami proses rasionalisasi nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, agaknya perlu merujuk secara langsung pada bentuk nalar dan preferensi di balik pilihan nasabah terhadap bank syariah. Hal itu agaknya dapat dipahami dari diagram di bawah ini:

Diagram 4.4

¹¹² Stephen Kalber. *Op. Cit.*, hlm. 61.

¹¹³ M. Keith Chen. *Rationalization and Cognitive Dissonance: Do Choices Affect or Reflect Preferences*. Working Paper No. 1669: Yale University, 2008., hlm. 3.

¹¹⁴ *Ibid.*

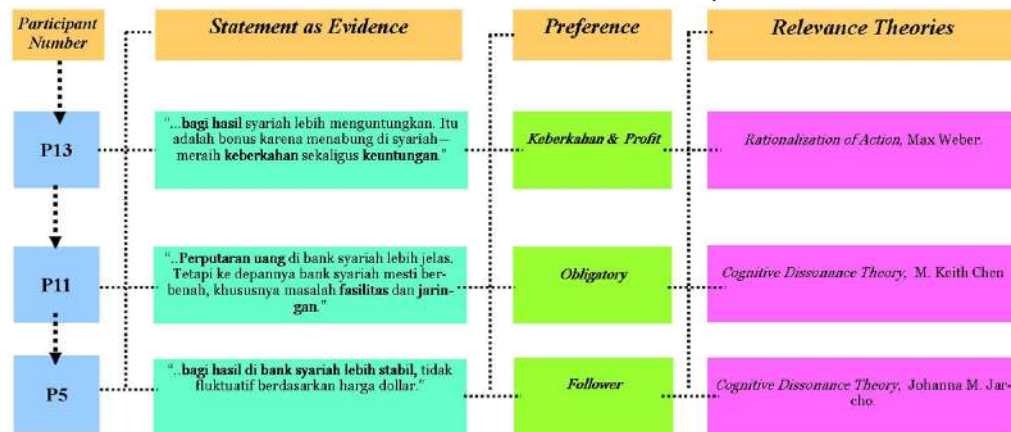
¹¹⁵ *Ibid.*, hlm. 2.

¹¹⁶ *Ibid.*, hlm. 3.

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ *Ibid.*

Rasionalisasi Pilihan Nasabah Bank Syariah



Data di atas memperlihatkan setidaknya ada beberapa model rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Bentuk rasionalisasi tersebut dapat dilihat dari motivasi dan nalar yang mendasari proses rasionalisasi. Dari diagram 4.4 di atas, dapat dipahami nalar dari 3 (tiga) orang partisipan yang kemudian menjadi fondasi dari rasionalisasi pilihan mereka terhadap bank syariah. Data di atas setidaknya dapat diurai menjadi 3 (tiga) narasi. *Pertama*, rasionalisasi nasabah terhadap pilihannya diawali dari preferensi yang bersipat gradual, dan paradoks. Mengapa dikatakan paradoks? Pemahaman semacam itu berangkat dari pernyataan partisipan, "P13", dimana ia mengutarakan bahwa: "..bagi hasil bank syariah lebih menguntungkan. Dan itu merupakan bonus karena menabung di bank syariah. Meraih keberkahan sekaligus keuntungan."¹¹⁹ Ada tiga kata kunci yang menjadi *signifier* dari nalar yang digunakan oleh partisipan untuk merasionalisasikan pilihannya terhadap bank syariah, yakni: tingkat bagi hasil yang menguntungkan, keinginan untuk mendapatkan keberkahan sekaligus profit melalui tingkat bagi hasil yang kompetitif. Bagaimana rasionalisasi ini kemudian dijelaskan secara teoritis?

Ada beberapa teori yang dapat menjelaskan paradoks rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah, sebagaimana yang telah diuraikan. Dari sekian teori yang ada, agaknya teori yang relevan adalah teori *cognitive dissonance*: sebuah teori yang mampu mendeskripsikan kognisi individu—*beliefs*, *attitude*, dan *perilaku*, berada pada kondisi yang paradoks.¹²⁰ Mengapa dikatakan paradoks? Antara norma-ideal yang diketahui secara kolektif dan perilaku saling berjarak, tidak representatif sehingga terkesan anomali. Karena itu kemudian pilihan yang terkesan dan tampak sebagai sesuai yang tak sesuai dengan norma, atau sistem kepercayaan dinilai sebagai hal yang paradoks. Namun rasionalisasi semacam itu tidak secara serta merta muncul begitu saja, atau dengan spontan. Merujuk kepada teori *cognitive dissonance*, setidaknya dapat dikemukakan beberapa penjelasan yang relevan, yakni: 1) paradok pilihan sesungguhnya bersumber dari sistem kognisi individual—inkonsistensi; konflik antara tujuan dan *beliefs*. 2) individu akan bimbang dalam menentukan pilihan tatkala *belief* tidak terlalu mendukung pencapaian tujuan. 3) paradoks pilihan sesungguhnya refleksi dari konflik yang terjadi disebabkan oleh inkonsistensi atau *self-inconsistency*. Kendati demikian,

¹¹⁹ Wawancara dengan Elvita, nasabah Bank Syafir, pada tanggal 16/10/2015.

¹²⁰ Louisa C. Egan, Laurie R. Santos & Paul Bloom. *The Origin of Cognitive Dissonance: Evidence from Children and Monkeys*. Journal of Psychological Science, Vol. 18, No. 11: 2007., hlm. 978.

pilihan mesti diputuskan meskipun itu berdampak pada citra diri yang negatif.¹²¹ Dalam konteks ini kemudian rasionalisasi pilihan nasabah terhadap bank syariah layak dipahami.

Rasionalisasi nasabah bank syariah terhadap pilihannya yang bersipat biner, dan anomali dapat dilihat dari konflik antara dua nalar, yakni instrumental dan tradisional—satu sisi nasabah terlihat sangat religius, tetapi disisi lain terkesan sangat pragmatis sebagai seorang individu. Gejala ini kemudian dikategorikan sebagai *cognitive dissonance*: sebuah inkonsistensi antara nalar-nalar yang diyakini, dan kemudian menjadi fondasi bagi pilihannya. Leon Festinger, pengagas teori *cognitive dissonance*, menegaskan paradoksnya pilihan seorang individu terjadi bilamana ada dua nalar yang saling bertarung dan mempengaruhi perilaku individu.¹²² Dampaknya dari konflik tersebut lahirnya perilaku yang terkesan kooperatif, dan hibrid—sebuah perilaku yang sulit diidentifikasi karena melibatkan dua nalar yang pada dasarnya berbeda bahkan saling berlawanan, serta ambivalen. Nalar yang ambivalen ini ditemukan pada proses rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di provinsi Bengkulu. Lantas, mengapa ambivalensi tersebut terjadi?

Tidak hanya kentaranya dua nalar yang paradoks—instrumental dan tradisional, tetapi ambivalensi sebagian pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu dapat juga dilihat dari ambigunya tujuan dari pilihan yang ditetapkan. Seolah-olah hal itu menegaskan adanya inkonsistensi spirit atau *pneuma* yang mendasari pilihannya. Mengapa dinilai inkonsisten? Secara teoritis, sistem preferensi hanya memungkinkan individu memiliki satu pilihan dan satu nilai yang mendasarinya. Ini menutup kemungkinan adanya satu pilihan dengan dua nilai yang mendasarinya, seperti memilih bank syariah untuk mengharapkan keberkahan tetapi sekaligus mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi melalui tingkat bagi hasil yang kompetitif. Dalam kondisi ini adalah sulit menentukan nalar apa yang dominan mengkonstruksi pilihan nasabah. Kedua-duanya—nalar instrumental dan tradisional, terlihat sebagai sesuatu yang tumpang tindih. Dinilai sebagai hal yang tumpang tindih, karena nalar instrumental merupakan produk dari norma-maksimalisasi. Sementara, nalar tradisional merupakan produk dari *belief* dan doktrin keagamaan. Menariknya, fakta semacam ini memunculkan satu tesis bahwa keduanya, baik nalar instrumental maupun nalar tradisional, menjadi materi rasionalisasi pilihan sebagian nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu.

Max Weber memahami proses rasionalisasi yang paradoks semacam itu semangkin menegaskan bahwa kekuatan transendental, doktrin agama dan keinginan untuk berkah adalah hal-hal yang sama kuatnya dengan nalar maksimalisasi; dan keinginan untuk mendapatkan profit.¹²³ Akan menjadi lain jika kemudian dua nalar ini terintegrasi, dan kemudian membentuk pilihan nasabah bank syariah. Akibatnya tentu sulit diidentifikasi, bahkan dikategorikan pilihan seperti apakah yang diputuskan oleh nasabah tersebut. Hadirnya dua nalar sebagai antesenden dari pilihan nasabah, agaknya menjadi indikator bahwa nasabah tersebut merupakan individu yang shaleh tapi sekaligus rasional sebagai seorang aktor ekonomi. Dalam konteks ini kemudian rasionalisasi melalui nalar instrumental, dan nalar tradisional sekaligus dianggap

¹²¹ V.S. Ramachandran (ed.). *The Encyclopedia of Human Behavior*, Vol. 1. (Amsterdam: Elsevier, 2012), hlm. 543.

¹²² *Ibid.*

¹²³ Stephen Kalberg. *Log. Cit.*, hlm. 58.

sebagai sesuatu *dissonance*, tak biasa. Kendati sesungguhnya ia melahirkan tipe baru dari rasionalisasi yang “*gholib*”, atau biasa dibahas oleh ilmuwan sosial.

Menguatkan fakta itu, seorang partisipan, “P5”, menegaskan:

“..saya pilih bank syariah karena labelnya. Tidak salah pilih, ternyata bank syariah tidak kalah tanding dengan bank konvensional dalam hal fasilitas, serta keramahan karyawan, dan lagipula pelayanannya tidak bertele-tele.”¹²⁴

Statemen partisipan di atas menegaskan adanya proses sehingga rasionalisasi pilihannya terkesan tumpang tindih, antara nalar instrumental dan tradisional. Jika diilustrasikan: pada mulanya pilihan terhadap bank syariah diinspirasi oleh kekuatan transendental dan doktrin agama yang dianutnya, yakni Islam. Tidak berlebihan pada tahap ini tujuan utama bertransaksi di bank syariah adalah keberkahan. Seiring waktu, setelah ia menjadi nasabah, ada fakta lain yang ditawarkan oleh bank syariah dimana bank syariah memberikan keuntungan ekonomi layaknya yang diberikan oleh bank konvensional, tentunya melalui sistem bagi hasil yang sangat kompetitif. Tidak hanya itu, fasilitas serta pelayanan yang ramah membuat nasabah merasakan dirinya penting hingga kemudian memutuskan menjadi nasabah yang loyal untuk bank syariah. Ini menegaskan bahwa rasionalitas muncul setelah nasabah tersebut menjadi bagian dari bank syariah. Rasionalitas tersebut merupakan produk dari interaksi antara dirinya dan bank syariah. Pertanyaannya, apakah pilihannya sebagai sebuah keshalehan hilang begitu saja tatkala ia berusaha merasionalisasikan pilihannya secara biner, dan ganda?

Max Weber sesungguhnya, sebagaimana dinukilkan oleh Stephen Kalberg, telah memberikan penjelasan yang cukup memadai terkait persoalan rasionalisasi berwajah ganda—nalar instrumental dan tradisional sekaligus. Weber mengistilahkan proses rasionalisasi semacam itu dengan *the methodical rational way of life*: sebuah proses rasionalisasi terhadap hidup, perilaku, dan pilihan melalui transformasi nalar-nalar yang kontradiktif.¹²⁵ Rasionalisasi tersebut bertujuan untuk mereduksi *dissonance* dan mereduksi konflik antar nalar yang dasarnya dan hakikatnya berbeda—nalar instrumental dan tradisional. Mengapa dua nalar tersebut dimaknai sebagai sesuatu yang kontradiktif, berbeda bahkan *dissonance*? Memahami dua nalar tersebut secara otomatis mesti merujuk secara langsung pada teori rasionalisasi yang ditawarkan oleh Max Weber. Dalam konteks itu Talcot Parson melalui karyanya yang kemudian diberi judul dengan *Max Weber: The Theory of Social and Economic Organization*, menegaskan bahwa nalar instrumental merujuk pada fungsinya sebagai fondasi pemuasaan hasrat atau *nutzleitungen* melalui tindakan ekonomi.¹²⁶ Berbeda kemudian dengan nalar tradisional dimana nalar ini merupakan produk dari nilai-nilai kultural dan sub-kultur seperti agama; dan adat-kebiasaan. Dari kategori dan pemaknaan ini kemudian penilaian bahwa dua nalar tersebut adalah dua hal yang berbeda, dan tidak dapat dipersatukan. Namun menariknya, fakta menunjukkan hal lain. Dalam kondisi tertentu ternyata antara nalar instrumental dan tradisional dapat bersatu kemudian melahirkan tipe rasionalitas yang lain. Tesis tersebut dapat ditemukan pada pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, dimana kedua nalar—instrumental dan

¹²⁴ Wawancara dengan Juna, nasabah Bank Syafir Bengkulu, pada tanggal 16/10/2015.

¹²⁵ *Ibid.*, hlm. 59.

¹²⁶ A.M. Henderson & Talcott Parsons. *Max Weber: The Theory of Social and Economic Organization*. (Illinois: The Free Press, 1947)., hlm. 158.

tradisional, memainkan peran yang sangat penting dalam rasionalisasi pilihan yang dirancang dan dilakoni oleh nasabah bank syariah di Bengkulu.

Partisipan, “P7”, menegaskan bahwa:

“..disamping tawaran porsi bagi hasil dari bank syariah yang relatif tinggi jika dibanding bank konvensional, motivasi agama terkadang muncul setelah menjadi nasabah bank syariah. Saya tidak tahu mengapa bisa seperti itu.”¹²⁷

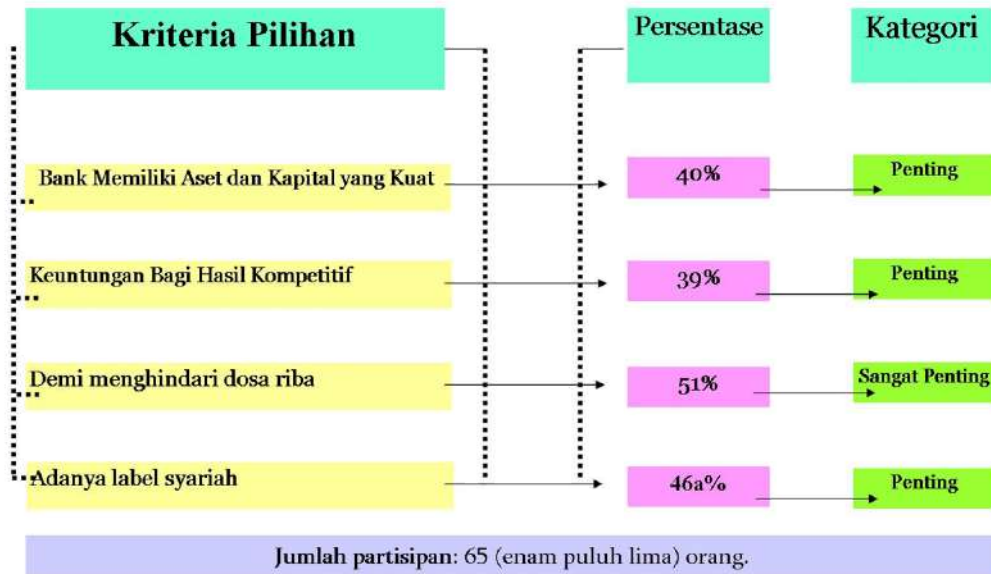
Ungkapan atau statemen partisipan di atas semakin mengukuhkan bahwa nalar tradisional menjadi fondasi kedua bagi pilihan nasabah, setelah nalar instrumental menjadi fondasi pertama yang mampu menentukan dan menggerakkan pilihan nasabah bank syariah di Bengkulu. Hal tersebut dapat dimaklumi, pencarian manusia terhadap keuntungan atau utilitas diartikan sebagai sesuatu yang alamiah, dan dasariah. Talcott Parsons dalam hal itu menyetujui bahwa tindakan manusia dalam perspektif ekonomi selalu diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk. *Pertama*, setiap tindakan secara sadar atau tidak selalu didasarkan pada kebutuhan ekonomi. *Kedua*, setiap tindakan manusia selalu didasarkan pada semacam kesadaran atau *consciousness* yang dibentuk oleh orientasi, dan tujuan yang ada dalam pikiran manusia.¹²⁸ Dalam hubungannya dengan pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu; rasionalisasi melalui nalar instrumental kemudian diperkaya kemudian oleh nalar tradisional, menginformasikan satu hal bahwa rasionalisasi bukanlah sesuatu yang linier, dengan konsistensi yang *rigid*. Melainkan ia berubah seiring internalisasi nalar-nalar baru yang muncul dan diterima oleh seorang individu, termasuk juga nasabah bank syariah.

Secara historis, asumsi-asumsi yang telah dibangun terkait perilaku rasional dan rasionalisasi yang menyertainya cenderung memposisikan nalar-nalar instrumental sebagai fondasi satu-satunya, dan ia tidak menerima adanya nalar lain yang dapat mengubah dan mendorong terjadinya transformasi pilihan seorang individu. Umumnya ilmuwan psikologi-sosial mengasumsikan bahwa rasionalisasi terkukung secara konsisten dalam jeruji nalar-nalar instrumenta. Sehingga munculnya nalar-nalar tradisional, dan kemudian menggantikan nalar instrumental dianggap sesuatu yang mustahil. Namun asumsi semacam itu mentah, dan tidak relevan ketika dihadapkan pada fakta-fakta tentang rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Fakta lain yang mendukung tesis tersebut adalah kecenderungan atau *trend* yang ditunjukkan dari informasikan yang diberikan secara sukarela oleh partisipan melalui kuesioner, dimana nasabah tidak hanya menganggap penting kriteria yang sepenuhnya pragmatis, tetapi bahkan secara bersamaan juga menganggap sangat penting kriteria-kriteria yang sepenuhnya bertendensi religiusitas. Hal tersebut dapat dipahami dari diagram berikut:

¹²⁷ Wawancara dengan Tika, nasabah Bank Syafir-Bengkulu. Pada tanggal 16/10/2015.

¹²⁸ Talcott Parsons. *Log. Cit.*, hlm. 159.

Diagram 4.5
Kriteria Pilihan terhadap Bank Syariah



Bagaimana data di atas (Diagram 4.5) dipahami? Ada 4 (empat) kriteria pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu: dua kriteria yang sepenuhnya bersipat instrumental dan dua lainnya dalam bentuk tradisional. *Pertama*, 40% dari 65 partisipan menegaskan bahwa kriteria bank bank memiliki aset dan kapital yang kuat penting dipertimbangkan dan kemudian menjadi alasan memilih bank syariah. *Kedua*, 39% partisipan menganggap penting kriteria bagi hasil yang kompetitif dan ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabah. *Ketiga*, 51% partisipan menganggap sangat penting memilih bank syariah dengan tujuan agar terhindar dari dosa riba. *Keempat*, sementara itu 46% partisipan menyatakan penting memilih bank syariah karena adanya label syariah. Bagaimana data ini dijelaskan? Lantas, bagaimana data ini dihubungkan dengan rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu?

Nalar individu, begitu juga nasabah, sesungguhnya erat hubungannya dengan motif yang terinternalisasi ke dalam dirinya: dimana motif terkadang dihubungkan secara intens dengan *goal* atau *incentive*. Ia dimakna sebagai apa yang muncul, dan kemudian dicari secara objektif oleh individu. Pada tataran praksis, tujuan (baca: *goal*) menentukan perilaku manusia.¹²⁹ Lantas, apakah nalar-nalar yang diungkapkan oleh partisipan dalam hal ini adalah nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu merupakan produk dari motif yang eksis dalam diri mereka? Para psikolog lebih suka menggunakan kata “*drive*” untuk menggambarkan antara nalar dengan motif di balik perilaku manusia, tak terkecuali pilihan nasabah bank syariah. Seiring perkembangan teori psikologi, saat ini setidaknya dikenal 2 (dua) bentuk motif yang sering dikait-kaitkan dengan keputusan dan pilihan manusia terhadap sesuatu objek, yakni: 1) motif psikologis; dan 2) motif sosial.¹³⁰ Motif psikologis merujuk pada *homeostatic mechanism*: sebuah motivasi yang didasarkan pada *goal-object*, atau motif yang *driven* dari tujuan-tujuan yang bersipat objektif dan dibutuhkan secara fisik oleh manusia. Berbeda dengan motif sosial, dimana ini merupakan motif *driven* dari posisi manusia sebagai

¹²⁹ Aaron Quinn Sartain, Alvin John North, et.al. *Understanding Human Behavior*. (London: McGraw-Hill, 1958), hlm. 46.

¹³⁰ *Ibid.*, hlm. 47.

bagian dari dunia atau *world*.¹³¹ Pilihan atau perilaku seringkali diartikan sebagai produk dari interaksi sosial melalui pertimbangan yang nyata terhadap lingkungan dan fakta sosial yang mengitari pilihan seorang individu. Demikian, apakah kriteria yang muncul di balik pilihan nasabah yang terkesan biner dan ganda, dapat dikategorikan ke dalam dua motif tersebut?

Merujuk pada data yang ditampilkan pada diagram 4.5 di atas setidaknya 4 (empat) kriteria¹³² menegaskan bahwa motif psikologi dan sosial bercampur aduk membentuk pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Dinilai campur aduk karena motif psikologi sangat menonjol pada nalar-nalar instrumental, dimana nasabah bank syariah memutuskan untuk menjadi nasabah di bank tersebut didorong oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan melalui berbagai skema keuntungan yang ditawarkan oleh bank syariah. Ini menegaskan bahwa *desire* atau keinginan untuk memaksimalkan profit adalah motif psikologis. Tetapi hal itu tidak secara tunggal, motif sosial agaknya dapat ditangkap dari nalar-nalar tradisional yang muncul secara simultan setelah nasabah menjadi pengguna bank syariah. Mengapa nalar-nalar tradisional dinilai sebagai produk dari motif sosial? Faktanya tidak sedikit nasabah bank syariah menjadi pengguna jasa bank syariah setelah direkomendasikan oleh kolega, sahabat atau karena dorongan dari institusi keagamaan seperti MUI melalui fatwa haramnya bunga bank.

Demikian, partisipan, “P10”, menegaskan bahwa:

“saya mengenalkan bank syariah setelah diperkenalkan oleh teman. Memang dahulu saya menggunakan jasa bank konvensional. Tetapi saat ini saya lebih nyaman menggunakan jasa bank syariah.”¹³³

Ungkapan partisipan di atas menegaskan adanya interaksi sosial yang terjadi antara partisipan dengan aktor lainnya, sehingga menjadi *antecedent* atau pra-kondisi yang mendorong nasabah menjadi pengguna jasa bank syariah. Dalam konteks ini agaknya motif sosial sebagai basis dalam bentuk lainnya dari nalar-nalar tradisional pada pilihan nasabah layak dimaknai. Secara empiris, dua nalar yang sering dibahas di atas bukan hanya fakta tunggal yang menentukan “corak” atau “warna” rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Menegaskan hal itu serta untuk melengkapi asumsi bahwa rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, jauh lebih kompleks, agaknya penting mengurai rasionalisasi pilihan nasabah yang sepenuhnya didorong oleh nalar instrumental *an sich*. Nalar yang tidak terintegrasi dengan lain. Ia hanya secara tunggal mendorong terbentuknya keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Menguatkan asumsi tersebut, seorang partisipan, “P11”, mengutarakan:

¹³¹ *Ibid.*, hlm. 56.

¹³² *Pertama*, 40% dari 65 partisipan menegaskan bahwa kriteria bank bank memiliki aset dan kapital yang kuat penting dipertimbangkan dan kemudian menjadi alasan memilih bank syariah. *Kedua*, 39% partisipan menganggap penting kriteria bagi hasil yang kompetitif dan ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabah. *Ketiga*, 51% partisipan menganggap sangat penting memilih bank syariah dengan tujuan agar terhindar dari dosa riba. *Keempat*, sementara itu 46% partisipan menyatakan penting memilih bank syariah karena adanya label syariah.

¹³³ Wawancara dengan Neli, nasabah Bank Nasional Indonesia Syariah, Bengkulu. Pada tanggal 21/10/2015.

“..perputaran uang di Bank Syariah jauh lebih jelas jika dibanding dengan bank konvensional. Kendati demikian, ke depan agaknya bank syariah perlu meningkatkan jaringan serta fasilitas. Agar bank syariah lebih kompetitif lagi.”¹³⁴

Ada 3 (tiga) kata kunci dari statemen yang diutarakan oleh partisipan di atas, yakni: perputaran uang; jaringan dan; fasilitas. Kosakata tersebut menjadi indikator dari eksistensi nalar instrumental yang mempengaruhi pilihan nasabah tersebut. Ia berusaha merasionalisasikan pilihannya melalui tujuan-tujuan yang sepenuhnya sangat ekonomis, pragmatis, dan berorientasi pada utilitas. Fakta ini agaknya perlu dimaknai dalam konteks teori rasionalisasi tindakan serta teori *cognitive dissonance*. H. H. Gerth dan C. Wright Mills (1946) telah menguraikan konsepsi rasionalisasi individu terhadap pilihannya melalui kosakata *interest* atau kepentingan: individu digerakkan oleh kepentingan—berupa keinginan dan tujuan untuk memaksimalkan utilitas, akan melahirkan satu tipe pilihan yang rasional dan mampu menjadi pilar dari peningkatan utilitas. Max Weber mengistilahkan ini dengan *the autonomous role of ideas in the origin of modern capitalism*.¹³⁵ sebuah peran otonomi yang dimainkan oleh ide-ide tentang kepentingan yang kemudian menjadi pilar dari peradaban kapitalisme modern. Dalam hubungannya dengan pilihan nasabah bank syariah yang dibentuk oleh nalar instrumental—bertujuan pada profit dan didasarkan pada memaksimalkan utilitas, tentunya sangat erat relasinya dengan tujuan materialistik untuk membuat perekonomian individual lebih mapan dan semakin kuat. Nalar semacam ini kemudian dalam pandangan Max Weber sebagai nalar yang berkontribusi menguatkan peradaban kapitalistik. Hanya saja pilihan nasabah bank syariah yang sebagian digerakkan oleh nalar-nalar instrumental, tidak serta merta menjadi fondasi dari kapitalisme melainkan nalar tersebut menjadi indikator adanya proses kalkulasi pilihan.

Secara teoritis, seperti yang ditegaskan oleh Guy Oakes, teori rasionalisasi Max Weber merupakan variabel utama dalam menjelaskan panoramik-investigatif dari modernitas Eropah.¹³⁶ Sederhananya, rasionalisasi yang kerap bahkan tidak dapat dihindari oleh individu di balik keputusan atau pilihannya terhadap satu objek, selalu memuat ruang-ruang khusus bagi nilai-nilai yang lebih abstrak, Weber mengistilahkan ruang itu dengan *sphere* seperti agama, ekonomi, politik, asketis, erotis, dan intelektualisme.¹³⁷ Perilaku dan pilihan manusia merujuk pada ruang-ruang ini. Dapat dipastikan tidak satu perilaku, dan tindakan manusia yang hampa nilai. Ia selalu mengandaikan adanya nilai, atau *sphere* khusus dan spesifik. Begitu pula halnya pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu. Sebagai sesuatu yang kompleks, pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu tidak dapat begitu saja ditarik ke dalam satu bentuk. Ia bervariasi, dan terfragmentasi didasarkan pada nalar-nalar performatif yang membentuknya.

Ketika nalar instrumental dominan membentuk pilihan nasabah, maka rasionalisasi pilihan akan “berkutut” berada pada wilayah ekonomi: sebuah *sphere*

¹³⁴ Wawancara dengan Riswan, nasabah BNI Syariah, Bengkulu. Pada 21/12/2015.

¹³⁵ H. H. Gerth & C. Wright Mills. *From Max Weber: Essays in Sociology*. (New York: Oxford University Press, 1946)., hlm. 61.

¹³⁶ Guy Oakes. *Max Weber on Value Rationality and Value Sphere: Critical Remarks*. *Journal of Classical Sociology*, Vol. 3, No. 1: 2003., hlm. 28.

¹³⁷ *Ibid.*

dimana nilai-nilai yang berorientasi pada tujuan; *profit-oriented*; dan norma-maksimalisasi bertumbuh hingga mengkonstruksi perilaku dan pilihan nasabah. Rasionalisasi dalam bentuk ini disebut dengan *calculative-being*: sebuah proses dimana individu merasionalisasikan pilihannya didasarkan pada standar dan kerangka kalkulasi ekonomi, hingga pilihannya menjadi sesuatu yang sangat rasional. Ada *ultimate values*¹³⁸, atau nilai-nilai mendasar dan penting di balik setiap pilihan nasabah bank syariah. Nilai-nilai tersebut yang memberi bentuk pada pilihan nasabah bank syariah—semangkin materialistik dan pragmatis nilai yang diyakini oleh individu, maka semangkin rasional pilihannya. Karena itu agaknya tidak berlebihan jika rasionalisasi dimaknai sebagai membuat sesuatu dapat diterima akal sehat, serta menghilangkan hal-hal yang dianggap tidak masuk akal. Dalam hubungannya dengan pilihan nasabah di Provinsi Bengkulu terhadap bank syariah, sebagian nasabah berusaha merasionalisasikan pilihan mereka dengan mengungkapkan motif mengapa pilihan tersebut diputuskan.

Adalah Sakaria J. Anwar (2012) yang menegaskan bahwa tindakan rasionalitas merujuk pada perhitungan yang masuk akal untuk mencapai sasaran berdasarkan pilihan, sarana yang masuk akal, serta efisiensi yang mengacu pada perumusan nilai-nilai tertinggi dalam mengarahkan tindakan dan orientasi-orientasi yang terencana secara konsisten dari pencapaian nilai-nilai tersebut.¹³⁹ Dalam konteks ini kemudian Max Weber menyebut tindakan rasionalitas dengan *zweckrational* atau rasionalitas tujuan.¹⁴⁰ Bentuk rasionalitas ini dapat diidentifikasi melalui rasionalisasi pilihan yang sangat bersipat formal: sebuah proses dimana individu memilih dan membuat pilihan itu masuk akal dengan mendasarkannya pada cara-cara untuk mencapai tujuan dan tidak mengindahkan nilai-nilai yang dihayati sebagai kesadaran.¹⁴¹ Nilai-nilai yang dihayati itu kemudian disebut sebagai produk dari agama, budaya dan *beliefs*. Adapun kesadaran yang merupakan produk dari nilai-nilai ekonomi-pragmatis, dan berorientasi tujuan, sepenuhnya dianggap sebagai fondasi dari perilaku atau pilihan rasional. Kendati demikian, pilihan nasabah terhadap bank syariah tidak sepenuhnya dirasionalisasi melalui rasionalitas bertujuan. Tetapi adakalanya pilihan itu tersebut dirasionalisasikan sebagai produk dari kesadaran akan nilai-nilai agama. Weber mengistilahkan hal itu dengan *wertrational*: sebuah rasionalitas yang berdiri di atas fondasi agama, dan nilai-nilai estetis lainnya.¹⁴² Rasionalisasi nilai, atau *wertrational* seperti yang diistilahkan oleh Weber adalah hal yang sangat mungkin dan bahkan niscaya ditemukan pada pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu.

Menguatkan tesis itu, partisipan “P8” mengutarakan:

“..adanya sistem bagi hasil di bank syariah menegaskan atau paling tidak menjadi bukti bahwa bank ini menerapkan prinsip syariah. Karena itu kemudian saya tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah.”¹⁴³

¹³⁸ *Ibid.*

¹³⁹ Sakaria J. Anwar. *Pengetahuan Lokal (Indigenous Knowledge) “Pasompe” Bugis-Makasar dalam Menjelajah Nusantara*. Jurnal Sosiologi Reflektif, Vol. 7, No. 1: Oktober-2012., hlm. 66.

¹⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 67.

¹⁴¹ *Ibid.*

¹⁴² *Ibid.*

¹⁴³ Wawancara dengan Rosihan, Nasabah Bank Syafir-Bengkulu. Pada tanggal 16/10/2015.

Ungkapan partisipan tersebut menjadi fakta bahwa rasionalisasi nilai sebagaimana yang diistilahkan oleh Weber ditemukan pada sebagian nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Bagaimana hal ini dijelaskan secara teoritis? Rasionalitas nilai merupakan produk dari *world view*; dan internalisasi nilai-nilai religiusitas ke dalam tindakan; perilaku dan pilihan nasabah. Max Weber menegaskan bahwa kepercayaan religiusitas atau *religious belief*, secara sadar ataupun tidak, dapat mempengaruhi perilaku; dan tindakan manusia.¹⁴⁴ Namun bagaimana mekanisme agama mempengaruhi perilaku dan tindakan nasabah misalnya? Max Weber memperkenalkan satu konsep penting terkait rasionalisasi pilihan dimana agama menjadi pusat atau preferensi utamanya, konsep itu disebut dengan *the religion loci*: merupakan *world view* yang memungkinkan eksistensi supernatural justifikasi bagi *the methodical rational way of life*—sebuah proses rasionalisasi pilihan sehingga memunculkan karakteristik nilai atau kekuatan di balik pilihan tersebut, misalnya religiusitas. Dengan demikian *religious loci* itu sendiri dapat dimaknai sebagai *locus* bagi nilai-nilai religiusitas. Weber mendeskripsikan hal itu, sebagai inspirasi religius yang mendorong rasionalisasi secara radikal, bahkan unik terhadap pilihan; perilaku atau tindakan ekonomi.¹⁴⁵ Dalam konteks ini kemudian pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu yang menjadi agama sebagai pertimbangan, layak dimaknai.

Partisipan “P12” menegaskan *locus* religiusitas dalam pilihannya:

“..dengan menabung di bank syariah, perasaan lebih tenang dan nyaman. Itu barangkali karena berkah yang didapat melalui bertransaksi dengan bank syariah.”¹⁴⁶

Dengan demikian semakin jelas dan teranglah tesis yang diajukan oleh Max Weber bahwa tindakan adalah resultan (muara) dari “olah budaya” yang mengkombinasikan interest dan aspek tindakan lainnya yang berlangsung pada setiap individu yaitu *habits* (kebiasaan atau tradisi) dan *emotions* (perasaan).¹⁴⁷ Pilihan nasabah semacam itu—sepenuhnya dibentuk oleh nilai-nilai religiusitas, tulis Max Weber bercirikan substantif.¹⁴⁸ Mengapa demikian? Individu, katakanlah nasabah, bertindak dengan rasionalitas nilai mementingkan komitmen rasionalnya terhadap nilai yang dihayatinya secara pribadi. Tindakan semacam itu, tulis Max Weber, didorong oleh emosi dan afeksi.¹⁴⁹ Ia lebih tampak sebagai deduksi kaidah-kaidah praktis dari prinsip-prinsip universal, misalnya menegakkan nilai-nilai religiusitas; keadilan; dan *fair* bagi dirinya dan tentu bagi institusi bank. Dengan demikian, kian teranglah bahwa rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu merupakan hal yang kompleks. Ada berbagai *loci* atau *locus* yang mendasari pilihan dan rasionalisasi terhadap pilihan tersebut dari nalar instrumental hingga nalar tradisional sebagaimana yang telah diurai.

4.5. Nalar “Ganda” (*Hybridry of Reason*) Pilihan Nasabah:

¹⁴⁴ Stephen Kalberg. *Log. Cit.*, hlm. 50.

¹⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 61.

¹⁴⁶ Wawancara dengan Bayu, nasabah BNI Syariah-Cabang Bengkulu, pada tanggal 21/10/2015.

¹⁴⁷ Sakaria J. Awar. *Log.Cit.*, hlm. 67.

¹⁴⁸ *Ibid.*

¹⁴⁹ *Ibid.*

Mengurai Dominasi Nalar di Balik Pilihan Nasabah Bank Syariah

Mengapa pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu sulit dikategorikan secara tunggal? Lantas, nalar apa yang dominan di balik pilihan nasabah bank syariah tersebut? Mengurai pertanyaan tersebut setidaknya kata kunci dominasi menjadi satu hal yang penting untuk dimengerti lebih awal sebelum “menukik” ke dalam data dan fakta terkait nalar nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Dominasi dalam teorema politik diartikan sebagai penetrasi kultural dan ideologi yang menyebabkan “berkuasa” dan “dominan-nya”¹⁵⁰ satu bentuk nalar atau kekuatan dalam satu entitas sosial; kultural; dan ekonomi. Demikian, dominasi nalar pada nasabah bank syariah dapat dipahami sebagai menguat satu nalar dan melemahnya nalar lain dalam menentukan dan mewarnai pilihan nasabah terhadap bank syariah. Pertanyaannya adalah bagaimana menentukan dan mengukur bahwa satu nalar di balik pilihan nasabah lebih dominan dibanding dengan nalar pada pilihan nasabah bank syariah lainnya? Merespon pertanyaan tersebut, agaknya relevan meminjam fungsi kuantifikasi yang ditawarkan oleh Dean J. Champion melalui bukunya *Basic Statistic for Social Research* (1990)¹⁵¹ untuk mengukur level dominasi nalar di balik pilihan nasabah bank syariah. Dengan mengkuantifikasi item jawaban berdasarkan kategori Sangat Penting; Penting; Netral; Tidak Penting; dan Sangat Tidak Penting, melalui fungsi matematis sebagai berikut¹⁵²:

$$\text{Persentase} = \frac{\sum \text{jawaban "Sangat Penting"}}{\sum \text{Jumlah Kuesioner} \times \text{Jumlah Pertanyaan}} \times 100\%$$

Fungsi matematis di atas menghasilkan kategori sebagai berikut:

Tabel 4.4

Level/Tingkat Dominasi Nalar Pilihan Nasabah¹⁵³

Persentase (%)	Kriteria
0%-25%	Nalar Tidak Dominan
26%-50%	Nalar Kurang Dominan
51%-75%	Nalar Cukup Dominan
76%-100%	Nalar Sangat Dominan

Dengan kuantifikasi di atas, tentunya tidak akan mengurangi kualitas *grounded theory* sebagai sebuah pendekatan dalam rumpun kualitatif. Statistika yang ditawarkan oleh Dean J. Champion hanya diposisikan sebagai alat untuk memetakan nalar yang dominan mewarnai pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Hal ini sejalan dengan asumsi Kagan bahwa perilaku; pilihan; dan nalar yang ‘bermain’ di baliknya merupakan sesuatu yang kompleks, maka diperlukan alat yang dapat mengurai kompleksitas tersebut sehingga dapat dimaknai ataupun dijelaskan secara

¹⁵⁰ Steve Bruce & Steven Yearley. *The Sage Dictionary of Sociology*. (London: Sage Publication, 2006), hlm. 35.

¹⁵¹ Lihat dalam Andi Muh. Nurul Afdal. *Studi Pemahaman Nilai-Nilai Syariah pada Praktisi Perbankan Syariah*: Studi pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani. Skripsi: Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi-Universitas Hasanuddin, 2011., hlm. 41.

¹⁵² *Ibid.*

¹⁵³ *Ibid.*, hlm. 42.

'gampang'.¹⁵⁴ Statistik adalah salah satu alat yang dapat membantu menyederhanakan kompleksitas tersebut. Dalam konteks kajian ini, ia hanya diposisikan sebagai alat, maka sudah barang tentu tidak akan mengurangi makna kualitatif yang terberi dari pendekatan *grounded theory*. Dengan mekanisme seperti itu, agaknya dapat dipetakan nalar pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Setidaknya ada 2 (dua) sumber data yang digunakan untuk memetakan mana nalar yang dominan pada pilihan nasabah, yakni kuesioner dan *in-depth interview* atau wawancara mendalam. *Pertama*, kriteria yang dipahami oleh nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu menjadi fondasi pilihan. Adapun Datanya dikumpulkan melalui kuesioner. Ada 16 (lima belas) pertanyaan. Masing-masingnya merupakan kriteria dari nalar-nalar instrumental. Dari kajian empiris maka nalar-nalar instrumental ini tersimpul dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Ekspektasi dan Tingkat Nalar Instrumental Nasabah Bank Syariah

Pertanyaan	Opsi Jawaban					Total
	SP	P	N	TP	STP	
1	19	23	11	4	8	65
2	40	15	7	-	3	65
3	21	32	9	2	1	65
4	27	25	12	-	1	65
5	30	28	2	-	5	65
6	31	26	4	-	4	65
7	31	23	7	-	4	65
8	32	26	3	1	3	65
9	29	30	4	-	2	65
10	22	25	13	1	4	65
11	28	27	5	-	5	65
12	34	24	2	-	5	65
13	24	28	7	-	6	65
14	24	26	6	2	5	65
15	20	24	12		9	65
16	29	22	11	3	-	65
Jumlah	441	430				1040

Dari tabel 4.5 di atas maka dapat dihitung tingkat dominasi nalar-nalar instrumental sebagai sebuah ekspektasi, sebagai berikut:

$$\% \text{Nalar Instrumental} = \frac{441}{1040} \times 100 = 42.4\%$$

Apa makna sejati dari angka 42.4% di atas? Bahwa ekspektasi nasabah bank syariah terhadap kriteria rasional relatif tinggi dibanding nasabah yang tidak terlalu

¹⁵⁴ Candace M. Baird (ed.). *Social Indicators: Statistics, Trend and Policy Development*. (New York: Nova Science Publishers, Inc., 2011), hlm. 2.

mempertimbangkan kriteria instrumental¹⁵⁵. Namun angka tersebut tentu tidak memadai untuk mengatakan bahwa nalar instrumental dominan dalam ekspektasi nasabah terhadap bank syariah. Karena itu ia mesti diakumulasikan dengan angka yang didapat dari jawaban partisipan yang mengatakan bahwa kriteria-kriteria instrumental penting adanya, dimana angka tersebut adalah 41.3%. Jika diakumulasikan antara nasabah yang menjawab sangat dan penting, maka akan didapatkan angka 83.7%. Ini artinya nalar instrumental sebagai sebuah ekspektasi terhadap bank syariah di masa akan datang sangatlah dominan. Lantas bagaimana dengan nalar tradisional, apakah juga dominan layaknya nalar instrumental?

Tabel 4.6
Ekspektasi dan Tingkat Nalar Tradisional Nasabah Bank Syariah

Pertanyaan	Opsi Jawaban					Total
	SP	P	N	TP	STP	
1	38	17	8	2	-	65
2	40	25	-	-	-	65
3	25	30	6	2	2	65
4	34	19	7	3	2	65
5	29	25	4	6	1	65
6	32	27	2	2	2	65
7	31	25	5	-	4	65
8	29	27	5	2	2	65
9	34	27	-	2	2	65
10	29	29	1	3	2	65
11	29	30	2	3	1	65
12	28	30	4	-	3	65
13	29	29	3	1	3	65
14	33	23	5	3	1	65
15	41	19	1	2	2	65
16	23	28	11	1	2	65
17	29	27	7	-	2	65
18	30	22	8	3	2	65
19	32	25	7	-	1	65
20	34	21	5	3	2	65
Jumlah	629	505				1300

Dari tabel 4.6 di atas, dapat dikuantifikasi bahwa tingkat pilihan nasabah terhadap nalar tradisional 87.14%. Angka ini didapatkan melalui akumulasi dari jawaban partisipan—dalam hal ini adalah nasabah bank syariah, yang mengungkapkan bahwa kriteria-kriteria yang sepenuhnya bersipat tradisional, sangat penting dan penting dalam memutuskan pilihan terhadap bank syariah. Data yang ditampilkan ini dipermukaan terkesan ambigu, dan bersipat paradoks karena bersipat gradual dan jawaban partisipan bersipat ganda. Sehingga sulit dijelaskan secara teoritis. Namun jawaban tersebut dapat dimaklumi setelah mendalami ekspektasi tersebut melalui *in-*

¹⁵⁵ Disebut atau diistilahkan dengan kriteria instrumental karena 16 item pernyataan merupakan kriteria yang sepenuhnya sangat rasional—sebuah kriteria yang merepresentasikan norma maksimalisasi seperti kriteria menerapkan *profit sharing* dalam produk investasi; karyawan yang ramah dan sopan; menyediakan konsultasi keuangan dan lain sebagainya.

depth interview. Sesungguhnya jawaban partisipan sebagai seorang nasabah bank syariah yang ditorehkan melalui kuesioner merupakan refleksi dari *pseuma* atau spirit yang berada di dalam diri; jiwa; dan pikiran nasabah. Spirit tersebut juga bersipat gradual, dengan ambiguitas yang sangat kentara. Mengapa diteorisasikan seperti itu? Fakta menunjukkan secara empiris, bahwa nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu secara gradual dan simultan menganggap penting kriteria instrumental dan tradisional dalam memutuskan pilihan.

Demikian, agaknya dapat dimaknai bahwa nasabah cenderung memilih berdasarkan rasionalitas-bertujuan tetapi juga mempertimbangkan rasionalitas-nilai. Mengapa kedua-duanya dapat dipertimbangkan oleh nasabah? Justeru pada *locus* itu kemudian perbedaan antara bank syariah dan konvensional semakin terlihat differensiasinya, dimana sesuai dengan identitas bank syariah sebagai *more than just a bank* atau *beyond banking*—tidak hanya sebagai industri keuangan tetapi menjadi wahana bagi umat Islam mengekspresikan nilai-nilai religiusitasnya. Ini juga menegaskan bahwa nasabah memilih bank syariah tidak sepenuhnya didorong oleh motif ekonomi, dan berorientasi pada profit tetapi juga distimulus oleh intensi nilai-nilai dan spirit religiusitas yang secara faktual tersedia, dan ditawarkan oleh bank syariah. Fakta empiris ini, menegaskan bahwa pada bank syariah khususnya di Provinsi Bengkulu ditemukan dua tipe nasabah yakni: 1) nasabah yang rasional; dan 2) difusi-nasabah. Bagaimana dua tipe ini dimaknai?

Nasabah rasional, meminjam teori Weber tentang rasionalitas-bertujuan atau *zweckerational*,¹⁵⁶ merupakan nasabah yang memilih bank syariah sepenuhnya didasarkan pada kalkulasi ekonomi. Nasabah dalam tipe ini selalu mendasarkan pilihan terhadap bank syariah pada tingkat keuntungan dan utilitas yang mampu ditawarkan oleh bank kepada mereka seperti memilih bank syariah karena tingkat keuntungan melalui nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah jauh lebih tinggi dan kompetitif jika dibandingkan dengan bunga pada bank konvensional; atau memilih bank syariah karena memang dari segi produk, pelayanan dan fasilitas yang ada pada bank syariah relatif baik dan bagus.

Menguatkan tesis di atas, partisipan “P5” menegaskan bahwa:

“..pilihan terhadap bank syariah karena motivasi pribadi, dimana bank syariah lebih bagus dari bank konvensional terutama dalam aspek stabilitas nisbah bagi hasil. Ia tidak tergantung pada fluktuasi dollar ataupun inflasi. Ini yang membuat saya lebih mantap bertransaksi dengan bank syariah.”¹⁵⁷

Rasionalitas bertujuan atau *zweckerational* pada statemen nasabah di atas untuk selanjutnya disebut sebagai *evidance*, terlihat dari kata-kunci “stabilitas” nisbah bagi hasil. Ini menegaskan bahwa motivasi pribadi yang dimaksud oleh partisipan adalah tujuan untuk mendapatkan sekuritas atau keamanan yang lebih terjamin pada modal yang diinvestasikannya pada bank syariah melalui produk deposito syariah. Tindakan yang semacam itu, meminjam pandangan Sakaria J. Anwar (2012), direduksi dari kaidah-kaidah praktis¹⁵⁸ misalnya keinginan untuk mendapatkan keuntungan; dan rasa aman. Demikian, maka dapat diasumsikan bahwa tindakan apapun bentuk dan

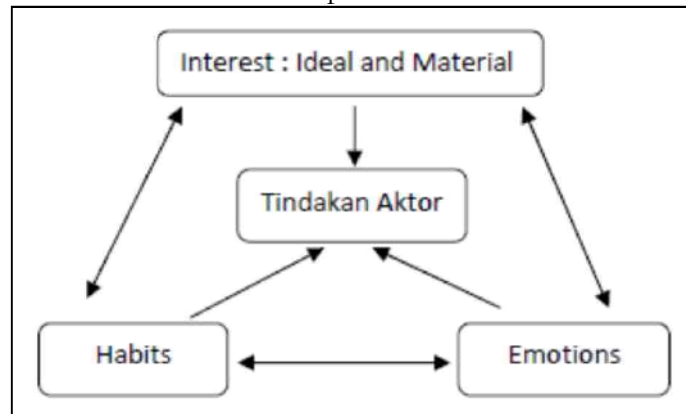
¹⁵⁶ Sakaria J. Anwar. *Op. Cit.*, hlm. 67.

¹⁵⁷ Wawancara dengan Yustardo, nasabah Bank Syafir-Bengkulu, pada tanggal 16/10/2015.

¹⁵⁸ Sakaria J. Anwar. *Op. Cit.*, hlm. 67.

arahnya selalu diputuskan pada tingkat individu. Namun penentuan sebuah tindakan yang definitif, selalu didahului oleh proses “*intellectual exercise*” yang berlangsung pada wilayah gagasan seseorang.¹⁵⁹ Demikian, pengambilan dan penetapan sebuah keputusan suatu tindakan akan melibatkan sejumlah pilihan masuk akal (*rational choice*) yang diambil setelah mempertimbangkan sejumlah faktor.¹⁶⁰ Jika diilustrasikan, maka pengambilan keputusan oleh nasabah terhadap bank syariah dapat dipahami dari diagram di bawah ini:

Diagram 4.6
Faktor Determinan terhadap Pilihan dan Tindakan Aktor¹⁶¹



Bagaimana pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu dipahami dalam konteks diagram 4.6 di atas? Ada 3 (tiga) hal yang determinan membentuk; dan mewarnai pilihan manusia, termasuk pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu, hal itu adalah: 1) *interest* yang terdiri dari sesuatu yang ideal dan material. Hal-hal ideal adalah produk dari religiusitas; kultur ataupun subkultur. Sementara sesuatu yang material lebih tampak sebagai produk ekonomi-materialistik; 2) *habits* atau kebiasaan yang sesungguhnya lebih bersipat fisik-rutinitas; 3) emosi,¹⁶² dimana ini adalah aspek psikologis yang juga mempengaruhi pilihan nasabah terhadap bank syariah. Dalam hubungannya dengan pilihan rasional-bertujuan, seorang nasabah memilih bank syariah dipengaruhi oleh kepentingan atau *interest* yang sepenuhnya bersipat materialistik-pragmatis—misalnya memilih bank syariah untuk tujuan mendapatkan profit yang lebih tinggi.

Robert Grafstein (1999) menguatkan penjelasan terkait pilihan rasional, dimana ia mendefinisikan rasionalitas sebagai memaksimalkan utilitas sesuai dengan harapan dan tujuan individu.¹⁶³ Dalam hubungannya dengan pilihan nasabah bank syariah, tujuan yang dirumuskan oleh nasabah adalah untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi melalui bagi hasil pada produk deposito. Berangkat dari asumsi itupula kemudian Grafstein melahirkan teori baru yang dinamai dengan *the conditional expected-utility* (CEU).¹⁶⁴ Teori kian menguatkan bahwa tindakan rasional-bertujuan: sebuah

¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ *Ibid.*

¹⁶¹ *Ibid.*, hlm. 68.

¹⁶² *Ibid.*

¹⁶³ Robert Grafstein. *Choice-Free Rationality: A positive Theory of Political Behavior*. (Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1999), hlm. 13.

¹⁶⁴ *Ibid.*

tindakan yang didasarkan pada nilai-nilai ekonomi-pragmatis, dan materialistik, ditujukan seutuhnya untuk memaksimalkan utilitas melalui pencapaian tujuan-tujuan yang lebih ekonomis seperti profit dan sekuritas modal pada bank syariah. Dalam kondisi paling alamiah, dimana diasumsikan manusia tidak terlalu ditekan oleh nilai eksternal yang berada di luar dirinya seperti agama dan nilai kultural, manusia akan selalu berupaya memaksimalkan kepuasan dan utilitas melalui pilihannya.

Hee-Woong Kim dan Young-Gul Kim (2001) mengilustrasikan rasionalisasi melalui kajiannya tentang *Rationalizing the Customer Service Process*, sebagai proses memuaskan dan memenuhi target serta tujuan yang sudah diorganisir sedemikian rupa oleh individu.¹⁶⁵ Kajian Hee dan Kim ini memperluas ruang lingkup rasionalitas-bertujuan: tidak hanya pada wilayah perilaku individual tetapi juga institusi ataupun organisasi. Kendati demikian, nilai atau *pseuma* (baca: *spirit*) yang melatarbelakangi atau mewarnai perilaku ataupun kebijakan pada institusi tetap berada dalam *loci* atau *locus* yang sama—dimana nalar instrumental yang merupakan produk dari ekonomi-kalkulasi menjadi *locus* dari perilaku rasionalitas-bertujuan dalam versi Kim dan Woong. Teori ini menegaskan bahwa setiap rasionalisasi yang mengandalkan nalar-nalar instrumental, dalam wilayah apapun termasuk pilihan nasabah bank syariah, niscaya berada pada *locus* ekonomi-kalkulasi. Dalam hubungannya pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, tidak jarang partisipan dalam hal ini adalah nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, menganggap bahwa pertimbangan baik dan bagusnya pelayanan bank syariah menjadi alasan mengapa bank syariah dipilih sebagai tempat bertransaksi—menabung; atau melakukan pembiayaan.

Terkait teori di atas, partisipan “P3”, mengutarakan bahwa:

“..saya mengajukan pinjaman (pen: pembiayaan) kepada bank syariah karena ada yang unik di bank tersebut. Tidak ada penerapan bunga, tetapi bagi hasil. Dari sisi bisnis ini bagi saya lebih menguntungkan, dan tidak terlalu memberatkan.”¹⁶⁶

Statemen partisipan di atas “mengukuhkan” bahwa nasabah, entah siapapun itu, berpotensi menjadi sangat rasional dalam makna rasionalitas-bertujuan, tanpa membedakan agama seperti nasabah di atas yang beragama Kristen Protestan, dan seorang pendeta. Lancaster (1966) untuk memahami rasionalitas semacam itu memperkenalkan satu konsep analisis perilaku konsumen melalui produk, serta atribut yang melekat pada produk yang diinginkan oleh seorang konsumen.¹⁶⁷ Konsepsi Lancaster ini dapat juga dilacak dari nalar nasabah bank syariah dalam merasionalisasikan pilihannya. Dalam hal ini, seorang partisipan “P15” mengutarakan alasannya memilih bank syariah, sebagai berikut:

¹⁶⁵ Dalam konteks pelayanan konsumen, rasionalisasi merupakan metode yang tersusun dari tiga komponen, yakni: *service process modeling with Dynamic-Event Process Chain* (Dynamics-EPC); *Performance measurement with simulation techniques*, dan *service process change with performance-based change guidelines*. Lihat Hee-Woong Kim & Young-Gul Kim. *Rationalizing the Customer Service Process*. Journal of Process Management, Vol. 7, No. 2: 2001., hlm. 143.

¹⁶⁶ Wawancara dengan Panca, seorang pendeta Kristen Protestan di Bengkulu dan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah, tanggal 20/10/2015.

¹⁶⁷ P.V. Balakrishna. *Consumer Rationality and Economic Efficiency: Is The Assumed Link Justified*. Journal of The Marketing Management, Vol.10, Issues 1: 2000., hlm. 1.

“..menabung di bank syariah (pen: Bank Syafir) masalah keuangan bisa terbantu. Ditambah lagi dengan sistem antar-jemput yang membuat waktu efisien, serta tidak merepotkan.”¹⁶⁸

Dari statemen yang diutarakan oleh partisipan di atas terdapat kata kunci, yakni: “adanya sistem antar jemput”. Ini menegaskan bahwa tesis yang dikemukakan oleh Lancaster relevan adanya jika dihubungkan dengan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Faktanya, nasabah selalu melihat dan mempertimbangkan atribut dan sistem dari produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Tidak hanya tingkat profit yang ditawarkan oleh bank syariah yang dijadikan pertimbangan, tetapi juga bagaimana sistem yang melekat pada produk tersebut—akad, tingkat nisbah dan kecepatan pelayanan. Mengapa nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu mempertimbangkan atribut yang melekat pada produk dan bank syariah?

Pada dasarnya setiap nasabah, layaknya konsumen lainnya, selalu ingin mendapatkan sesuatu yang terbaik dari keputusan untuk membelanjakan pendapatan mereka. Inilah kemudian yang diistilahkan oleh Balakrishna (2000) dengan efisiensi pilihan konsumsi.¹⁶⁹ Dengan mekanisme semacam itu membuat nasabah akan lebih mudah merasionalisasikan pilihan yang telah diputuskan. Dalam perkembangannya, rasionalisasi pilihan nasabah telah melahirkan satu teori yang dipopuler dengan *The Theory of reasoned action*: sebuah teori yang ditujukan untuk mempersoalkan intensi yang menjadi *antecedent* dari perilaku konsumen, termasuk juga pilihan nasabah bank syariah.¹⁷⁰ Teori ini *concern* pada input-input yang dapat mempengaruhi atau membentuk perilaku dan pilihan individu, tidak terkecuali juga pilihan nasabah bank syariah. Asumsi yang sering digadang-gadang oleh teoritikus teori TRA atau *The Theory of Reasoned-Action* adalah rasionalitas individu—nasabah, menjadi fondasi dari keputusan atas pilihannya terhadap produk.¹⁷¹ Berangkat dari berbagai teori dan asumsi yang ada pada pelbagai teori tersebut, agaknya dapat dipahami bahwa nalar dominan yang determinan dalam menentukan perilaku dan pilihan nasabah rasional pada bank syariah adalah nalar instrumental yang berorientasi pada atribut yang melekat pada produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Nalar instrumental yang dapat ditemukan secara kuat pada sebagian pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, agaknya dapat dipastikan sebagai *signifier* adanya motivasi ekonomi yang kuat dalam diri nasabah. Hal itu ditandai dengan orientasi satistifikasi atau tujuan untuk memuaskan serta memaksimalkan utilitas secara individual.¹⁷² Dengan menjadi nasabah bank syariah seutuhnya ditujukan untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi melalui nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah pada produk deposito *mudharabah*. Faktanya, nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, tidak sedikit yang menganggap penting penerapan bagi hasil atau *profit-sharing* oleh bank syariah. Dianggap penting karena dengan *profit-sharing* itu kemudian keuntungan menjadi nasabah bank syariah akan lebih tinggi dibanding menjadi nasabah bank konvensional. Secara detail atribut pada bank syariah yang kemudian dinyatakan sebagai kriteria penting bagi nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah di Provinsi Bengkulu, dapat dipahami sebagai berikut:

¹⁶⁸ Wawancara dengan Nur, nasabah Bank Syafir, Cabang Curup, pada tanggal 26/10/2015.

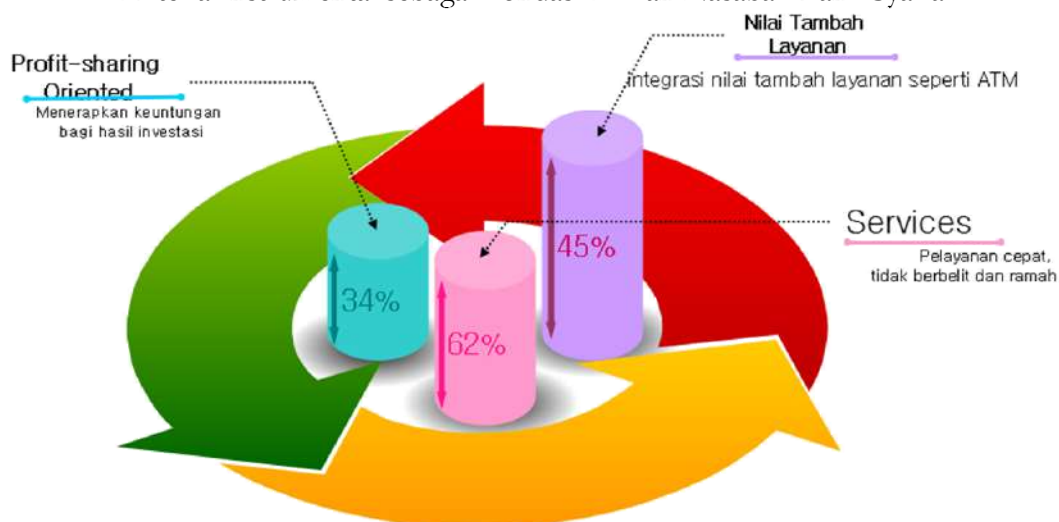
¹⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 4.

¹⁷⁰ *Ibid.*

¹⁷¹ *Ibid.*, hlm. 5.

¹⁷² Lanca Lindauer. *Op. Cit.*, hlm. 3.

Grafik 4.3
Kriteria Instrumental sebagai Fondasi Pilihan Nasabah Bank Syariah



Masing-masing kriteria instrumental adalah atribut yang melekat pada bank syariah, dan ditanyakan dalam item yang berbeda kepada 65 (enam puluh lima) partisipan melalui kuesioner. Responnya beragam dan tidak homogen seperti yang diperlihatkan dalam grafik 4.3 di atas. Di banding lainnya tiga kriteria lebih tinggi. Mengapa demikian? Partisipan menganggap tiga kriteria tersebut di atas adalah fondasi penting dalam memilih bank syariah di Provinsi Bengkulu. Dari ketiga kriteria di atas, adalah nilai tambah layanan seperti ATM dengan jaringan yang luas pada bank syariah menjadi kriteria yang paling dianggap penting—faktanya 62% partisipan menganggap nilai tambah tersebut sangat penting dan menjadi kriteria pilihan terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu. Pilihan yang didasarkan pada kriteria instrumental semacam itu tentu saja dapat dimaklumi. Karena hal itu secara alamiah, dan umumnya dapat ditemukan secara luas pada pilihan manusia dan individu lainnya. Pieter W.G. Bots (2008) menegaskan bahwa nalar instrumental merupakan produk dari sesuatu yang lebih kompleks ketimbang yang dimaknai dan dijelaskan oleh kalangan formalisme-ekonomi. Hal tersebut berangkat dari fakta bahwa pilihan manusia bukanlah sesuatu yang secara spontan, dan otomatis¹⁷³. Ia diliputi oleh intensi yang jauh lebih kompleks dari sesuatu yang diekspresikan di permukaan saja. Begitu juga halnya dengan pilihan nasabah bank syariah yang didasarkan pada kriteria instrumental. Ia sesungguhnya adalah produk dari norma, yang dalam pandangan formalisme-ekonomi diistilahkan dengan *the norm of maximalization*: sebuah norma dimana individu selalu mengajarkan individu secara dasariah untuk memaksimalkan keuntungan. Mekanisme semacam itu-lah yang ditemukan pada pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu.

Kendati demikian, uniknya nalar instrumental bukanlah satu-satunya determinasi perilaku dan pilihan nasabah bank syariah di provinsi ini. Tetapi masih ada nalar lain yang secara bersama-sama juga mewarnai pilihan sebagian nasabah bank syariah. Nalar yang dimaksud adalah nalar tradisional. Kemudian Max Weber menyebut hal itu dengan rasionalitas-nilai: sebuah pilihan yang seutuhnya diinspirasi

¹⁷³ Pieter W.G. Bots. *Analyzing Actor Networks while Assuming "Frame Rationality"*. Paper Presented at the Conference on Network in Political Science (NIPS): Harvard University, MA, June 13-15, 2008., hlm. 1.

oleh nilai-nilai yang jauh lebih universal dan dihayati oleh nasabah. Nilai-nilai itu merupakan produk dari religiusitas melalui doktrin-doktrin yang khas. Dalam Islam, dikenal dengan ajaran-ajaran terkait tentang muamalah atau hubungan dengan sesama manusia dan aktivitas ekonomi. Salah satu doktrin utama Islam adalah larangan riba, atau *usury-prohibition*. M. Mansoor Khan dan M. Ishaq Bhatti (2008) bahkan menegaskan tidak hanya Islam sesungguhnya yang melarang praktek riba, tetapi agama lainpun sudah menerangkan kode-kode etik yang akhirnya bermuara pada pelarangan bunga dan riba.¹⁷⁴ Bahkan secara empiris, kode etis tersebut diungkapkan oleh 2 (dua) orang partisipan dimana keduanya adalah pendeta Kristen Protestan.

Partisipan “P3” menegaskan bahwa:

“..dalam tatanan hukum firman Tuhan memakan riba tidak dibolehkan. Hal itu sudah ketentuan. Tetapi entah mengapa saat ini ada kecenderungan di negeri kita, orang-orang memperhalus nama riba tersebut. Sehingga mengakibatkan perubahan makna. Bagi kebanyakan memakan riba tidak lagi sesuatu yang tabu, bahkan dianggap biasa-biasa saja. Itulah negatifnya jika terlalu diperhalus bahasanya.”¹⁷⁵

Menguatkan statemen di atas, seorang partisipan “P2” juga menegaskan:

“..sudah jamak dimaklumi bahwa dalam agama Kristen. Biasanya riba dipraktikkan dalam hutang-piutang. Sehingga dalam agama kami menolong saudara itu wajib, jika ia butuh bantuan ekonomi. Tetapi konsepnya tidak boleh mengambil keuntungan darinya.”¹⁷⁶

Dua statemen yang diutarakan oleh kedua partisipan di atas merupakan refleksi dari *beliefs* yang bersumber dari sesuatu yang lebih tinggi, dan itu disebut dengan agama. Islampun mengajarkan pelarangan riba. Larangan tersebut bahkan menjadi fondasi dari sistem keuangan syariah dewasa ini sekaligus menjadi pembeda antara bank syariah dan konvensional. Dalam konteks ini, seorang partisipan mengutarakan bahwa haramnya bunga bank merupakan ajaran yang berbentuk larangan, antara riba dan jual beli.¹⁷⁷ Doktrin ini kemudian yang menjadi sumber dari nalar tradisional. Nalar ini pula yang kemudian membedakan antara pilihan nasabah rasional bertujuan dengan pilihan nasabah rasional-nilai. Kendati demikian, antara pilihan nasabah rasional-bertujuan dan pilihan rasional-nilai nasabah bank syariah adalah dua bentuk rasionalitas yang sama-sama ditemukan pada nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Bahkan keduanya terlihat seimbang. Tidak ada yang dominan. Faktanya, nalar tradisional 87.14% berbanding 83.7% nalar instrumental. Ini mengindikasikan bahwa kedua nalar ini seimbang adanya, dan keduanya sama-sama menjadi kriteria sangat penting bagi nasabah dalam memilih bank syariah. Hanya saja kriteria ini masih bersipat stimulus, karena pengungkapannya melalui kuesioner. Karenanya pengalaman personal sebagai nasabah bank syariah, agaknya perlu dikemukakan sebagai fakta sesungguhnya di balik menguatnya kedua nalar instrumental dan nalar tradisional pada pilihan nasabah.

¹⁷⁴ M. Mansoor Khan & M. Ishaq Bhatti. *Development in Islamic Banking: The Case of Pakistan*. (New York: Palgrave MacMillan, 2008), hlm. 20.

¹⁷⁵ Wawancara dengan Panca, seorang Pendeta Kristen Protestan dan tercatat juga nasabah BRI Syariah Cabang Bengkulu, pada tanggal 20/10/2015.

¹⁷⁶ Wawancara dengan Sandi, seorang Pendeta Kristen Protestan, pada tanggal 18/10/2015.

¹⁷⁷ Wawancara dengan Prof. Dr. H.Rokhimin, M.Ag., ketua MUI Provinsi Bengkulu, pada tanggal 21/10/2015.

Seorang partisipan mengutarakan, dan menjadi *signifier* atas tesis diatas:

“Nasabah bank syariah tidak jauh berbeda antara nasabah bank konvensional, mereka rasional sebagai seorang manusia. Tetapi hal itu tidak sepenuhnya, dan bersipat konstan. Adakalanya mereka menjadi orang yang sangat religius, tetapi juga rasional sekaligus.”¹⁷⁸

Pernyataan di atas menjadi satu fondasi atas satu tesis bahwa tidak hanya nasabah rasional atau *zweckrational*, tetapi khusus di Provinsi Bengkulu, sebagian nasabah bank syariah dapat disebut sebagai difusi-nasabah: nasabah yang tidak hanya memilih bank syariah didasarkan pada nilai-nilai ekonomi-materalistik tetapi juga didorong oleh nilai-nilai universal yang bersumber dari agama dan spirit spiritualitas. Misalnya, sadarnya nasabah atas haramnya bunga dan riba mendorong mereka mencari bank alternatif untuk menggantikan bank konvensional, dan pilihan pun dialamatkan pada bank syariah. Unik, dan menariknya kesadaran semacam itu tidak muncul diawal pilihan melainkan ada kondisi yang memunculkan itu tatkala bank syariah dipilih sebagai bank alternatif. Lantas nalar apa yang lebih dominan mendorong nasabah memilih bank syariah di Provinsi Bengkulu? Tanpa menapik bahwa nalar tradisional seperti spirit religiusitas ataupun nilai-nilai sosial serta kultural juga menjadi pra-kondisi atas pilihan nasabah terhadap bank syariah. Tetapi umumnya nasabah mengakui bahwa pilihan terhadap bank syariah awalnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan profit lebih tinggi melalui skema nisbah bagi hasil. Tetapi seiring waktu perbedaan prinsip antara bank syariah dan bank konvensional semakin jelas dan kentara di mata nasabah, dan akhirnya rasanya nyaman pun dihasilkan. Kesadaran pun muncul bahwa berburu keberkahan jauh lebih penting ketimbang mencari profit. Sebab berorientasi pada keberkahan akan mendatangkan keuntungan ekonomi yang jauh lebih berkualitas. Dalam konteks ini kemudian nasabah dalam tipe itu diistilahkan dengan “difusi-nasabah”. ***Allahu a'lamu bis-shawab.***[]

¹⁷⁸ Wawancara dengan Prof. Dr. H.Rokhimin, M.Ag., ketua MUI Provinsi Bengkulu, pada tanggal 21/10/2015.

BAB V

BERBURU PROFIT DIAWAL, NAMUN RELIGIUS KEMUDIAN: Sebuah Catatan Penutup

Diagram 5.1
Temuan Teoritis Riset

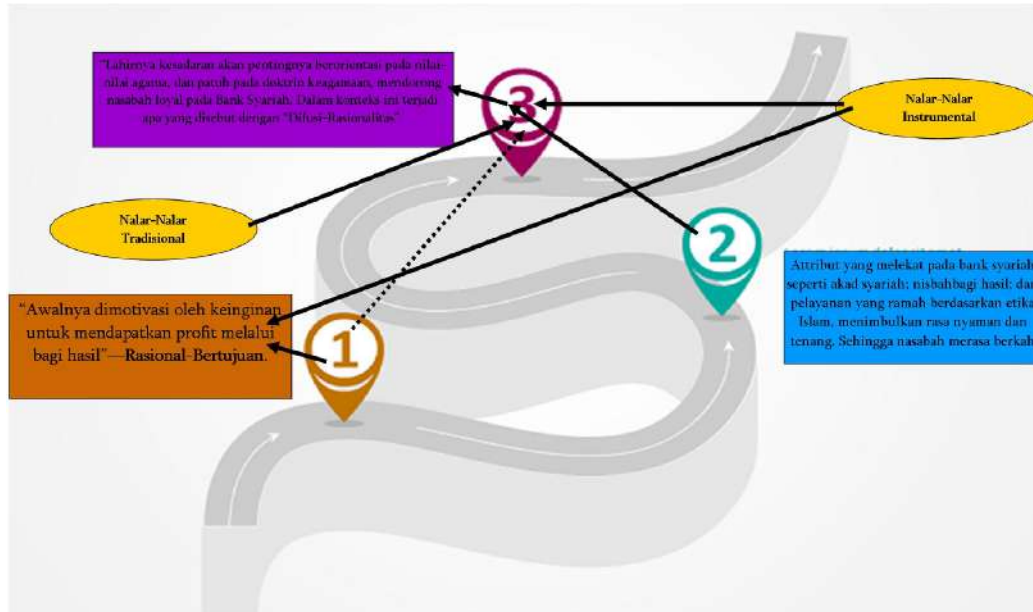


Diagram 5.1 di atas mendeskripsikan temuan teoritis dimana setidaknya ada tiga hal penting terkait dengan perilaku pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, yakni: *Pertama*, pada tahap awal tatkala nasabah akan memilih bank syariah, ada kecenderungan pilihan tersebut dimotivasi oleh nalar-nalar instrumental seperti keinginan untuk mendapatkan profit lebih tinggi melalui skema bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah. *Kedua*, pada tahap ini setelah nasabah memilih dan berinteraksi secara langsung dan intens dengan bank syariah, kesadaran akan nilai-nilai agama yang diekspresikan oleh bank syariah mulai tumbuh. Hal ini didorong oleh produk bank syariah sesungguhnya berbeda dengan bank konvensional—terdiffrensiasi, tidak hanya pada aspek bentuk; dan akad tetapi juga pada dimensi prinsip yang mendasari produk tersebut. *Ketiga*, munculnya kesadaran bahwa bank syariah berbeda sehingga memunculkan *mood-positive* di kalangan nasabah bank syariah, dan akhirnya mereka menyadari bahwa mendasari pilihan atas pertimbangan nilai seperti agama jauh lebih utama akan menimbulkan keberkahan. Lebih detail, hasil temuan kajian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

Satu tesis yang dapat diajukan sebagai sesuatu yang empiris bahwa nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu, awalnya memang bertujuan berburu profit, tetapi menjadi religius kemudian. Memperkuat tesis tersebut, berangkat dari rumusan dan batasan masalah, agaknya secara empiris kajian ini menghasilkan beberapa temuan, yakni: *Pertama*, mekanisme agama memandu pilihan nasabah dapat dilihat dari fungsi

dan posisi agama dalam membentuk atau paling tidak mewarnai pilihan nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu. Demikian, setidaknya ada 4 (empat) mekanisme yang diproduksi oleh agama dalam hal ini Islam membentuk pilihan nasabah, dan mekanisme tersebut adalah: legislasi, *force of law*, intervensi institusional dan modifikasi agama. Empat hal ini secara utuh ditemukan pada peran fatwa MUI (baca; fatwa haramnya bunga bank) sebagai atraktor yang membentuk pilihan nasabah bank syariah. Sederhananya kategori tersebut dapat dirasionalisasikan bahwa hadirnya Majelis Ulama Indonesia melalui fatwa haramnya bunga bank dapat ditafsirkan ke dalam beberapa kategori: *Pertama*, fatwa tersebut merupakan upaya melakukan legislasi atas haramnya bunga bank; *Kedua*, fatwa tersebut diartikan sebagai tekanan lewat hukum (*force of law*) agar umat Islam meninggalkan transaksi bank yang berbasis pada bunga; *Ketiga*, menguatnya peran MUI melalui fatwa Dewan Syariah Nasional agaknya dapat diartikan sebagai salah satu bentuk intervensi institusi agama mendukung, dan meningkatkan *sphere-market* bank syariah di Indonesia; dan *Keempat*, terlibatnya MUI dalam industri keuangan menjadi indikator tengah terjadinya modifikasi agama. Empat hal tersebut adalah mekanisme struktural dimana agama mewarnai pilihan nasabah melalui peran institusi agama. Tetapi secara kultural-psikologis, agama mempengaruhi pilihan nasabah melalui penghayatan terhadap doktrin dan *pseuma* (baca: spirit) religiusitas dalam hubungannya dengan bank syariah. Hingga akhirnya agama dijadikan sebagai nalar dibalik pilihan terhadap bank syariah.

Kedua, untuk menyimpulkan apakah pilihan nasabah terhadap bank syariah merupakan keshalehan agama dan praktek keagamaan tentu bukan hal yang “gamblang”. Mengapa demikian? Pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu dibentuk oleh dua nalar secara simultan, yakni nalar instrumental dan nalar tradisional. Eksistensi dua nalar ini melahirkan dua model penghayatan yang berbeda, yakni: 1) sebagian nasabah, melalui pemaknaan atas *personal-feeling* partisipan, merupakan individu yang memahami bahwa pilihan terhadap bank syariah bukanlah produk dari agama atau praktek keagamaan. Tetapi ia adalah produk dari motivasi pribadi yang lebih kalkulatif; dan 2) sebagian partisipan mengungkapkan hal sebaliknya dimana pilihan mereka terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu adalah produk dari penghayatan terhadap spirit religiusitas, sehingga tujuan memilih bank didasari oleh keinginan untuk mendapatkan keberkahan.

Ketiga, rasionalisasi pilihan nasabah bank syariah dapat dilihat dari munculnya dua bentuk nalar, yakni nalar instrumental dan tradisional. Dua nalar ini akan menjadi *cognitive system* yang menjadi alasan mengapa pilihan terhadap bank syariah diputuskan. Sederhananya ada beberapa kesimpulan penting terkait hal itu. *Pertama*, setiap tindakan secara sadar atau tidak selalu didasarkan pada kebutuhan ekonomi. *Kedua*, setiap tindakan manusia selalu didasarkan pada semacam kesadaran atau *consciousness* yang dibentuk oleh orientasi, dan tujuan yang ada dalam pikiran manusia adakalanya kesadaran itu sebagai sebuah produk dari doktrin agama, ataupun budaya. Dua hal ini ditemukan secara simultan dan utuh pada rasionalisasi pilihan nasabah terhadap bank syariah di Provinsi Bengkulu.

Keempat, ada dua kesimpulan penting terkait nalar apa yang dominan membentuk pilihan nasabah—nalar instrumental atau nalar tradisional: 1) sebagai satu hal yang bersipat ekspektasi, baik nalar instrumental maupun nalar tradisional ada dua hal yang sama-sama kuat dan equal menjadi kriteria dari pilihan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari angka yang dihasilkan dari kuantifikasi kuesioner, dimana angka nalar instrumental 83.7%. Sementara angka untuk nalar tradisional adalah

87.14%. Data yang ditampilkan ini dipermukaan terkesan ambigu, dan bersipat paradoks karena bersipat gradual dan jawaban partisipan bersipat ganda. Sehingga sulit dijelaskan secara teoritis. Namun jawaban tersebut dapat dimaklumi setelah mendalami ekspektasi tersebut melalui *in-depth interview*. Sesungguhnya jawaban partisipan sebagai seorang nasabah bank syariah yang ditorehkan melalui kuesioner merupakan refleksi dari *pseuma* atau spirit yang berada di dalam diri; jiwa; dan pikiran nasabah. Spirit tersebut juga bersipat gradual, dengan ambiguitas yang sangat kentara. Mengapa diteorisasikan seperti itu? Fakta menunjukkan secara empiris, bahwa nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu secara gradual dan simultan menganggap penting kriteria instrumental dan tradisional dalam memutuskan pilihan. 2) Data yang dihasilkan oleh kuesioner, sesungguhnya terkonfirmasi melalui *in-depth interview* dimana nasabah bank syariah di Provinsi Bengkulu mengungkapkan bahwa nalar instrumental dan nalar tradisional dipahami bukan dalam bentuk dialekti, tetapi keduanya diposisikan secara simultan dan kronologis. Faktanya, pilihan sebagai *personal-feeling* dibentuk oleh motivasi ekonomi-materialistik yang kemudian pada tahap berikutnya mendorong munculnya kesadaran religiusitas yang lebih tinggi karena terkondisikan oleh produk dan suasana yang ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabah.

5.2. Rekomendasi

Berangkat dari temuan empiris di atas, ada beberapa rekomendasi yang dapat dirumuskan: *Pertama*, bagi institusi bank syariah perluasan *sphere-market* perlu dilakukan. Pada tahap awal, bank syariah lebih *concern* pada isu-isu religiusitas dan mendorong kesadaran pangsa pasar yang berbasis primordial-Islam. Kedepan isu-isu terkait rasionalisasi produk secara substantif perlu dilakukan, agar pangsa pasar bank syariah dari kalangan non-muslim semangkin meningkat. *Kedua*, temuan teoritis sejatinya memiliki implikasi metodologis dimana pendekatan formalis-ekonomi untuk memahami perilaku ekonomi mesti didalami secara serius melalui pendekatan-pendekatan kualitatif-fenomenologis: satu pendekatan tidak hanya *concern* menangkap bentuk nalar, tetapi juga mempersoalkan penghayatan dari nalar-nalar yang membentuk perilaku ataupun pilihan nasabah bank syariah.[]

BIBLIOGRAFI

▪ Buku dan Jurnal:

Abercrombie, Nicholas. Stephen Hill, Bryan S. Turner. *The Penguin Dictionary of Sociology*. (Lodon: Penguin Books, 2006).

Achwan, Rochman. *Sosiologi Keuangan: Kini dan Dulu*. Jurnal Sosiologi Masyarakat, Vol. 15, No. 1: Januari-2010.

Adnan, Ahmad Azrin & Noor Azeanti Mohd Nasir; dan Dalfiza Mohd Yusof. *Bank Choice Behaviour among Malaysian Muslims: A Qualitative Approach*. International Research Journal of Social Sciences, Vol. 3, No. 2, 1-8, February 2013

Afdal, Andi Muh. Nurul. *Studi Pemahaman Nilai-Nilai Syariah pada Praktisi Perbankan Syariah: Studi pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani*. Skripsi: Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi-Universitas Hasanuddin, 2011.

Ahmad, Ashfaq & Rubina Bashir. *An Investigation of Customer's Awareness Level and Customer's Service Utilization Decision in Islamic Banking*. Pakistan Economic and Social Review, Vol. 52, No.1.

Ahmed, Tanvir. *Constumers Preference towards Islamic Banking: Religius Belief or Influence of Economic Factors*. Internship Report, Submission June 21-2014: Brac University.

Ahmed, Tanvir. *Costumers Preference toward Islamic Banking: Religious Belief or Influence of Economic Factors*. Internship Report: Brac University, 2014.

Alam, Syed Shah, Rohani Mohd & Badrul Hisham. *Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behaviour in Malaysia*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No.1: 2011.

Allen, Kieran. *Max Weber: A Critical Introduction*. (London: Pluto Press, 2004).

Anwar, Sakaria J. *Pengetahuan Lokal (Indigenous Knowledge) "Pasampe" Bugis-Makasar dalam Menjelajah Nusantara*. Jurnal Sosiologi Reflektif, Vol. 7, No. 1: Oktober-2012.

Asad, Talal. *Anthropological Conception of Religion: Reflections on Geertz*. Journal of Man, Vol. 18, No. 2: Juni-1983.

- Awan, Abdul Ghafoor & Maliha Azhar. *Consumer Behaviour towards Islamic Banking in Pakistan*. European Journal of Accounting Auditing and Finance Research, Vol. 2, No. 9: November-2014.
- Awan, Abdul Ghafoor & Maliha Azhar. *Consumer Behavior towards Islamic Banking in Pakistan*. European Journal of Accounting Auditing and Finance Research, Vol. 2, No. 9: November 2014.
- Awam, Hayat M. & Khuram Shahzad Bukhari. *Costumer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No.1: 2011.
- Babie, Earl. *The Basics of Social Research*. (Belmont: Wadsworth, 2011).
- Berger, Johannes dan Claus Offe. *Functionalism vs. Rational Choice: Some Questions concerning the Rationality of Choosing One or the Other*. Theory and Society, Vol. 11, No. 4 (July, 1982).
- Balakrishna, P.V. *Consumer Rationality and Economic Efficiency: Is The Assumed Link Justified*. Journal of The Marketing Management, Vol.10, Issues 1: 2000.
- Beal, Timothy K. & William E. Deal. *Theory for Religious Studies*. (New York: Routledge,
- Beckford, James A. *Social Theory and Religion*, (New York: Cambridge University Press, 2003).
- Beckford, James A. dan N.J. Demerath (ed.). *Rational Choice and Religion Economies. Handbook of The Sociology of Religion*. (New York: Sage Publishing, 2006).
- Bianchi, Marina (ed.). *The Active Consumer: Novelty and Surprise in Consumer Choice*. (New York: Routledge, 1998).
- Bialkowski, Jędrzej. Ahmad Etabri & Tomasz Piotr Wisniewski. *Piety and Profits: Stock Market Anomaly during the Muslim Holy Month*. Working Paper, No. 52/2010: University of Canterbury.
- Biggart, Nicole Woolsey (ed.). *Reading in Economic Sociology*. (New York: Blackwell Publisher, 2002).
- Baird, Candace M. (ed.). *Social Indicators: Statistics, Trend and Policy Development*. (New York: Nova Science Publishers, Inc., 2011).
- Browning, G. (ed.). *Understanding Contemporary Society: Theories of The Present*. (New York: Sage Publications, 2000)

- Bots, Pieter W.G. *Analyzing Actor Networks while Assuming "Frame Rationality"*. Paper Presented at the Conference on Network in Political Science (NIPS): Harvard University, MA, June 13-15, 2008.
- Bitsch, Vera. *Qualitative Research: A Grounded Theory Example and Evaluation Criteria*. Journal of Agribusiness Vol. 23, No. 1: 2005.
- Bruce, Ian. *Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective Market Research*. (London: Kogan Page, 2004).
- Bruce, Steve & Steven Yearley. *The Sage Dictionary of Sociology*. (London: Sage Publication, 2006).
- C, Anselm. Strauss, dan Juliet Corbin. *Basic of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. (New York: Sage Publication, Inc., 1998).
- Casey, Conerly. & Robert B. Edgerton. *A Companion to Psychological Anthropology*. (Malden: Blackwell Publishing, 2007).
- Chen, M. Keith. *Rationalization and Cognitive Dissonance: Do Choices Affect or Reflect Preferences*. Working Paper No. 1669: Yale University, 2008.
- Carrier, James G. (ed.). *A Handbook of Economic Anthropology*. (Cheltenham: Edward Elgar, 2005).
- C, Donald. Wood (ed.). *Choice in Economic Contexts: Ethnographic and Theoretical Enquiries*. (Amsterdam: Elsevier, 2007).
- Chauduri, Arjun. *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. (Amsterdam: Elsevier, 2006).
- Cherniak, Christopher. *Minimal Rationality*. (Maryland: Bradford Book, 1990).
- Chibnik, Michael. *Anthropology, Economics and Choice*. (Austin: University of Texas Press, 2011).
- Clarke, David B. *Consumer Society and The Postmodern City*. (London: Routledge, 2003).
- C., Peter. Hill, Kenneth I. Pargament, Ralph W. Hood, et.al. *Conceptualizing Religion and Sprituality: Points of Commodity, Point Departure*. Journal for The Theory of Social Behaviour, Vol. 30.
- Dale W. Wimberley. *Socioeconomic Deprivation and Religious Selience: A Cognitive Behavioral Approach*. The Sociological Quarterly 25 (Spring 1984).

- D, Michael. Mayers. *Chapter 9: Grounded Theory*. (Power Point “Qualitative Research in Business and Management: Sage Publications Limited, 2008).
- Denzin, Norman K & Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. (London: Sage Publication, 2000).
- De Vaus, David A. *Research Design in Social Research*. (London: Sage Publishing, 2012).
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln (ed.). *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).
- Egan, Louisa C., Laurie R. Santos & Paul Bloom. *The Origin of Cognitive Dissonance: Evidence from Children and Monkeys*. Journal of Psychological Science, Vol. 18, No. 11: 2007.
- Foxall, Gordon R. *Understanding Consumer Choice*. (New York: Palgrave McMillan, 2005).
- Geertz, Clifford. *The Interpretation of Culture*. (New York: Basic Books, Inc., Publishers, 1973).
- Glaser, Berney G. & Anselm L. Strauss. *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research*. (London: Aldine Transaction, 2006).
- Gerth, H. H. & C. Wright Mills. *From Max Weber: Essays in Sociology*. (New York: Oxford University Press, 1946).
- Grafstein, Robert. *Choice-Free Rationality: Apositive Theory of Political Behavior*. (Aan Arbor: The University of Michigan Press, 1999).
- Grand Strategy of Islamic Banking Market Devopelopment*. Jakarta: Direktorat Bank Syariah-BI, Juli-2008.
- Giddens, Antony. *Social Theory and Modern Sociology*. (California: Stanford University Press, 1987)
- Henderson, A.M. & Talcott Parsons. *Max Weber: The Theory of Social and Economic Organization*. (Illinois: The Free Press, 1947).
- Haron, Sudin. Norafifah Ahmad, dan Sandra L. Planisek. *Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Costumers*. International Journal of Bank Marketing, Vol. 12, No. 1: 1994.

- Honkanen, Pirjo & Bas Verplanken; dan Svein Ottar Olsen. *Ethical Values and Motives Driving Organic Food Choice*. Journal of Consumer Behaviour, Vol. 5, 2006.
- Lodziak, Conrad. *The Myth of Consumerism*. (London: Pluto Press, 2002).
- Kalberg, Stephen. *The Rationalization of Action in Max Weber's Sociology of Religion*. Sociological Theory, Vol.8, No. 1: 1990.
- Kalberg, Stephen. *Max Weber Types of Rationality: Cornerstones for Analysis Rationalization Process in History*. The American Journal of Sociology, Vol. 85, No. 5-Marc: 1980.
- Kramer, Thomas & Lauren Block. *Nonscious Effect of Peculiar Beliefs on Consumer Psychology and Choice*. Journal of Consumer Psychology, Vol. 21: 2011.
- Kalberg, Stephen. *Max Weber's Types of Rationality: Cornerstones for The Analysis of Rationalization Processes in History*. The American Journal of Sociology, Vol. 85, No. 5: March-1980.
- Kelberg, Stephen. *The Rationalization of Action in Max Weber's Sociology of Religion*. Journal of Sociology Theory, Vol. 8, No. 1: 1990.
- Kalberg, Stephen. *The Rationalization of Action in Max Weber's Sociology of Religion*. Journal of Sociology Theory, Vol. 8, No. 1: 1990.
- Khan, Mohammad Saif Noman. M. Kabir Hassan & Abdullah Ibney Shahid. *Banking Behaviour of Islamic Bank Customers in Bangladesh*. Journal of Islamic Economic, Banking and Finance, Vol. 1, No. 2: 2013.
- Khan, M. Mansoor & M. Ishaq Bhatti. *Development in Islamic Banking: The Case of Pakistan*. (New York: Palgrave MacMillan, 2008).
- Kim, Hee-Woong & Young-Gul Kim. *Rationalizing the Customer Service Process*. Journal of Process Management, Vol. 7, No. 2: 2001.
- Lechner, Frank J. *Rational Choice and Religious Economies*. Dalam James A. Beckford & N.J. Demerath (ed.), *Handbook of The Sociology of Religion*. (New York: Sage, 2006).
- Lichbach, Mark Irving. *Is Rational Choice Theory All of Social Science?* (Michigan: The University of Michigan Press, 2003).
- Lindauer, Lance. *Rational Choice Theory, Grounded Theory, and Their Applicability to Terrorism*. Journal of Policy, Research & Practise. Vol. 9. Issue 2.

- L., Stephen & Wuackenbush. *The Rationality of Rational Choice Theory*. Journal of International Interaction, Vol. 30: 2004.
- Mara, Einstein. *Marketing Religion in a Commercial Age*. (London: Routledge, 2008).
- Marranci, Gabriele. *The Anthropology of Islam*. (Oxford: Berg, 2008).
- Marimuthu, Maran & Chai Wai Jing; Lim Phei Gie; Low Pey Mun; Tan Yew Ping. *Islamic Baking: Selection Criteria and Implications*. Global Journal of Human Social Science, Vol. 10: September 2010.
- Mills, Jane & Ann Bonner & Karen Francis. *The Development of Constructivist Grounded Theory*. International Journal of Qualitative Methods, Vol. 5, No. 1: March-2006.
- Mokhlis, Safiek. *Religious Constrasts in Consumers Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison*. Journal of Business Studies Quarterly, Vol. 2, No. 1: 2010.
- Morse, Janice M. et.al. *Developing Grounded Theory: The Second Generation*. (California: Left Coast Press, 2009).
- Muhlis. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. Disertasi: Program Studi Doktor (S-3) Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011.
- Mokhlis, Safiek. *Religious Contrast in Consumers Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison*. Journal of Business Studies Quarterly, Vol. 2, No. 1: 2010.
- Oakes, Guy. *Max Weber on Value Rationality and Value Spheres*. Journal of Classical Sociology, Vol. 3, No. 1: 2003.
- Orlikowski, Wanda J. *IS research Paradigm: Method versus Substance*. Paper Presented at The Academy of Management Meeting in Anaheim CA: August, 1988.
- Olson, Carl. *Religious Studies: The Key Concepts*. (New York: Rutledge, 2010).
- Olson, Carl. *Religious Studies: The Key Concepts*. (London: Routledge, 2011).
- Parson, Talcott. *Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers*. (New York: The Free Press, 1949).

- Patel, Mahesh. *Influence of Religion on Shopping Behaviour of Consumers-An Exploratory Study*. Journal of Research in Commerce and Management, Vol. 1, Issues No. 5.
- Patel, Mahesh. *Influence of Religion on Shopping Behavior of Consumers: An Exploratory Study*. Journal of Research in Commerce and Management, No. 1, Issue No. 5: 2010.
- Parsons, Lihai Elizabeth & Pauline MacLaran. *Contemporary Issues in Marketing and Consumer Behaviour*. (Amsterdam: Elsevier, 2009).
- Ramachandran, V.S. (ed.). *The Encyclopedia of Human Behavior*, Vol. 1. (Amsterdam: Elsevier, 2012).
- Ritzer, George. *Explorations in The Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Card and Casinos*. (London: Sage Publication, 2001)
- Rivai, Lihai Harif Amali. *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs. Bank Konvensional*. (Research Report: Centre for Banking Research (CBR)-Andalas University).
- Runciman, W.G. (ed.). *Weber Selection in Translation*. (Cambridge: Cambridge University Press, 1978).
- R, Laurence. Iannaccone. *Introduction to the Economics of Religion*. Journal of Economic Literature, Vol. 36: September-1998.
- Sartain, Aaron Quinn, Alvin John North., et.al. *Understanding Human Behavior*. (London: McGraw-Hill, 1958).
- Satz, Debra. & John Ferejonh. *Rational Choice and Social Theory*. The Journal of Philosophy, Vol. 91, No. 2: February-1994
- Schwartz, Barry & Andrew Ward. *Maximizing versus Satisficing: Happiness Is a Matter of Choice*. Journal of Personality and Social Psychology: 2002.
- Schotter, Andrew. *Strong and Wrong: The Use of Rational Choice Theory in Experimental Economics*. Journal of Theoretical Politics, Vol. 18, No.4: 2006.
- Sheth, Jagdish N. *An Integrative Theory of Patronage Preference and Behaviour*. Faculty Working Paper No. 808: The University of Illinois, 1981.
- Shrivastava, Arunima & Pooja Purang. *Employee Perceptions of Job Satisfaction: Comparative Study on Indian Banks*. Asian Academy of Management Journal, Vol. 14, No. 2: July-2009.

Sica, Alan. *Weber, Irrationality and Social Order*. (Barkeley: University of California Press, 1988).

Smelser, Neil J. & Richard Swedberg (ed.). *The Handbook Economic Sociology*. (New York: Princenton University Press, 2005).

Sukhmono, Brilyan Rahmat. *Pengaruh Label Syariah pada Lembaga Perbankan terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*. (Skripsi: Program Studi Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum-Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2011).

Swedberg, Richard. *Principles of Economic Sociology*. (New Jersey: Princenton University Press, 2003).

Tibi, Bassam. *Islam between Culture and Politics*. (New York: Palgrave McMillan, 2001).

Tversky, Amos. & Daniel Kahneman. *Rational Choice Theory and the Framing of Decision*. *The Journal of Business*, Vol. 59, No. 4: October-1986.

Yusof, Dalfiza Mohd. Zakaria Bahari & Ahmad Azrin Adnan. *The Relationship between the Bank Choice Determinant and The Acceptance of Musharakah Mutanaqisab Home Financing among Malaysia Muslims*. *International Journal of Science Commerce and Hummanities*, Vol. 2, No.: May, 2014.

Zafirovski, Milan. *Exchange, Action, and Social Structure: Element of Economic Sociology*. (New York: Greenwood Press, 2001).

▪ **Website dan Artikel:**

Muhamad Abduh dan Raditya Sukmana. *Deposit Behaviour in Indonesia Islamic Banking: Do Crisis and Fatwa Matter?*. Retrived from http://irep.iium.edu.my/24033/1/Abduh_and_Sukmana_FRPS_2011.pdf. Pada tanggal 23-3-2015, Pukul. 21:00 wib.

Retrieved from www.id.wikipedia.org/kota_bengkulu. diakses tanggal 26-3-2015, pukul 11:00 wib.

▪ **Wawancara:**

Wawancara dengan Prof. Dr. H.Rokhimin, M.Ag., ketua MUI Provinsi Bengkulu, pada tanggal 21/10/2015.

Wawancara dengan Sandi, seorang Pendeta Kristen Protestan, pada tanggal 18/10/2015.

Wawancara dengan Slamet. Seorang pendeta Budha pada Tanggal 12/10/2015.

Wawancara dengan Panca, seorang pendeta Kristen Protestan di Bengkulu dan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah, tanggal 20/10/2015.

Wawancara dengan Yustardo tanggal 16/10/2015, nasabah Bank Syafir Bengkulu.

Wawancara Riswan pada Tanggal 21/10/2015, seorang nasabah BNI Syariah Cabang Bengkulu

Wawancara dengan Elvita, nasabah Bank Syafir, pada tanggal 16/10/2015.

Wawancara dengan Juna, nasabah Bank Syafir Bengkulu, pada tanggal 16/10/2015.

Wawancara dengan Tika, nasabah Bank Syafir-Bengkulu. Pada tanggal 16/10/2015.

Wawancara dengan Neli, nasabah Bank Nasional Indonesia Syariah, Bengkulu. Pada tanggal 21/10/2015.

Wawancara dengan Riswan, nasabah BNI Syariah, Bengkulu. Pada 21/12/2015.

Wawancara dengan Rosihan, Nasabah Bank Syafir-Bengkulu. Pada tanggal 16/10/2015.

Wawancara dengan Bayu, nasabah BNI Syariah-Cabang Bengkulu, pada tanggal 21/10/2015.

Wawancara dengan Nur, nasabah Bank Syafir, Cabang Curup, pada tanggal 26/10/2015.