

**PERSONALITI PENGGUNA MUSLIM DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP PEMILIHAN  
INSTITUSI PERBANKAN ISLAM DI  
KABUPATEN KAMPAR, PROVINSI RIAU,  
INDONESIA**

**MUTIARA DWI SARI**

**UNIVERSITI SAINS MALAYSIA  
2016**

**PERSONALITI PENGGUNA MUSLIM DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP PEMILIHAN INSTITUSI  
PERBANKAN ISLAM DI KABUPATEN KAMPAR,  
PROVINSI RIAU, INDONESIA**

**Oleh**

**MUTIARA DWI SARI**

**Tesis yang diserahkan untuk  
memenuhi keperluan bagi  
Ijazah Doktor Falsafah**

**Februari 2016**

## PENGHARGAAN

Alhamdulillah segala kesyukuran disampaikan kepada Allah SWT yang memberikan kemudahan dalam keberhasilan tesis ini. *Salawat* dan salam diberikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga Baginda, para sahabat dan siapa jua yang mengikuti mereka dengan ikhlas hinggalah ke akhirat. Apa sahaja yang telah diperoleh daripada proses menyiapkan tesis ini menjadi sebuah pengalaman dan pengajaran yang pasti dikenang sepanjang hayat. Mudah-mudahan diri ini menjadi hamba yang semakin hari semakin baik dan bermanfaat bagi sekalian makhluk.

Dalam proses menyiapkan tesis ini, saya sangat berhutang budi kepada mereka yang telah membantu saya sama ada secara langsung mahupun tidak langsung. Setidaknya, ada tujuh pihak yang perlu saya sebutkan di sini. Pertama, kepada kedua-dua penyelia saya iaitu Profesor Madya Dr. Zakaria Bahari dan Dr. Zahri Hamat yang memandu dengan sabar perjalanan kajian ini dari awal hingga akhir. Mereka sentiasa memberikan nasihat, tunjuk ajar dan mendisiplinkan saya agar sentiasa menjadi yang terbaik demi kemuliaan Islam. Segala sumbangan mereka dalam kesibukan mereka, Allah SWT jualah sebaik-baik pemberi ganjaran.

Keduanya ialah kepada semua pensyarah di Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV), Universiti Sains Malaysia (USM) yang turut memberikan nasihat dan menjadi tempat rujukan saya. Kepakaran “guru-guru” di ISDEV cukup banyak memberikan manfaat kepada saya.

Ketiganya adalah kepada Dato' Hassan Ahmad (Pejabat Mufti Pulau Pinang), Profesor Dr. Abdul Mujib, Dekan Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta, yang telah menerima saya di Jakarta bagi mendapatkan bimbingan yang cukup terperinci untuk menghasilkan tesis ini. Kepada Profesor Dr. Dato' Ishak Ismail (Profesor di Pusat Pengajian Pengurusan, Universiti Sains Malaysia), yang telah banyak memberikan, bimbingan, bantuan dan nasihat mulai daripada peringkat Sarjana Muda saya di Pusat Pengajian Pengurusan sehingga ke peringkat Doktor Falsafah ini. Kepada Dr. Aswati Hamzah (USM), Dr Dasman Yahya (Ketua Islamic Center) Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau dan Pensyarah UIN Sultan Syarif Qasim, Pekanbaru, Riau serta Profesor Dr. Amir Luthfi, Pensyarah UIN Sultan Syarif Qasim, Pekanbaru, Riau. Saya mengucapkan ribuan terima kasih atas kesediaan kesemua mereka untuk menerima undangan saya untuk ditemu bual.

Keempatnya adalah, Bapak James Okto Irwan, Unit Komunikasi dan Koordinasi, Pejabat Perwakilan Bank Indonesia (BI) Provinsi Riau yang telah memberikan kerja sama dalam menyediakan data statistik berkaitan Institusi Perbankan Islam (IPI) Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Kelimanya ialah kepada Pemerintah Daerah (Pemda) Kabupaten Kampar, Riau yang telah memberikan izin belajar kepada saya untuk menjalani pengajian di peringkat Doktor Falsafah. Kepada pihak IPI yang dijadikan lokasi pensampelan kajian iaitu pengurus Bank Muallamat Indonesia (BMI), Bank Mandiri Syariah, Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), Bank Riau Syariah dan Bank Mega Syariah di Kabupaten Kampar yang telah memberikan kebenaran kepada saya untuk menjalankan kajian ini.

Keenam, kepada pihak USM kerana memberikan peluang kepada saya melanjutkan pengajian ke peringkat Doktor Falsafah. Ucapan penghargaan juga saya sampaikan kepada pihak USM yang telah memilih saya sebagai *fellowship* sehingga saya menerima bantuan pembiayaan sepanjang pengajian ini. Pihak perpustakaan USM, Universiti Islam Antarabangsa (UIA), Universiti Malaya (UM), Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) dan Universiti Putra Malaysia (UPM) yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada saya untuk mendapatkan bahan-bahan rujukan yang diperlukan.

Ketujuh, kepada sahabat-sahabat, rakan seperjuangan di ISDEV yang sering berbincang, bertukar pendapat bahkan memberi nasihat yang berguna serta memberi semangat selama proses menyiapkan tesis ini. Tanpa kesemua pihak ini, tesis ini menurut fitrah saya sebagai manusia biasa adalah belum dapat terhasil.

Penghargaan yang teristimewa kepada ayahanda dan ibunda serta ibunda mertua, abangnda, adinda dan keluarga besar yang selalu banyak berkorban, seiring doa yang tiada putus-putusnya kepada ananda, adinda dan kakanda untuk dapat menghasilkan tesis ini. Tentu sahaja kepada suami tercinta saya, Nurul Huda dan ananda Siti Rahmi Nabila, Muhammad Ariq Athallah, Muhammad Faiq Fadhullullah, Aini Azzahra dan Fara Alike Frizahesya yang sentiasa memahami perjuangan isteri dan ibu demi meraih kecemerlangan dunia dan akhirat. Mudah-mudahan kita termasuk orang-orang yang menang dan mendapatkan keredaan Allah SWT.

*Mutiara Dwi Sari*

**Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV)  
Universiti Sains Malaysia**

# SENARAI KANDUNGAN

	<b>Halaman</b>
Penghargaan.....	ii
Senarai Kandungan.....	v
Senarai Jadual.....	xii
Senarai Rajah.....	xv
Senarai Singkatan.....	xvi
Panduan Transliterasi.....	xix
Abstrak.....	xx
Abstract.....	xxii
<b>BAB 1    PENGENALAN</b>	
1.1      Pendahuluan.....	1
1.2      Latar Belakang.....	2
1.3      Pernyataan Masalah.....	18
1.4      Objektif Kajian.....	20
1.5      Persoalan Kajian.....	21
1.6      Definisi Operasional.....	22
1.6.1      Personaliti.....	23
1.6.2      Pengguna.....	29
1.6.3      Pemilihan IPI.....	30
1.7      Skop dan Batasan Kajian.....	31
1.8.      Kepentingan Kajian.....	33
1.9.      Organisasi Tesis.....	37
1.10.      Kesimpulan.....	38

## **BAB 2 SOROTAN KARYA**

2.1	Pengenalan.....	39
2.2	Kajian-Kajian Terdahulu.....	39
2.2.1	Kajian Pembinaan Alat Pengukuran Personaliti Konvensional.....	40
2.2.2	Kajian Pembinaan Alat Pengukuran Personaliti Perspektif Agama.....	43
	2.2.1.(a) Kajian Pembinaan Alat Pengukuran Personaliti Perspektif Agama Kristian-Yahudi.....	43
	2.2.2.(b) Kajian Pembinaan Alat Pengukuran Personaliti Perspektif Agama Islam dan Pengaplikasiannya..	52
2.2.3	Kajian Tentang Pengaruh Personaliti Terhadap Gelagat Pengguna.....	71
	2.2.3.(a) Kajian Tentang Pengaruh Personaliti Terhadap Gelagat Pengguna Konvensional .....	71
	2.2.3.(b) Kajian Tentang Pengaruh Personaliti Terhadap Gelagat Pengguna Perspektif Agama Bukan Islam (Kristian-Yahudi).....	80
	2.2.3.(c) Kajian Tentang Pengaruh Personaliti Terhadap Gelagat Pengguna Perspektif Agama Islam.....	88
2.3	Analisis Kajian-Kajian Terdahulu .....	99
2.4	Sorotan Karya.....	101
2.4.1	Personaliti Menurut perspektif Konvensional .....	101
	2.4.1.(a) Definisi dan Konsep Personaliti (Konvensional)	102
	2.4.1.(b) Personaliti dan Gelagat Pengguna .....	104
2.4.2	Personaliti Menurut Perspektif Agama Kristian-Yahudi..	106
	2.4.2.(a) Latar Belakang Hubungan Personaliti dan Agama.....	106
	2.4.2.(b) Personaliti dan Religiositi Sebagai Satu Kesatuan (Terintegriti).....	109
2.4.3	Personaliti Menurut Perspektif Agama Islam.....	110

2.4.3 (a)	Konsep Personaliti Islam .....	111
2.4.3 (b)	Fitrah dan <i>al-Khalq</i> .....	112
2.4.3 (c)	Dimensi Personaliti Islam.....	116
2.4.4	Faktor yang Mempengaruhi Personaliti.....	120
2.4.5	Personaliti dan Gelagat Pengguna Perspektif Agama Bukan Islam (Kristian-Yahudi) .....	123
2.4.6	Personaliti dan Gelagat Pengguna Perspektif Agama Islam.....	126
2.4.6 (a)	Falsafah Asas Kepenggunaan Islam.....	127
2.4.6 (b)	Tujuan Kepenggunaan Islam.....	131
2.4.6 (c)	Andaian-Andaian Kepenggunaan Islam.....	134
2.4.6 (d)	Rasionaliti Pengguna Islam.....	136
2.5	Pengukuran Personaliti.....	139
2.6	Ulasan Sorotan Karya.....	146
2.9	Kesimpulan.....	149
<b>BAB 3</b>	<b>KAEDAH PENYELIDIKAN</b>	
3.1.	Pengenalan.....	151
3.2	Reka Bentuk Kajian.....	151
3.2.1	Kajian Teoretikal .....	153
3.2.2	Kajian Empirikal.....	154
3.2.3	Model Kajian.....	156
3.3	Kaedah Pengumpulan Data.....	158
3.3.1	Pengumpulan Data Sekunder.....	158
3.3.2.	Pengumpulan Data Primer.....	159
3.3.3	Pensampelan.....	160
3.3.3 (a)	Kumpulan Pakar (Responden Temu Bual) .....	161
3.3.3 (b)	Pengguna Muslim di Kabupaten Kampar, Riau	



	(Responden Soal Selidik) .....	165
	3.3.3 (c) Institusi Perbankan Islam (IPI) .....	165
3.3.4	Justifikasi Pemilihan Kabupaten Kampar.....	168
3.3.5	Instrumen Kajian.....	169
	3.3.5 (a) Soal Selidik Profil Responden.....	170
	3.3.5 (b) Soal Selidik IPPI .....	170
	3.3.5 (c) Soal Selidik Hubungan dengan Institusi Perbankan.....	177
	3.3.5 (d) Soal Selidik Pemilihan IPI .....	177
3.3.6	Kajian Rintis.. .....	180
	3.3.6 (a) Kesahan ( <i>Validity</i> ) Instrumen IPPI .....	181
	3.3.6 (b) Kesahan ( <i>Vailidity</i> ) Instrumen Pemilihan IPI ....	195
	3.3.6 (c) Kebolehpercayaan ( <i>Realibility</i> ) Instrumen .....	196
3.3.7	Tata Cara Kajian .....	199
3.4	Kaedah Penganalisisan Data.....	200
	3.4.1. Penganalisisan Data Sekunder .....	200
	3.4.2 Penganalisisan Data Primer .....	201
3.5	Kesimpulan.....	205
 <b>BAB 4 KONSEP PERSONALITI DALAM PANDANGAN ISLAM</b>		
4.1	Pengenalan.....	207
4.2	Definisi Personaliti dalam Islam dan Kedudukan Personaliti Islam dalam Kajian Empirikal .....	207
4.3	Konsep Personaliti dalam Islam .....	211
	4.3.1 Hubungan dengan Allah SWT.....	218
	4.3.2 Hubungan dengan Sesama Manusia.....	223
	4.3.3 Hubungan Manusia dengan Alam Sekitar .....	227

4.4	Kesimpulan.....	235
<b>BAB 5</b>	<b>DIMENSI-DIMENSI PERSONALITI PENGGUNA ISLAM</b>	
5.1	Pengenalan.....	236
5.2	Dimensi-Dimensi Personaliti Pengguna dan Kerangka Konseptual Personaliti Pengguna Islam .....	237
5.2.1	Dimensi Iman.....	238
5.2.2	Dimensi Ibadah .....	244
5.2.3	Dimensi Amanah .....	249
5.2.4	Dimensi Ilmu .....	254
5.2.5	Dimensi Ukhuwah.....	259
5.3	Analisis Kumpulan Pakar Terhadap Dimensi dan Item-Item Personaliti Pengguna Muslim .....	263
5.3.1	Dimensi Iman.....	264
5.3.2	Dimensi Ibadah .....	269
5.3.3	Dimensi Amanah.....	274
5.3.4	Dimensi Ilmu .....	279
5.3.5	Dimensi Ukhuwah.....	285
5.3.6	Dimensi Qanaah .....	294
5.4	Rumusan Analisis Pandangan Pakar .....	300
5.5	Kesimpulan .....	305
<b>BAB 6</b>	<b>ANALISIS REALITI PERSONALITI PENGGUNA MUSLIM DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMILIHAN INSTITUSI PERBANKAN ISLAM DI KABUPATEN KAMPAR, PROVINSI RIAU, INDONESIA</b>	
6.1	Pengenalan .....	307
6.2	Maklumat Asas Responden .....	308
6.3	Tahap Personaliti Pengguna Muslim .....	312

6.4	Analisis Inferensi .....	326
6.4.1	Analisis Kenormalan Taburan Data .....	326
6.4.2	Analisis Perbezaan Personaliti Mengikut Demografi .....	329
6.4.2 (a)	Perbezaan Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Jantina .....	330
6.4.2 (b)	Perbezaan Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Umur .....	331
6.4.2 (c)	Perbezaan Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pendidikan .....	334
6.4.2 (d)	Perbezaan Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pekerjaan.....	338
6.4.3	Perbezaan Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pendapatan.....	340
6.4.3 (a)	Analisis Korelasi .....	341
6.4.3(b)	Pra-Syarat Korelasi <i>Pearson</i> .....	342
6.4.3(c)	Hubungan Antara Personaliti Pengguna Muslim dengan Pemilihan IPI .....	344
6.5	Analisis Regresi Linear Pelbagai .....	347
6.5.1	Pra-Syarat Regresi Linear Pelbagai .....	348
6.5.2	Pengaruh Personaliti dan Demografi Terhadap Pemilihan IPI.....	351
6.5.3	Dimensi Personaliti Pengguna Muslim Yang Paling Dominan Mempengaruhi Gelagat Pemilihan IPI.....	362
6.6	Kesimpulan .....	363
 <b>BAB 7 PENUTUP</b>		
7.1	Pengenalan .....	364
7.2	Hasil Penemuan Utama dan Rumusan Kajian .....	364
7.3	Implikasi Kajian .....	370
7.3.1	Implikasi Teoretikal .....	370

7.3.2	Implikasi Kajian Empirikal .....	372
7.4	Cadangan Kajian Masa Hadapan .....	374
7.4.1	Lokasi Kajian.....	374
7.4.2	Skop Responden Kajian .....	376
7.4.3	Kesimpulan.....	376
<b>BIBLIOGRAFI .....</b>		<b>377</b>
Senarai Temu bual .....		A
Soal Selidik Pengaruh Personaliti Terhadap Pemilihan IPI di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.....		B
Senarai Penerbitan dan Pembentangan.....		C

## SENARAI JADUAL

	<b>Halaman</b>
Jadual 1.1	Perkembangan IPI 2003-2012 (BUS dan UUS) ..... 10
Jadual 1.2	Perkembangan IPI di Provinsi Riau (BUS dan UUS) ..... 14
Jadual 1.3	Objektif dan Persoalan Kajian..... 22
Jadual 2.1	Pengkaji dan Alat Pengukuran Personaliti Trait..... 42
Jadual 2.2	Alat Pengukuran Personaliti Religiositi (Bukan Islam)..... 49
Jadual 2.3	Alat Pengukuran Personaliti Religiositi Islam..... 53
Jadual 2.4	Kajian Tentang Pengaruh Personaliti Terhadap Gelagat Pengguna Barat ..... 73
Jadual 2.5	Kajian-Kajian Tentang Personaliti Religiositi dan Dimensi Pengukuran yang Digunakan..... 86
Jadual 2.6	Kajian Personaliti Religiositi dengan Gelagat Pengguna Perspektif Islam..... 96
Jadual 2.7	Teori-Teori Personaliti dan Hubungannya dengan Gelagat Pengguna ..... 104
Jadual 3.1	Senarai Responden Kumpulan Pakar..... 163
Jadual 3.2	Senarai Pakar Yang Memberikan Kesahan Soal Selidik IPPI ... 165
Jadual 3.3	IPI yang Beroperasi di Kabupaten Kampar ..... 166
Jadual 3.4	Populasi IPI di Kabupaten Kampar, Riau ..... 167
Jadual 3.5	Item dan Pernyataan Soal Selidik IPPI Mengikut Dimensi..... 172
Jadual 3.6	Soal Selidik Pemilihan IPI ..... 178
Jadual 3.7	Interpretasian Tahap Pemilihan IPI ..... 179
Jadual 3.8	Taburan Item Soal Selidik dalam Instrumen Kajian ..... 179
Jadual 3.9	Pengesahan Pakar Terhadap Soalan-Soalan dalam Soal Selidik IPPI ..... 183
Jadual 3.10	Soal Selidik IPPI Setelah Ubahsuai Berdasarkan Pengesahan Pakar..... 191

Jadual 3.11	Pengesahan Pakar Terhadap Soal Selidik Pemilihan IPI .....	196
Jadual 3. 12	Nilai Pekali <i>Cronbach Alpha</i> Bagi Setiap Dimensi IPPI (Sebelum dan Selepas Penyingkiran Item) .....	198
Jadual 3.13	Hasil Ujian Rintis dengan Analisis <i>Cronbach Alpha</i> .....	199
Jadual 3.14	Objektif Kajian, Persoalan Kajian dan Kaedah Penyelidikan ....	204
Jadual 5.1	Dimensi Iman dan Item-Item untuk Mengukurnya (P1 – P5= Nilai daripada Pakar Pertama hingga Kelima) .....	264
Jadual 5.2	Dimensi Ibadah dan Item-item untuk Mengukurnya (P1 – P5= Nilai daripada Pakar Pertama hingga Kelima).....	270
Jadual 5.3	Dimensi Amanah dan Item-item untuk Mengukurnya (P1 – P5= Nilai daripada Pakar Pertama hingga Kelima).....	274
Jadual 5.4	Dimensi Ilmu dan Item-Item untuk Mengukurnya (P1 – P5= Nilai daripada Pakar Pertama hingga Kelima).....	280
Jadual 5.5	Dimensi Ukhuwah dan Item-item untuk Mengukurnya (P1 – P5= Nilai daripada Pakar Pertama hingga Kelima).....	286
Jadual 5.6	Dimensi Qanaah dan Item-item untuk Mengukurnya (P1 – P5= Nilai daripada Pakar Pertama hingga Kelima).....	297
Jadual 5.7.	Dimensi dan Item-Item Sebelum dan Selepas Pengesahan Pakar.....	301
Jadual 6.1	Profil Pengguna IPI (N=437).....	309
Jadual 6.2:	Pengkategorian Tahap Personaliti Berdasarkan Nilai Skor Min.	313
Jadual 6.3:	Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Dimensi.....	314
Jadual 6.4:	Tahap Personaliti Pengguna Muslim Keseluruhan.....	314
Jadual 6.5:	Pendidikan Agama Secara Formal.....	315
Jadual 6.6:	Pendidikan Agama Secara Tidak Formal (Kaedah dan Kekerapan).....	315
Jadual 6.7	Kekerapan Membaca al-Qur'an.....	317
Jadual 6.8:	Bilangan yang Meneliti Makna Terjemahan al-Qur'an.....	317
Jadual 6.9:	Min, Sisihan Piawai bagi Setiap Soal Selidik IPPI.....	320
Jadual 6.10	Ujian Kolmogorov-Smirnov.....	328
Jadual 6.11	Ujian ANOVA Sehala Personaliti Pengguna Muslim Mengikut	

	Jantina.....	331
Jadual 6.12	Ujian ANOVA Sehala Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Umur.....	332
Jadual 6.13	<i>Post Hoc Scheffe</i> : Personaliti Mengikut Umur.....	332
Jadual 6.14	Perbezaan Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Tahap Pendidikan.....	334
Jadual 6.15	<i>Post Hoc Scheffe</i> : Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pendidikan.....	335
Jadual 6.16	Perbezaan Tahap Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pekerjaan.....	337
Jadual 6.17	<i>Post Hoc Scheffe</i> : Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pekerjaan.....	338
Jadual 6.18	Personaliti Pengguna Muslim Mengikut Pendapatan.....	341
Jadual 6.19	Ujian Analisis Korelasi Antara Personaliti Pengguna Muslim dengan Pemilihan IPI.....	344
Jadual 6.20	Hubungan Antara Setiap Dimensi Personaliti Pengguna Muslim dengan Pemilihan IPI.....	345
Jadual 6.21	Nilai Tolerance: Collinearity Statistics Regresi Linear Pelbagai	349
Jadual 6.22	Model Regresi Linear Pelbagai Personaliti Pengguna Muslim dan Pemilihan IPI.....	353
Jadual 6.23	Tahap Pemilihan IPI Mengikut Pendapatan Sampingan.....	355
Jadual 6.24	Tahap Min Pemilihan IPI Mengikut Jantina.....	356
Jadual 6.25	Tahap Min Pemilihan IPI Mengikut Umur.....	358
Jadual 6.26	Tahap Skor Min Pemilihan IPI Mengikut Pendapatan.....	360
Jadual 6.27	Dimensi Personaliti Pengguna Muslim yang Dominan Mempengaruhi Pemilihan IPI.....	362

## SENARAI RAJAH

		<b>Halaman</b>
Rajah 1.1	Perkembangan Akaun Pengguna Perbankan Islam.....	12
Rajah 1.2	Perkembangan Kenaikan Peratusan Pengguna IPI 2003-2012 (BUS dan UUS) .....	12
Rajah 2.1	Kerangka Teori Model Psiko-Spiritual Islam.....	148
Rajah 3.1	Model Interaksi Demografi dengan Personaliti Pengguna Muslim dan Interaksi Personaliti Pengguna Muslim, Demografi dengan Pemilihan IPI.....	157
Rajah 3.2	Tatacara Kajian Lapangan.....	200
Rajah 5.1	Hubungan Antara Iman dan Konsekuensi Tingkah Laku.....	241
Rajah 5.2	Kerangka Konseptual Personaliti Pengguna Islam.....	303
Rajah 6.1	Carta Pai Cara Responden Mendapatkan Pendidikan Agama Secara Formal.....	317
Rajah 6.2	Carta Pai Cara Responden Mendapatkan Pendidikan Agama Secara Tidak Formal.....	318
Rajah 6.3	Histogram Taburan Data Personaliti Pengguna Muslim.....	327
Rajah 6.4	Normal Q-Q Plot Personaliti Pengguna Muslim.....	328
Rajah 6.5	Hubungan Linear Antara Skor Personaliti Pengguna Muslim dengan Skor Pemilihan IPI.....	343
Rajah 6.6	Graf Plot Normal Regresi Skor Pemilihan IPI Keseluruhan.....	350
Rajah 6.7	Graf Plot Taburan Reja Skor Pemilihan IPI.....	351



## SENARAI SINGKATAN

AMH	: Amanah
BI	: Bank Indonesia
BMI	: Bank Muamalat Indonesia
BNI	: Bank Nasional Indonesia
BPS	: Badan Pusat Statistik
BPR	: Bank Perkreditan Rakyat
BPRS	: Bank Perkreditan Rakyat Syariah
BRI	: Bank Rakyat Indonesia
BSM	: Bank Syariah Mandiri
BUS	: Bank Umum Syariah
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
BUMD	: Badan Usaha Milik Daerah
5-D	: 5-Dimension
DBP	: Dewan Bahasa dan Pustaka.
DPK	: Dana Pihak Ketiga
ed.	: Edition
Ed	: Editor
IBD	: Ibadah
I-E	: <i>Internal-External</i>
Ilm	: Ilmu
IPI	: Institusi Perbankan Islam
IPK	: Institusi Perbankan Konvensional
IPPI	: Instrumen Personaliti Pengguna Islam
IPRI	: Indeks Personaliti-Religiositi Islam
Jil.	: Jilid

MIN	: Madrasah Ibtidaiyah Negeri
MPRI	: <i>The Muslim Religiosity-Personality Inventory</i>
MPS	: <i>The Muslim Personality Scale</i>
MTsN	: Madrasah Tsanawiyah Negeri
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
No.	: Nombor
PASU	: Pelajaran Agama Sekolah Umum
Perda	: Peraturan Daerah
Pemda	: Pemerintah Daerah
POLRI	: Kepolisian Republik Indonesia
PNS	: Pegawai Negeri Sipil
r.a.	: <i>Radhiallahu ‘anhu</i>
RI	: Religiositi Islam
Rp	: Rupiah
RM	: Ringgit Malaysia
SWT	: <i>Subhanahu Wa Ta’ala</i>
SAW	: <i>Salallahu ‘alaihi wa sallam</i>
SD	: Sekolah Dasar atau Sekolah Rendah
SDI	: Sekolah Dasar Islam
SMP	: Sekolah Menengah Pertama
SMPI	: Sekolah Menengah Pertama Islam
SMA	: Sekolah Menengah Atas
SMAI	: Sekolah Menengah Atas Islam
STAIN	: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
UKH	: Ukhuwah
UU	: Undang-Undang
UPI	: <i>Ummatic Personality Inventory</i>

USM	: Universiti Sains Malaysia
UKM	: Universiti Kebangsaan Malaysia
UPM	: Universiti Putra Malaysia
UIA	: Universiti Islam Antarabangsa
UIN	: Universitas Islam Negeri
UUPK RI	: Undang Perlindungan konsumen Republik Indonesia .
UUS	: Unit Usaha Syariah
TNI	: Tentara Nasional Indonesia
QNH	: Qanaah

## PANDUAN TRANSLITERASI

HURUF RUMI	HURUF ARAB	HURUF RUMI	HURUF ARAB
t	ط	-	ا
z	ظ	b	ب
‘	ع	t	ت
gh	غ	th	ث
f	ف	j	ج
q	ق	h	ح
k	ك	kh	خ
l	ل	d	د
m	م	dh	ذ
n	ن	r	ر
w	و	z	ز
h	ه	s	س
’	ء	sy	ش
y	ي	s	ص
ṭ	ة	d	ض

PENDEK		PANJANG		DIFTONG	
a	َ	a	آ	ay	أَيَّ
i	ِ	i	إِيَّ	aw	أُوَّ
u	ُ	u	أُوَّ		

Sumber : *Pedoman Transliterasi Huruf Arab ke Rumi*, Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) (1992)

# **PERSONALITI PENGGUNA MUSLIM DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMILIHAN INSTITUSI PERBANKAN ISLAM DI KABUPATEN KAMPAR, PROVINSI RIAU, INDONESIA**

## **ABSTRAK**

Salah satu aspek penting yang mempengaruhi gelagat pengguna ialah personaliti. Untuk menganalisis pengaruh personaliti terhadap gelagat pengguna melibatkan sebuah alat pengukuran personaliti. Alat pengukuran personaliti yang sedia ada tertumpu pada pendekatan Barat yang berasaskan pada norma, budaya, agama dan keyakinan masyarakat Barat. Hal inilah yang menjadi masalah ketika alat pengukuran ini digunakan ke atas kajian masyarakat Muslim. Kajian ini mempunyai tiga tujuan. Pertama, membina sebuah alat pengukuran personaliti pengguna berdasarkan konsep Islam. Kedua, menganalisis tahap personaliti pengguna Muslim dan ketiga menilai pengaruh personaliti pengguna Muslim terhadap gelagat pemilihan Institusi Perbankan Islam (IPI). Pengaplikasian terhadap aspek gelagat pemilihan IPI disebabkan masih rendahnya syer pasaran IPI di Indonesia umumnya dan Kabupaten Kampar, Riau khususnya. Rendahnya syer pasaran ini tidak seiring dengan besarnya peratus penduduk Muslim di Indonesia. Kajian ini menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang terbahagi kepada dua fasa. Fasa pertama yang berbentuk kualitatif bagi mencapai objektif pertama, data diperolehi melalui kajian perpustakaan dan dianalisis menggunakan analisis kandungan. Akhir fasa ini turut melibatkan temu bual separa berstruktur dengan sekumpulan pakar bagi memastikan ketepatan kerangka konseptual personaliti pengguna Islam. Fasa kedua berbentuk kuantitatif bagi mencapai objektif kedua dan ketiga. Data diperolehi menerusi kajian tinjauan dan dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis

inferensi yang berupa ujian-*t*, ANOVA, ujian korelasi *pearson* dan regresi linear pelbagai. Hasil kajian objektif pertama mendapati bahawa personaliti pengguna Islam adalah berdasarkan al-Qur'an dan Hadis dan nilai-nilai tauhid merupakan tunjang personaliti Islam. Terdapat enam dimensi personaliti pengguna Islam iaitu iman, ibadah, amanah, ilmu, ukhuwah dan qanaah dengan 34 item yang terangkum ke dalam instrumen personaliti pengguna Islam (IPPI). Keputusan ujian deskriptif untuk mencapai objektif kedua, menunjukkan bahawa realiti tahap personaliti pengguna Muslim adalah tinggi ( $\bar{M}=4.10$ ). Ujian korelasi *pearson* dan regresi linear pelbagai digunakan untuk menjawab objektif ketiga, menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara kedua-dua pemboleh ubah bebas (personaliti dan pemilihan IPI) ( $r=0.547$ ,  $p<0.001$ ). Ujian regresi linear pelbagai membuktikan personaliti pengguna Muslim berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan IPI ( $\beta=0.493$ ,  $n=437$ ,  $p> 0.000$ ). Dimensi ukhuwah ( $\beta= 0.439$ ) dalam personaliti pengguna Muslim merupakan dimensi yang paling dominan mempengaruhi pemilihan IPI. Pengaruh yang signifikan personaliti pengguna Muslim terhadap gelagat pemilihan IPI menunjukkan bahawa pemilihan IPI merupakan pembuktian diri sebagai seorang Muslim. Pemilihan IPI menggambarkan personaliti pengguna Muslim dan menunjukkan identiti Muslim mereka dalam gelagat kepenggunaan perbankan. Kajian ini telah berjaya menghasilkan satu set IPPI yang boleh digunakan sebagai alat pengukuran personaliti Muslim dalam aspek yang berkaitan dengan gelagat kepenggunaan perbankan dan aspek kepenggunaan lainnya.

# **PERSONALITY OF MUSLIM CONSUMERS AND ITS INFLUENCE ON THE ISLAMIC BANKING INSTITUTIONS PREFERENCE IN KAMPAR REGENCY, RIAU PROVINCE, INDONESIA**

## **ABSTRACT**

One of the essential aspects that influence consumer behavior is the personality. To analyze the influence of personality on consumer behavior involves the use of a personality assessment tool. Personality assessment tools available are mostly of western approach, which is based on the norms, culture and beliefs of the Western societies. This has become a problem when these assessment tools are used in studies involving Muslim societies. This study was conducted to address this problem. This study has three objectives. First, is to set a personality assessment tool based on Islamic concept. Second, is to analyze the level of Muslim consumers personality and third is to evaluate the influence of Muslim consumers personality on Islamic Banking Institutions (IPI) preference. Application of IPI preference is caused by the low market shares of IPI in Indonesian, especially in Kampar regency, Riau Province. This low market share is not in line with the high percentage of Muslim population in Indonesia. This study combines qualitative and quantitative approaches and it is divided into two phases. The first phase is qualitative in order to achieve the first objective, data was obtained through library research and analyzed using content analysis. The first phase was complemented with interviewing of group of experts to ensure the accuracy of the conceptual framework of Islamic consumers personality. The second phase is quantitative in order to achieve the second and third objective. Data was obtained through survey and analyzed with descriptive analysis and inferential analysis in the form of t-test, ANOVA, pearson

correlation and multiple linear regression tests. The first objective of the study found that Islamic consumers personality is based on the al-Qur'an and the Hadith and the values of the faith are the backbone of Islamic consumers personality. There are six dimensions of Islamic consumers personality; they are faith and belief, worship, trust, knowledge, ukhuwah and qanaah which consist of 34 items. The dimensions and the items were then used to design a questionnaire called Islamic personalities assessment instrument (IPPI). Descriptive test results to answer second objective show that the reality of the level of Muslim consumers personality is high ( $\bar{M}= 4.10$ ). Pearson correlation and multiple regressions tests were used to answer the third objective which showed that there was a strong relationship between the two independent variables (personality and IPI preference) ( $r = 0.547, p < 0.001$ ). Multiple linear regression tests proved that Muslim personalities, significantly influence IPI preference ( $\beta = 0.493, n = 437, p < 0.001$ ). Ukhuwah dimension ( $\beta = 0.439$ ) in the Muslim consumers personality is the most dominant dimension that influenced IPI preference. The significant effect of Muslim consumers personality to the IPI preference shows that IPI preference by Muslim consumers is proving itself as an adherent to the Muslim religion. IPI preference also reflects the personality of the Muslim consumer and show their Muslim identity in the banking consumer behavior. This study has resulted in a set of IPPI that can be used as a tool of Muslim personality assessment in aspects of banking consumer behavior and other aspects of consumerism.



# **BAB 1**

## **PENGENALAN**

### **1.1 Pendahuluan**

Secara umumnya tesis ini bertujuan untuk meneliti aspek personaliti yang mempengaruhi gelagat pengguna dalam pemilihan Institusi Perbankan Islam (IPI) di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Indonesia. Meskipun disadari terdapat banyak faktor yang mempengaruhi gelagat pengguna, kajian ini hanya menumpukan pada masalah personaliti pengguna.

Secara khususnya kajian ini berhasrat untuk membina sebuah alat atau skala pengukuran personaliti pengguna berdasarkan konsep Islam yang dinamakan instrumen personaliti pengguna Islam (IPPI). Selanjutnya IPPI tersebut digunakan untuk menganalisis realiti tahap personaliti pengguna Muslim dan menilai pengaruhnya terhadap gelagat pemilihan IPI.

Secara garis besar kajian ini meliputi dua fasa. Fasa pertama membina alat pengukuran personaliti pengguna berdasarkan konsep Islam. Pembinaan diawali dengan mengenal pasti konsep personaliti dalam Islam. Selanjutnya menganalisis dan menentukan dimensi-dimensi personaliti pengguna Islam. Kemudian, daripada dimensi-dimensi itu, dirangka soal selidik yang terangkum dalam IPPI. Bagi mencapai maksud kajian dalam fasa pertama ini pendekatan teoretikal dan kajian kepustakaan digunakan. Pada akhir fasa pertama ini, suatu kajian empirikal temu bual pakar dijalankan bagi mendapatkan pengesahan dimensi dan item-item personaliti pengguna Islam.

Fasa kedua pula melibatkan kajian empirikal dengan menganalisis realiti tahap personaliti pengguna Muslim dengan alat pengukuran IPPI yang telah dibina pada fasa pertama. Kesemua kajian dalam fasa ini adalah bertujuan untuk mengukur realiti tahap personaliti pengguna Muslim dan menilai pengaruhnya terhadap gelagat pemilihan IPI.

Sebagai bab permulaan, bab ini tertumpu pada latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, definisi operasional, skop dan batasan kajian, kepentingan kajian dan organisasi tesis.

## **1.2 Latar Belakang**

Personaliti boleh ditakrifkan sebagai semua tingkah laku yang tersendiri dan unik untuk setiap individu. Perkataan "Persona" berasal daripada Bahasa Latin yang bererti topeng. Gokben dan Beceren (2007) dan Soysal Abdullah (2008) memberi tafsiran atau mengibaratkannya, topeng yang dipakai orang tersebut menunjukkan peranan mereka dalam sebuah pentas teater. Allport (1961) menyatakan personaliti menunjukkan "siapa sebenarnya individu itu". Oleh itu dapat dikatakan personaliti menunjukkan identiti. Azlina Abu Bakar (2005) mengatakan personaliti menyebabkan orang ramai menilai semuanya yang ada di sekitar mereka dan mengkaitkannya dengan sifat atau identiti peribadi. Misalnya orang-orang di pusat-pusat membeli-belah mengatakan "kain ini tidak mencerminkan personaliti saya" atau "kain ini mencerminkan watak saya" (Mishra Pallabi dan Biplab Datta, 2008).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sebagaimana pakaian merupakan identiti diri untuk diakui menjadi bahagian dari suatu kelompok (*corps*) (Susy Yunia Rahmawijaya, 2012).

Pernyataan-pernyataan di atas mempamerkan bahawa pengguna termotivasi menggunakan sesuatu barangan atau perkhidmatan berasaskan identiti yang menggambarkan personalitinya. Dalam bidang psikologi dan gelagat pengguna, perhatian khusus terhadap masalah ini dikhaskan: Pertama, bagaimana sebuah produk yang berdasarkan dengan jenama tertentu, latar belakang dan makna sebuah produk mempengaruhi motivasi pengguna untuk menunjukkan identitinya. Kedua, pemikiran dan kecenderungan gelagat yang boleh dicetuskan oleh identiti budaya tertentu dalam usaha mencapai matlamat pengguna itu (Shavitt, Torelli dan Wong (2009).

Oleh itu, personaliti menggambarkan perbezaan individu dan perbezaan individu menyebabkan perbezaan dalam pemilihan kepenggunaannya, meliputi apa yang dibeli pengguna, bila dan bagaimana ia membeli.<sup>2</sup> Adalah wajar jika berbeza personaliti akan berbeza pula gelagat penggunaannya (Sandip Sarker, Tarun Kanti Bose, Molika Palit dan Md Enamul Haque, 2013). Meskipun personaliti merupakan masalah psikologi yang bersifat dalaman namun personaliti ini tercermin kepada gelagat manusia termasuklah gelagat pengguna. Dengan demikian, personaliti merupakan suatu perkara yang boleh diperhatikan dan dinilai. Menurut Malhotra (1983), Moore dan Lehmann (1980) dan Newman (1987) perkara ini meliputi bidang gelagat pengguna yang penting untuk dikaji. Merangkumi isu gelagat pembelian, pemilihan media, inovasi, segmentasi, pemilihan produk hingga perubahan sikap, yang kesemuanya dihubungkan dengan personaliti (Kassarjian, 1971).

---

<sup>2</sup> Nabsiah Abdul Wahid dan Ishak Ismail (2008) mengemukakan bahawa terdapat dua soalan yang sering muncul dalam menjalankan kajian terkait personaliti. Soalan pertama tentang alasan yang menjadi latar belakang seorang individu berkelakuan berbeza di antara satu dengan yang lainnya meskipun mereka didedahkan kepada situasi yang sama. Soalan kedua tentang perkara yang menyebabkan perlakuan individu tersebut nampak lebih konsisten atau kurang konsisten dalam satu situasi yang berlainan.

Kepenggunaan merupakan satu daripada aktiviti penting yang mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan manusia (Hamza Salim Lutfi Khraim, 2000). Dalam bidang ini, kajian awal tentang personaliti merujuk kepada teori psikoanalisis yang dipelopori oleh Freud (1920), (1967), (1974) yang kemudian menjadi popular dalam bidang pemasaran dan kepenggunaan. Teori Freud menekankan kepada “ketidaksedaran” bahawa dorongan manusia melakukan sesuatu (*human drives*) sebahagian besarnya dilakukan dengan ketidaksedaran. Misalnya kebanyakan pengguna tidak menyedari sebab-sebab dan untuk apa mereka membeli.

Selepas dikemukakan oleh Freud, teori tersebut telah memotivasi penyelidik-penyelidik lainnya dalam mempelajari personaliti. Beberapa dekad setelah itu, konsep personaliti terus berkembang dan menjadi suatu yang menarik dalam kajian gelagat pengguna. Menurut Murat Akin (2011) personaliti menjadi isu penting dalam bidang gelagat pengguna, meskipun terdapat banyak faktor yang mempengaruhi gelagat pengguna, boleh dikatakan bahawa personaliti adalah antara yang paling penting. Oleh itu aspek personaliti semakin meluas dikaji dalam konteks hubungannya dengan pelbagai aktiviti gelagat pengguna (Schiffman, Bednall, Cass, Paladino dan Kanuk, 2005).

Pemasar dikatakan dapat mengambil kira faktor personaliti dan mengaplikasikannya dalam cara pemasaran mereka. Mengetahui perbezaan ini penting bagi pemasar bagi merancang pendekatan yang sesuai untuk pengguna, sehingga pengguna dapat menerima produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, pendekatan teori Neo-Freudian, mengarahkan pemasar menekankan ciri-ciri sosial dalam kepenggunaan. Oleh itu banyak pemasar yang mengambil pendekatan promosi mereka dengan menekankan interaksi manusia dan hubungan sosial (Hanna dan Wozniak, 2001). De Wulf,

Schroder dan Iacobucci (2001), Schroder, Wulf, Kristof, Schumacher dan Patrick (2003), Kahn (1998), Manning, Bearden dan Madden (1995) dan Raju (1980) sependapat bahawa personaliti juga dihubungkan dengan perubahan tingkah laku (*switching behavior*) seorang pengguna.

Selain melihat konsep diri, personaliti pengguna juga dapat dilihat berdasarkan trait-trait tertentu<sup>3</sup> yang menentukan cara, keinginan dan motivasi pengguna dalam berbelanja (Mooradian dan Swan, 2006 dan Tsai, 2011). Onu, Emmanuel dan Garvey (2014) menyatakan setiap pengguna yang berbeza trait personalitinya maka berbeza pula gelagat pembeliannya. Justeru itu, pemasar seringkali memperhatikan aspek personaliti, berdasarkan pada andaian keunikan setiap individu untuk menunjukkan identiti dirinya (Masudul Alam Choudury, 2007).

Perkara tersebut menunjukkan gelagat kepenggunaan individu menggambarkan personalitinya. Ertinya individu akan memilih sebuah produk yang bersesuaian dengan personalitinya. Arul Mishra dan Himanshu Mishra (2010) berhujah bahawa *we are what we consume*. Namun hujah ini berkaitan dengan penggunaan produk dan pengambilan makanan, persoalannya bagaimanakah dengan pengambilan atau penggunaan perkhidmatan? Apakah personaliti juga mempengaruhi penggunaan perbankan? Apakah perkara ini dapat disamakan dengan penggunaan perkhidmatan perbankan bahawa *we are what we consume (banking)*? Meskipun personaliti merupakan aspek yang penting dipertimbangkan dalam mengambil keputusan kepenggunaan, namun terma personaliti ini masih belum ramai yang menyedari

---

<sup>3</sup> Trait merupakan bentuk dari pada struktur asas perbezaan individu-individu (Pervin, 1996). Trait merupakan karakter khas yang bersifat jangka panjang yang membezakan individu satu dengan yang lain (Lahey, 2004). Hoeksema (2014) pula berpendapat trait merupakan corak tingkah laku, pemikiran dan perasaan yang stabil di sepanjang masa dan di pelbagai situasi.

kepentingannya, terutama dalam mengenalpasti, menentukan, memahami secara mendalam berkaitan dengan corak penggunaan dan keutamaan pengguna (*preferences*) terutama dalam aspek pemilihan perkhidmatan kewangan (Montgomery, 2011).

Perbincangan isu personaliti dan gelagat pengguna di atas dilihat daripada perspektif konvensional.<sup>4</sup> Daripada perspektif agama bukan Islam<sup>5</sup> mahupun Islam, kajian personaliti dan gelagat pengguna dikaitkan dengan masalah religiositi iaitu bagaimana nilai-nilai agama dalam personaliti pengguna mempengaruhi pemilihan pengguna tersebut (Hamza Salim Lutfi Khraim, 2000).<sup>6</sup> Lindridge (2005) menyatakan agama mempengaruhi identiti diri dan memberi impak kepada corak kepenggunaan. Setiap agama mempunyai pandangannya tersendiri terhadap hal kepenggunaan. Misalnya, dalam hal kepenggunaan perbankan, pandangan Islam jelas mengharamkan faedah (*riba*) yang terdapat dalam sistem institusi perbankan konvensional (IPK).<sup>7</sup>

Pengkajian masalah personaliti dan gelagat pengguna secara empirikal, sentiasa melibatkan pengukuran atau penilaian personaliti (psikometri) yang pengukurannya meliputi beberapa dimensi. Oleh itu memerlukan satu set alat atau acuan bagi pengukuran tersebut. Kebanyakan kajian personaliti dan gelagat pengguna yang ada sekarang, alat pengukuran untuk menilai personaliti berasal daripada teori-teori dan

---

<sup>4</sup> Pendekatan konvensional yang dimaksud adalah pendekatan yang didominasi Barat, yang tiada dikaitkan dengan agama.

<sup>5</sup> Bukan Islam yang dimaksud dalam kajian ini adalah agama majoriti masyarakat Barat yakni Kristian-Yahudi yang mendominasi bidang personaliti-religiositi.

<sup>6</sup> Krauss@Abdul Lateef Abdullah (2005) menyatakan, bermula daripada aspek keagamaan dijadikan kajian empirikal, aspek ini termasuk dalam domain ilmu psikologi (*psychology of religion*). Oleh itu, personaliti dan agama dilihat sebagai sesuatu yang bersebuti yakni bertujuan untuk memahami dan menganalisis manusia dan gelagatnya.

<sup>7</sup> Sebagaimana yang dijelaskan Allah SWT dalam Surah *al-Baqarat*, 2:275,276, 278,279, *ali 'Imrān*, 3: 130, *al-Nisā'*, 4: 161 dan *al-Rūm*, 30:39.

kerangka konseptual Barat. Dalam hal ini alat pengukuran personaliti daripada teori trait adalah yang paling lazim digunakan iaitu model lima faktor (*the big five factors*) sebagai manifestasi daripada teori trait. Andaian asas dalam teori ini, bahawa trait-trait yang dimiliki individu akan mengarahkannya untuk bertingkah laku (Pervin, 1996). Dalam pendekatan trait, individu atau pengguna tersebut diukur atau dinilai dengan pengukuran tertentu, kemudian dikelompokkan kepada kecenderungan trait-trait tertentu. Sehingga terdapat kelompok-kelompok misalnya pengguna dengan trait berhati-hati, terbuka, tertutup dan mudah bersetuju.

Dalam perspektif agama pengukuran personaliti bermaksud pengukuran religiositi dalam personaliti individu tersebut dan alat pengukuran-religiositi yang sedia ada didominasi oleh pendekatan Kristian dan Yahudi (Jamiah Manap et al., 2013). Kurangnya alat pengukuran personaliti-religiositi Islam yang berkualiti menyebabkan pengaplikasian dan keberkesanan ajaran Islam terhadap penganutnya agak sukar diukur dalam hal operasionalnya. Oleh itulah banyak para pengkaji Islam terpaksa bergantung kepada alat pengukuran konsep Kristian dan Yahudi. Para pengkaji Islam mengambil alat pengukuran religiositi Kristian dan Yahudi tersebut kemudian mengubahsuainya sebelum digunakan dalam kajian berkaitan Muslim. Perkara ini berlaku kerana keterhadan alat pengukuran personaliti-religiositi daripada perspektif Islam (Abdul Shukor dan Ahmad Jamal, 2013). Hal ini merupakan dilema bagi umat Islam, kerana tidak mungkin teori atau kajian eksperimen konvensional dan agama Kristian dan Yahudi dijadikan alat analisis dalam melihat gelagat umat Islam (Nooraini Othman, 2008 dan Abdoul Aziz Fall, 2009). Oleh itulah, belum banyak kajian yang melibatkan pengukuran personaliti-religiositi Islam (Kamil Md Idris, Zainol Bidin dan Ram Al Jaffri Saad, 2012). Terutamanya, kajian-kajian

pengukuran personaliti-religiositi pengguna yang dihubungkan dengan aspek kewangan Islam (Farhana Tahmida Newaz, 2014).

Hujah-hujah di atas mendorong penyelidik untuk membina terlebih dahulu sebuah alat pengukuran personaliti pengguna berdasarkan konsep Islam yang dijadikan acuan untuk mengukur personaliti pengguna Muslim. Pembinaan ini diawali dengan menyelidiki isu yang asas bagaimana konsep personaliti dalam Islam. Kemudian menentukan dimensi-dimensi personaliti pengguna Islam tersebut. Sehingga pada akhirnya terbina IPPI yang digunakan untuk mengukur personaliti pengguna Muslim dan melihat pengaruhnya terhadap gelagat pemilihan IPI.<sup>8</sup> Pengaplikasian alat pengukuran personaliti pengguna Muslim ke dalam gelagat pemilihan IPI berdasarkan atas tiga sebab.

---

<sup>8</sup> Sistem IPI dijalankan atas dasar falsafah religiositi, dasar keadilan dan berorientasi *al-falāh*. Falsafah religiositi ini melahirkan asas ekonomi dengan atribut pelarangan riba (Muchlis, 2011). Perkara ini telah dinyatakan Allah SWT dalam surah *al-Baqarat*, 2: 275, 276, 278-279, *ali- 'Imrān*, 3:130 dan *al-Nisā'*, 4: 29 dan IPI moden pertama kali ditubuhkan dalam bentuk tabungan pedesaan di Mit Ghamr Mesir tahun 1963.<sup>8</sup> Sebelumnya pada era 1950-1960 an IPI hanyalah sebuah mimpi akademik daripada beberapa para sarjana Islam yang peduli (Muhammad Umar Chapra dan Tariqullah Khan, 2000). Pada tahun 1975 Bank Pembangunan Islam (*Islamic Development Bank*) ditubuhkan, diikuti dengan bank-bank Islam lainnya seperti Dubai Islamic Bank pada tahun 1976, Bahrain Islamic Bank pada tahun 1979, Faisal Islamic Bank of Egypt dan Kuwait Finance House pada tahun 1997 (Asyraf Wajdi Dusuki, 2013). Mendekati awal dekad 1980-an, perkembangan bank-bank Islam melewati batas wilayah sejarahnya. IPI tidak hanya didirikan di negara-negara Islam tetapi juga didirikan di negara-negara bukan Islam dan semakin diterima di negara-negara bukan Islam (Muhammad Shahid Ebrahim dan Joo, 2001, Nafis Alam dan Shanmugam, 2007 dan Rami Zeitun, 2012). Perkara ini menunjukkan bahawa konsep ekonomi Islam merupakan konsep yang rasional untuk diamalkan (Muhammad Yasir Yusuf, 2011). Pada era 1980-an juga kedudukan IPI semakin kukuh dan menjadi ciri dalam lanskap sistem kewangan di negara-negara Islam Timur Tengah. Pada masa ini IPI mula menunjukkan sumbangan pentingnya dan mendapat perhatian dalam pasaran kewangan dunia yang memberi inspirasi pada akhir abad ini (Abdel Hammed Bashir, 2003, Riawan Amin, 2010, Dariyoush Jamshidi, Nazimah Hussin dan Zahra Jafarian, 2014). Aset bank-bank Islam di seluruh dunia berjumlah \$ 650 bilion pada tahun 2008, dan \$ 822 bilion pada tahun 2009 dan jumlah ini terus meningkat \$1.3 trilion pada tahun 2010. Purata perkembangan IPI dalam kadar 10-20% setahun (*New Horizon-Islamic Banking*, 2010, *The Banker*, 2011 dan Rifki Ismal, 2011). Perkembangan aset keseluruhan IPI dijangka akan meningkat kepada \$3 trilion menjelang 2016 (Eurasia Review, 2011). Pada masa ini, diperkirakan terdapat lebih daripada 300 Institusi Kewangan Islam termasuk bank-bank Islam yang beroperasi di 75 buah negara.



Pertama, Indonesia adalah negara keempat terbesar di dunia dengan jumlah penduduk sekitar 237 juta<sup>9</sup> iaitu 88% atau 204 juta ialah Muslim.<sup>10</sup> Majoriti ini sepatutnya menjadi potensi dan menjadi *captive market* bagi perkembangan IPI di Indonesia (Eri Febrian, 2008). Realitinya tidaklah demikian. Kekuatan penduduk Muslim ini tidak serta merta menjadikan Indonesia sebagai negara Muslim yang majoriti penduduknya mengaplikasikan gelagat ekonomi yang Islami (Susy Yunia Rahmawijaya, 2012).

IPI di Indonesia memulai operasinya pada tahun 1992 ditandai dengan penubuhan bank Islam pertama iaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI).<sup>11</sup> Kemunculan IPI di Indonesia akibat adanya dorongan sekelompok umat yang ingin mengaplikasikan Islam sebagai jalan hidup secara menyeluruh (*kāffat*) termasuk dalam gelagat pengguna.<sup>12</sup> Namun setelah 20 tahun penubuhannya, aset dan syer pasaran IPI masih rendah dan belum mencapai target yang diinginkan. Fakta ini dapat dilihat dalam Jadual 1.1.

---

<sup>9</sup> Bincian terakhir yang dilakukan oleh Badan Statistik Indonesia (BPS) pada 2010 jumlah keseluruhan penduduk Indonesia 237.556.633 orang.

<sup>10</sup> Daripada keseluruhan jumlah penduduk Indonesia 88% beragama Islam iaitu sekitar 204 juta orang adalah Muslim. Berdasarkan jumlah ini, Indonesia dikatakan sebagai negara yang berpenduduk Muslim terbesar di dunia.

<sup>11</sup> Berdasarkan undang-undang perbankan Indonesia istilah IPI lebih dikenali sebagai perbankan Syariah. Jadi, perkataan IPI membawa maksud yang sama dengan perbankan Syariah.

<sup>12</sup> Termasuk dorongan daripada Ikatan Cendekiwan Muslim Indonesia (ICMI), maka bermunculan lembaga perkhidmatan kewangan Syariah seperti bank Syariah diikuti dengan insuran Syariah, sukuk dan *ar-Rahn*.

**Jadual 1.1: Perkembangan IPI 2003-2012 (BUS dan UUS)**

Tahun	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
Jumlah BUS	2	3	3	3	3	5	6	11	11	11	11	-
Jumlah UUS	8	15	20	20	25	27	25	23	23	24	23	-
Jumlah pejabat BUS and UUS	299	401	504	531	597	953	998	1477	1737	2262	2588	-
DPK (trilion Rp)	5.8	11.9	15.5	20.7	28.0	36.8	52.2	76.0	115.4	147.5	183.5	209.6
% Pertumbuhan DPK	-	107.2	31.4	32.7	35.5	31.6	37.7	45.1	51.8	27.8	24.4	-
Pembiayaan (trilion Rp)	5.5	11.5	15.2	20.4	27.9	38.2	46.9	68.2	110.6	147.5	180.1	216.7
% Pertumbuhan Pembiayaan	-	107.8	32.6	34.2	36.7	42.0	22.8	45.4	50.6	34.2	2.1%	-
Aset BUS and UUS (trilion Rp)	7.9	15.3	20.9	26.7	36.5	49.5	66.1	97.5	145.5	195.0	242.3	255.2
Syer BUS and UUS (%)	0.65	1.20	1.46	1.63	1.77	2.14	2.70	3.20	4.19	4.60	4.8%	5.25%

Sumber: Statistik Perbankan Islam 2003-2012 (Bank Indonesia).

DPK (Dana Pihak Ketiga), Aset Perbankan Islam (Milliard Rupiah)/ (*Billion IDRs*).

BUS=Bank Umum Syariah, UUS=Unit Usaha Syariah, Rp3,500 = RM 1.

\*Nilai Sasaran/Jangkaan

Jadual 1.1 menunjukkan perkembangan IPI di Indonesia sepanjang 12 tahun terakhir daripada rentang tahun 2003-2014. Data-data tersebut membuktikan bahawa aset dan syer perbankan IPI masih rendah dan sasaran perkembangan IPI yang ditetapkan oleh BI belum tercapai. Setiap tahun, BI telah mensasarkan perkembangan IPI yang ditandai dengan perkembangan aset. Dalam Jadual 1.1, pada tahun 2009 realiti atau fakta pencapaian aset IPI ialah Rp 60 trilion sahaja (29%). Jumlah ini masih di bawah sasaran yang ditetapkan oleh BI iaitu Rp 87 trilion (75%). Pada tahun 2013 pula aset IPI hanya sekitar Rp 242,3 trilion. Pencapaian ini juga di bawah sasaran yang ditetapkan oleh BI. Bagi tahun 2013, BI telah menetapkan sasaran setidaknya aset IPI mampu mencapai Rp 255 trilion, namun hal ini juga tidak tercapai. Berdasarkan jumlah aset ini, syer pasaran IPI pada tahun 2013 ialah 4.8% daripada keseluruhan syer perbankan nasional.<sup>13</sup> Syer pasaran IPI tersebut juga di bawah sasaran yang telah ditetapkan BI sejak tujuh tahun lalu. Sejak tahun 2008, BI telah

<sup>13</sup> Aset IPI peringkat dunia ialah US \$1-2 trillion (Rifki Ismal, 2011). Hal ini bermakna IPI Indonesia sebagai salah satu bahagian daripada IPI dunia hanya menyumbang kira-kira 0.9% daripada syer pasaran IPI dunia.

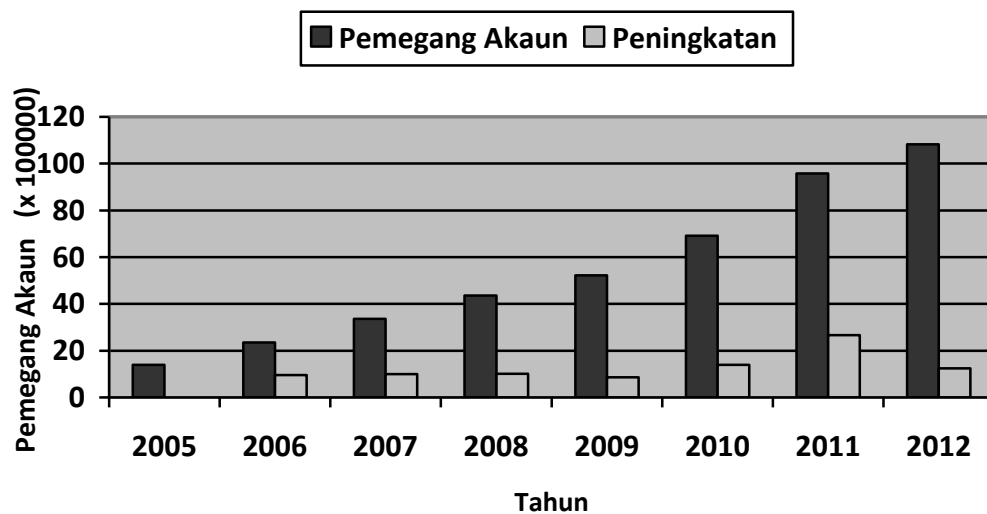
menetapkan sasaran syer pasaran IPI diharapkan mampu mencapai 5% daripada keseluruhan syer pasaran perbankan nasional. Jadual 1.1, menunjukkan BI mensasarkan kedudukan syer pasaran IPI pada akhir tahun 2014 sekitar 5.25%, namun realiti pencapaian syer pasaran IPI hingga akhir tahun 2014 masih di bawah 5%.

Aset dan Syer pasaran tersebut terus menjadi isu kerana dinilai masih rendah dan ini tidak sepatutnya bagi Indonesia yang majoriti penduduknya Muslim (Riawan Amin, 2010). Walhal, syer pasaran menunjukkan tahap pencapaian sebuah syarikat dalam industri. Tidak dinafikan IPI tetap menunjukkan perkembangannya, bagaimanapun menurut Muhammad Syakir Sula (2011) positifnya perkembangan sebuah perbankan, tetap harus dilihat daripada syer pasaran. Oleh itu syer pasaran menggambarkan bahagian (*portion*) daripada penjualan industri barang atau perkhidmatan yang dijalankan oleh sesebuah industri. Shaffer (1993) mengatakan, syer pasaran penting untuk dilihat, kerana mencerminkan pencapaian yang dikaitkan dengan kedudukan persaingan bank dalam industri perbankan.

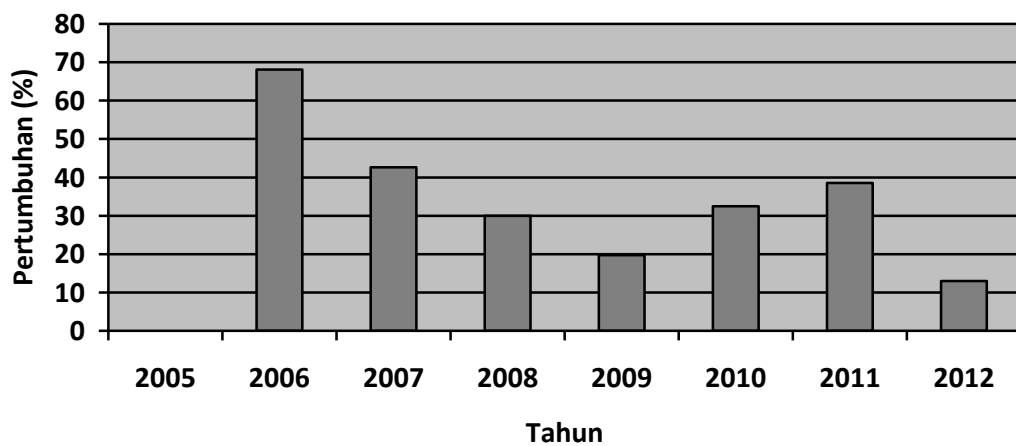
Perkara syer pasaran yang rendah ini menyebabkan IPI Indonesia hanya menduduki peringkat ke lapan daripada sembilan negara majoriti Muslim yang dinilai dalam masa 2011-2012. Peringkat pertama adalah Saudi Arabia diikuti oleh Malaysia. Pakistan pula menduduki peringkat terakhir di bawah Indonesia (Kuwait Finance House Research, 2013). Beny Witjaksono (2015) membandingkan rendahnya syer pasaran IPI Indonesia dengan Malaysia yang sudah mencapai 20%. Bahkan syer pasaran IPI Indonesia di bawah syer pasaran IPI Inggeris (Walid Mansour, Mohamed Abdelhamid, Omar Masood dan Niazi, 2010). Merujuk fakta itu, jelas ada sesuatu masalah dalam perkembangan IPI Indonesia. Maka dari itu New Horizon Global

Perspective on Islamic Banking dan Insurance (2012) memberi gelaran IPI di Indonesia ibarat “*the sleeping giant stirring*”. Oleh itu, sudah tiba masanya semua pihak yang berkepentingan termasuk pengguna Muslim untuk menilai diri.

Kedua, daripada aspek akaun pengguna pula, dipaparkan kedudukan atau perkembangan akaun pengguna yang melambat (Rajah 1.1 dan Rajah 1.2).



**Rajah 1.1: Perkembangan Akaun Pengguna IPI**  
 Sumber: Statistik Perbankan Islam 2005-2012 (Bank Indonesia)



**Rajah 1.2: Perkembangan Kenaikan Peratusan Pengguna IPI 2003-2012**  
 (BUS dan UUS)

Rajah 1.1 menunjukkan pertumbuhan jumlah akaun pengguna dari tahun 2005 hingga 2012. Dari tahun 2005 hingga 2012 telah terjadi peningkatan jumlah pemegang akaun pengguna IPI. Namun jika diteliti lebih mendalam, jumlah kenaikan atau peningkatan peratusan pengguna, dari tahun 2006 hingga 2009 semakin mengecil (Rajah 1.2). Kecuali, pada tahun 2009 jumlah kenaikan pengguna meningkat daripada 860,825 (kenaikan pada tahun 2009), meningkat menjadi 1,695,478 pada tahun 2010. Bagaimanapun, peningkatan ini, lebih disebabkan oleh bertambahnya jumlah BUS dan UUS baru dan jaringan pejabat IPI pada tahun tersebut (lihat Jadual 1.1).<sup>14</sup> Besarnya jumlah kenaikan menurun semula hingga April 2012 barulah menunjukkan kenaikan sebesar 1,242,688 atau peratusan kenaikan pengguna ini sekitar 12.96%. Data terakhir pada tahun 2013 jumlah pengguna IPI yang dilihat daripada jumlah akaun adalah sebesar 12,724,187. Ini bererti, jumlah penduduk Muslim sekitar 204 juta orang, hanya sekitar 12 juta orang yang menggunakan perkhidmatan IPI atau 5.01% daripada keseluruhan akaun perbankan nasional (BI, 2014). Ertinya sekitar 5% sahaja daripada total keseluruhan jumlah umat Islam mempunyai akaun di IPI.

Fakta ini menunjukkan telah terjadi kelembapan (*stagnant*) perkembangan akaun pengguna IPI dan menggambarkan bahawa kedudukan IPI Indonesia hanyalah sebagai alternatif, bukanlah kewajiban. Fakta tersebut mengisyaratkan bahawa IPI kurang berjaya mendapat pelanggan daripada kalangan Muslim di dalam negara yang majoriti muslim. Hal ini kerana jumlah akaun IPI berkorelasi langsung dengan jumlah pengguna yang akan berpengaruh terhadap lambatnya peningkatan syer pasaran IPI. Perkara ini berlaku kerana sebahagian besar dana IPI iaitu 87.2% berasal

---

<sup>14</sup> DPK ini adalah berasal dari pengguna korporat, salah satu faktor yang mendorong kenaikan DPK ini ialah menurunnya kadar faedah bank konvensional sehingga sistem perkongsian untung bank Syariah relatif lebih menguntungkan berbanding faedah bank konvensional (BI, 2010).

daripada dana pihak ketiga (DPK) yang merujuk kepada pengguna. Oleh itu, dapat dilihat pentingnya kedudukan pengguna dalam menyokong perkembangan IPI di Indonesia. Berdasarkan kawasan, BI (2014) melaporkan bahawa wilayah Sumatera menunjukkan pertumbuhan yang relatif rendah berbanding industri IPI keseluruhan.

Pada peringkat provinsi atau negeri, khas untuk Provinsi Riau, IPI menunjukkan perkembangan yang relatif sama dengan peringkat nasional. Perkembangan IPI di Provinsi Riau pada tahun terpilih terangkum dalam Jadual 1.2.

**Jadual 1.2: Perkembangan IPI di Provinsi Riau (BUS dan UUS)**

No	Parameter	2005	2006	2009	2010	2011	2012
1	Jumlah Bank	5	6	10	11	11	11
2	Aset (bilion Rp) (juta RM)	465	622	1.560	2.280	3.010	3.300
		155	207	520	760	1.003	1.100
3	DPK(bilion Rp) (juta RM)	284	456	1.140	1.540	2.150	2.900
		94.7	152	380	513	716.7	966.7
4	Pembiayaan (bilion Rp) (juta RM)	383	477	1.050	1.590	-	2.300
		127.7	159	350	530		766.7

(Sumber : *Kajian ekonomi regional, BI Pekanbaru 2010*), Rp 3,500 = RM 1.

Menurut data BI Pekanbaru (2010), secara kelembagaan jumlah IPI yang beroperasi di Riau hingga akhir 2010 tercatat 11 Bank yang terdiri daripada sembilan Bank Umum Syariah (BUS) dan dua BPR Syariah. Khas di Kabupaten Kampar jumlah IPI yang beroperasi ialah enam IPI iaitu Bank Muamalat, Bank Mandiri Syariah (BSM), Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), Bank Riau Syariah dan Bank Mega Syariah. Sedangkan syer pasaran 2013, tidak jauh berbeza dengan syer pasaran IPI nasional iaitu sekitar 5%.

Pelbagai alasan dinyatakan penyebab rendahnya syer pasaran IPI Indonesia ini. Sukarmadji (2009) melihat daripada perspektif asosiasi IPI nasional dan berpendapat

bahawa kurangnya modal, jaringan sistem, produk dan perkhidmatan, tim kerja, sosialisasi, sokongan pemerintah, sumber daya insani dan peraturan IPI nasional menyebabkan rendahnya syer pasaran IPI.<sup>15</sup> Adanya peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya menyokong operasional IPI. Kesemua ini menjadi alasan belum maksimumnya pertumbuhan IPI. Pendapat ini turut disokong oleh Rifki Ismal (2011) bahawa masih kurangnya komitmen kerajaan terhadap IPI, terbatasnya fasiliti dan sosialisasi yang kurang antara faktor lambatnya perkembangan IPI.<sup>16</sup> Sementara itu BI (2015) lebih melihat kepada faktor makro yang menyebabkan melambatnya perkembangan IPI. Faktor makro tersebut antaranya adalah inflasi, situasi ekonomi dan kewangan global mahupun nasional secara umumnya mengalami perlambatan pada tahun 2013 dibandingkan penggal sebelumnya. Keadaan-keadaan ini akan mempengaruhi pendapatan masyarakat.

Bagaimanapun, faktor pengguna tetap menjadi antara faktor yang menentukan perkembangan syer IPI di Indonesia. Sebagaimana yang telah dinyatakan, hal ini disebabkan oleh tingginya kebergantungan IPI kepada dana pihak ketiga (DPK) iaitu

---

<sup>15</sup> Pada dasarnya undang-undang no. 10 tahun 1998 telah berupaya mengakomodasi kepentingan pengembangan industri ini, namun masih tetap ada kelemahan, yang mengurangi kekuatan pengembangan industri ke peringkat yang seharusnya (New Horizon Global Perspective in Islamic Bankin and Insurance, 2012).

<sup>16</sup> Rifki Ismal (2011) menyatakan, terbatasnya penglibatan dana kerajaan pada bank Syariah dengan beberapa alasan: 1. Dana haji nasional masih ditempatkan pada bank konvensional yang dijangka berjumlah Rp 26 trilion (RM2.6 bilion). 2. Dana syarikat milik kerajaan (BUMN), total aset BUMN mencecah Rp 2500 trilion (RM 250 bilion) juga majoritinya masih ditempatkan pada bank konvensional. 3. Potensi terakhir dana kerajaan adalah total aset empat buah bank konvensional milik kerajaan sekitar Rp 1115 trilion (37% dari pasaran perbankan negara). Dibandingkan dengan total aset IPI yang hanya sekitar Rp 97 trilion. Bayangkan jika satu sahaja bank milik kerajaan ini di tukar kepada sistem Syariah maka total aset IPI akan naik. Ketiga-tiga sebab tersebut mempamerkan terbatasnya penglibatan dana kerajaan dalam industri IPI ini. Melihat keadaan ini Mohamed Ariff (1998), Rifki Ismal (2011) cenderung mengkategorikannya kepada *informal arrangements* yang mana datang dari permintaan golongan bawah. Oleh itu, dapat dilihat betapa pentingnya kedudukan pengguna dalam pengembangan IPI di Indonesia. Keadaan ini diistilahkan oleh Adiwarmam A. Karim (2010) dan Masyudi Muqorobin (2010) sebagai gerakan *bottom-up* dan situasi ini berbeza dengan situasi di Malaysia dan negara-negara Islam lainnya seperti Sudan, Jordan, Kuwait, Iran, Arab Saudi dan negara-negara Timur Tengah lainnya gerakan menyokong penubuhan dan pembangunan IPI datang dari golongan atas atau kerajaan (*up-bottom*) (Gierath, 1990, Ramadan Shallah, 1990, Wilson, 1990, Hossein Aryan, 1990, Wilson, 1990 dan Osman Ahmed, 1999).

mencecah 87.2%. DPK merupakan sumber dana terbesar dan penting dalam menyokong perkembangan IPI Indonesia yang merujuk kepada pengguna IPI. Maka, pertumbuhan nilai DPK akan mempengaruhi pertumbuhan aset IPI, sebaliknya menurunnya DPK akan berimpikasi menurunkan aset IPI.

Meskipun faktor pengguna bukan satu-satunya faktor yang menyebabkan lambatnya pertumbuhan syer IPI. Banyak pihak yang mempunyai kesamaan pandangan seperti Sulasy Rohmy (2005), Muhammad Abduh dan Mohd Azmi Omar (2010), Sasli Rais (2008), Muhammad Syafii Antonio (2009), Muhlis (2011), Rifki Ismal (2011) dan Susy Yunia Rahmawijaya (2012) menyatakan, peranan pengguna Muslim terhadap perkembangan IPI. Seandainya pengguna Muslim Indonesia secara holistik menjadikan Islam sebagai jalan hidup termasuk dalam berekonomi, maka hal tersebut tidak akan terjadi. Jika pengguna Muslim mempunyai cukup kesedaran untuk berhijrah daripada sistem faedah dalam perbankan konvensional yang diharamkan oleh agama kepada sistem IPI.<sup>17</sup> Muhammad Syukri Salleh (2012) menegaskan, dalam Islam substruktur (ekonomi) tidak mungkin dapat menentukan superstruktur (agama) kerana sifatnya yang melangkaui segala batasan pemikiran manusia dan meliputi segala hal ehwal kehidupan. Oleh itu pengguna Muslim sepatutnya mendahulukan kepentingan agama di atas kepentingan ekonomi. Jika perkara ini dijalankan oleh pengguna Muslim, tentulah perkembangan IPI akan maju pesat sebagaimana yang diharapkan.

---

<sup>17</sup> Masih terdapat perbezaan dalam kalangan ulama tentang pengharaman faedah bank di Indonesia. Semua ulama bersepakat bahawa riba itu haram, namun tidak semua ulama bersepakat bahawa faedah bank konvensional itu ialah *riba*. MUI pada tahun 2004 mengeluarkan fatwa tegas tentang haramnya faedah bank konvensional. Namun fatwa tersebut tidak memberikan impak yang signifikan terhadap penambahan pengguna iaitu, mereka yang memindahkan wangnya ke bank Islam, jumlahnya tidak sebanding dengan mereka yang tidak memindahkannya (Muhammad Abduh dan Mohd Azmi Omar, 2010).



Maka dari itu, kajian ini cuba untuk mengembalikan persoalan IPI tersebut kepada pengguna Muslim. Melihat kepada definisi mudah personaliti bahawa personaliti adalah “Siapakah sebenarnya individu itu?”<sup>18</sup> Personaliti menjadi sesuatu yang sangat penting dan asas dalam mengidentifikasi yang menggambarkan identiti seorang individu. Rungpaka Amy Tiwsakul dan Hackley (2012) berhujah terdapat keterkaitan antara identiti dengan hal kepenggunaan iaitu, pengguna menggunakan sesuatu barangan untuk menunjukkan identiti personaliti mereka. Dalam Islam, identiti personaliti yang paling penting adalah agama yang akan mempengaruhi setiap gelagat penganutnya (Farhana Tahmida Newaz, 2014). Sebagai kesannya, seorang Muslim, idealnya akan mematuhi ajaran-ajaran agamanya, sebagai pembuktian dan ekpresi keberagamaan atau kepatuhan dalam beragama (Riaz Hassan, 2007). Identiti agama ini menjadi suatu yang penting, apalagi bagi individu Muslim yang hidup dalam sebuah negara dengan pelbagai agama dan etnik. Misalnya dalam hal kepenggunaan, mereka mengambil berat masalah kehalalan sebuah produk (sesuai kehendak syarak) bagi menunjukkan identiti diri mereka sebagai Muslim (Arshia Mukhtar dan Muhammad Muhsin Butt, 2011).

Ketiga, kajian yang mengaplikasikan aspek personaliti-religiositi Islam ke dalam gelagat pemilihan IPI masih kurang dijalankan di Indonesia dan dunia umumnya dan di Kabupaten Kampar, Riau khususnya. Atas alasan-alasan tersebut, penyelidik

---

<sup>18</sup> Secara sosiologi Muslim Indonesia dibahagikan kedalam dua sub grup utama: pertama, abangan, dan kedua, santri. Santri dan abangan adalah sebuah istilah sosiologis. Geertz (1960), Geertz (1976) dan Mohamed Ariff (1992) mendefinisikan abangan sebagai suatu sebutan bagi Muslim yang tidak taat dalam menjalankan agama, terutama dalam perkara *'ubūdiyyat*. Istilah abangan ini merujuk kepada umat Islam yang kononnya tidak mengamalkan agama mereka. Dalam istilah sehari-hari Muslim abangan disebut dengan Islam Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau Islam hanya sekadar pada kartu pengenalan (IC) sahaja. Mereka yang cenderung kepada Islam abangan ini dijangka mempunyai jumlah yang besar. Adapun santri ialah sebutan untuk Muslim yang taat dalam menjalankan agama. Istilah santri ini didefinisikan sebagai umat Islam yang saleh yang hidup penuh dengan nilai-nilai Islam. Apakah besarnya jumlah Islam Muslim abangan ini berkaitan dengan kecilnya pemilihan IPI?

terdorong untuk menjadikan aspek gelagat pemilihan IPI sebagai objek dalam mengaplikasikan IPPI bagi mengukur personaliti pengguna Muslim dan melihat pengaruhnya terhadap pemilihan IPI.

### **1.3 Pernyataan Masalah**

Untuk melihat perkaitan hubungan personaliti pengguna Muslim dengan gelagat pemilihan IPI melibatkan aktiviti pengukuran personaliti yang memerlukan sebuah alat pengukuran. Pada bahagian sebelumnya telah dibincangkan bahawa perlu membina sebuah alat pengukuran personaliti pengguna Muslim atas beberapa sebab.

Pertama, alat pengukuran personaliti konvensional yang sedia ada berasaskan cara pandang Barat terhadap manusia yang hanya menumpukan pada unsur material atau *somatoform* (jasad atau badan/jasmani). Alat pengukuran personaliti Barat berdasarkan pada teori personaliti yang dipengaruhi oleh nilai-nilai, budaya, persekitaran, bahkan dipengaruhi oleh pengalaman peribadi para pelopor teori tersebut. Sehingga dalam mengukur personaliti, pendekatan konvensional hanya mengukur apa ada manusia, bukan melihat bagaimana sepatutnya manusia (Abdul Mujib, 2006).

Kedua, daripada perspektif agama, kebanyakan alat pengukuran personaliti yang sedia ada juga berdasarkan konsep agama masyarakat Barat iaitu Kristian dan Yahudi. Dalam hal ini terdapat perbezaan yang bermula daripada perkara yang paling asas iaitu tasawur (*world view*) dan epistemologinya. Pengukuran personaliti-religiositi Kristian-Yahudi berdasarkan kepada nilai-nilai ajaran agama tersebut, manakala pendekatan Islam dibangun atas tasawur berdasarkan al-Quran dan Hadis

yang menjadi rujukan asas dan memberikan garis panduan bagi membina sebuah alat pengukuran personaliti Muslim (Abdoul Aziz Fall, 2009).

Ketiga, masih kurangnya alat pengukuran personaliti Islam yang murni datang daripada konsep Islam. Oleh itulah, para sarjana Islam digalakkan untuk mengkaji dan menghasilkan alat pengukuran asli berdasarkan al-Qur'an dan Hadis. Menurut Nooraini Othman (2011), perkara ini penting bagi mengurangi pergantungan masyarakat Islam terhadap alat pengukuran personaliti-religiositi hasil ciptaan Barat yang berasaskan perspektif dan nilai-nilai agama mereka. Jauh sebelumnya, Omar Khaleefa (1997) mengatakan sudah tiba masanya masyarakat Islam menyedari tentang kepentingan menghasilkan alat pengukuran personaliti yang murni berdasarkan konsep Islam sebagai seorang individu mahupun masyarakat.

Penyelidik merasa penting terlebih dahulu membina sebuah alat pengukuran personaliti pengguna Muslim dengan mengkaji asas atau tasawurnya. Setelah alat pengukuran tersebut terbina, selanjutnya diaplikasikan untuk mengukur realiti tahap personaliti pengguna Muslim dan menilai pengaruhnya terhadap gelagat pemilihan IPI. Permasalahan yang diamati dalam kajian ini yakni disebabkan adanya kenyataan di lapangan yang bertentangan dengan keadaan normatif. Indonesia sebagai negara Muslim terbesar di dunia, namun gelagat pengguna dalam memilih IPI sebagai penyokong aktiviti kewangannya masih rendah. Perkara ini dilihat daripada jumlah akaun pengguna IPI dan syer pasaran yang hanya berkisar 5% daripada syer pasaran perbankan nasional. Fakta ini menggambarkan bahwa IPI hanyalah sebagai alternatif bagi Muslim Indonesia bukan suatu kewajiban sebagai tanda kepatuhan terhadap ajaran Islam.

Berpunca pada persoalan mengapa besarnya jumlah masyarakat Islam tidak seiring dengan besarnya syer pasaran IPI? Apakah pemilihan IPI menunjukkan identiti personaliti seorang Muslim? Apakah terdapat pengaruh personaliti-religiositi terhadap gelagat pemilihan IPI? Sebagaimana Riaz Hassan (2007) menyatakan seorang Muslim akan bertindak mengikut ajaran agamanya sebagai pembuktian dan ungkapan untuk menunjukkan identiti agama mereka. Idealnya umat Islam menjalankan Syariah Islam secara *kāffat* sebagai bukti dedikasi penuh terhadap ajaran agama termasuk dalam hal perekonomian dan kepenggunaan (Said Sa'ad Marthon, 2004).

Tumpuan dalam kajian ini ialah aspek pengguna sebagai pelaku utama dalam gelagat kepenggunaan, sebagai salah satu pihak berkepentingan IPI yang menjadi *actor* dalam pemilihan IPI. Muhammad Umar Chapra (2001) berhujah bahawa penggerak utama apapun aktiviti dalam sebuah peradaban ialah manusia itu sendiri. Oleh itu, upaya pengembangan IPI tidak cukup hanya dengan sokongan dan peraturan kerajaan, tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna (Harif Amali Rivai, Niki Nukviarman, Syafrizal, Syukri Lukman, Fery Andrianus dan Masrizal, 2007).

#### **1.4 Objektif Kajian**

Berdasarkan daripada pernyataan masalah yang telah diperihalkan, kajian ini secara umumnya bertujuan untuk menilai pengaruh personaliti pengguna Muslim terhadap gelagat pemilihan IPI. Adapun objektif khusus kajian ini adalah:

1. Membina alat pengukuran personaliti pengguna berdasarkan konsep Islam.
2. Menganalisis tahap personaliti pengguna Muslim.

3. Menilai pengaruh personaliti pengguna Muslim terhadap gelagat pemilihan IPI.

### **1.5 Persoalan Kajian**

Persoalan-persoalan yang mesti diharapkan dapat ditemukan jawabannya dalam kajian ini adalah:

1. Bagaimanakah konsep personaliti dalam Islam?
2. Apakah dimensi-dimensi personaliti pengguna Islam?
3. Bagaimanakah kerangka konseptual personaliti pengguna Islam?
4. Apakah realiti tahap personaliti pengguna Muslim di Kabupaten Kampar?
5. Adakah wujud perbezaan tahap personaliti pengguna Muslim mengikut faktor demografi?
6. Bagaimanakah arah dan kekuatan hubungan antara personaliti pengguna Muslim dengan gelagat pemilihan IPI?
7. Apakah personaliti pengguna Muslim dan demografi berpengaruh terhadap gelagat pemilihan IPI?
8. Apakah dimensi personaliti pengguna Muslim yang paling dominan yang mempengaruhi gelagat pemilihan IPI?

Kesemua objektif dan persoalan kajian yang telah dinyatakan digambarkan dalam Jadual 1.3.

**Jadual 1.3. Objektif dan Persoalan Kajian**

<b>Objektif</b>	<b>Persoalan Kajian</b>
1. Membina alat pengukuran personaliti pengguna berdasarkan konsep Islam	<ul style="list-style-type: none"><li>i. Bagaimanakah konsep personaliti dalam Islam?</li><li>ii. Apakah dimensi-dimensi Personaliti Pengguna Islam?</li><li>iii. Bagaimanakah kerangka konseptual Personaliti Pengguna Islam?</li></ul>
2. Menganalisis tahap personaliti pengguna Muslim	<ul style="list-style-type: none"><li>iv. Apakah realiti tahap personaliti pengguna Muslim?</li><li>v. Adakah wujud perbezaan tahap personaliti pengguna Muslim mengikut faktor demografi?</li></ul>
3. Menilai pengaruh personaliti pengguna Muslim terhadap gelagat pemilihan IPI	<ul style="list-style-type: none"><li>vi. Bagaimanakah arah dan kekuatan hubungan antara personaliti pengguna Muslim dengan gelagat pemilihan IPI?</li><li>vii. Apakah personaliti pengguna Muslim dan demografi berpengaruh terhadap gelagat pemilihan IPI?</li><li>viii. Apakah dimensi personaliti pengguna Muslim yang paling dominan yang mempengaruhi gelagat pemilihan IPI?</li></ul>

## **1.6 Definisi Operasional**

Bagi menjelaskan maksud beberapa kata kunci utama yang digunakan dalam kajian ini, definisi operasional bagi setiap kata kunci tersebut dinyatakan satu persatu. Kata kunci tersebut terdiri daripada tiga kata kunci utama iaitu, personaliti, pengguna dan pemilihan IPI.

### 1.6.1 Personaliti

Daripada segi bahasa, kamus Merriam-Webster mendefinisikan personaliti.

*“The quality or state of being a person or the condition or fact of relating to a particular person: the complex of characteristics that distinguishes an individual or a nation or group, especially the totality of an individual's behavioral and emotional characteristics”.* Kualiti atau keadaan seseorang, atau keadaan atau fakta yang berkaitan dengan seseorang tertentu, ciri-ciri yang kompleks yang membezakan seorang individu atau bangsa atau kumpulan, terutamanya keseluruhan daripada ciri-ciri tingkah laku individu dan emosi.

Dalam *Sosial Sciences Encyclopedia* (2009), personaliti berasal daripada bahasa latin (*persona*) yang berarti topeng (*mask*). Kumpulan keseluruhan ciri-ciri psikologikal yang membezakan seorang individu dengan individu lainnya. Dalam *Encyclopedia Dictionary Psychology* (2002) pula dijelaskan personaliti satu konsep yang global yang mengandungi beberapa makna. Pertama, personaliti merujuk kepada tingkah laku dan perangai yang biasanya ada pada setiap individu. Kedua, personaliti merujuk kepada cantuman kesedaran diri atau ego. Ketiga, personaliti merupakan topeng bagi sosial. Sedangkan dalam Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) menyatakan personaliti bermaksud keperibadian dan perwatakan. Personaliti merujuk kepada asal bahasanya ialah *persona* (topeng) yang merujuk kepada rupa luaran, rupa yang ditunjukkan seseorang.

Secara istilahnya dalam perspektif ilmu psikologi terdapat lebih 50 definisi yang diberikan dan tiada satupun definisi yang dianggap solid dan mutlak kebenarannya. Kesemua definisi yang diberikan bergantung kepada kesesuaian dengan kajian yang dijalankan (Allport, 1961). Allport (1961) mengemukakan personaliti merupakan organisasi yang dinamik daripada sistem psiko-fisik individu yang menentukan tingkah laku dan pemikiran individu secara khas. Terjadinya Interaksi *psiko-fisik*

mengarahkan perilaku manusia. Maksud dinamik pada pengertian tersebut, perilaku dapat saja berubah-ubah disebabkan persekitaran, proses pembelajaran atau melalui pengalaman-pengalaman, *reward*, *punishment* dan pendidikan.

Personaliti dapat juga didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan cara untuk bertingkah laku dan tingkah laku itu dapat dijelaskan oleh orang lain. Misalnya orang mengatakan bahawa individu tersebut seorang yang percaya diri, berdikari, mudah menyesuaikan diri, menghargai orang lain, mudah mempengaruhi orang lain atau suka bersosial (Paulus Lilik Kristianto, 2011).

Personaliti merupakan sebagai satu set keunikan yang dimiliki seseorang daripada ciri-ciri tingkah lakunya yang bersifat konsisten, karakter atau tabiat yang berpanjangan (tetap atau bertahan lama) untuk berkelakuan dengan cara tertentu dalam pelbagai situasi. Apabila individu menggambarkan dirinya “siapakah saya?”, seseorang itu akan menggambarkan dirinya dengan memberikan ciri-ciri tertentu seperti ia seorang yang humoris, suka bersosial, jujur, boleh dipercayai atau boleh diharapkan (Gurung, 2010).

Definisi-definisi di atas merupakan definisi personaliti daripada perspektif konvensional. Dalam perspektif Islam, Imam al-Ghazali<sup>19</sup> dalam Noor Shakirah Mat Akhir (2010) menyatakan bahawa personaliti bersifat dalaman (intrinsik) namun personaliti tercermin dalam tingkah laku dan menunjukkan karakter dan identiti

---

<sup>19</sup> Imam al-Ghazali merupakan seorang ilmuwan falsafah dan juga ahli tasawuf Muslim yang terkenal. Ia banyak memberikan sumbangan teori dan pemikirannya tentang personaliti Islam. Pemikirannya tentang personaliti Islam menjadi sumber rujukan kepada bidang psikologi Islam. Salah satu bukunya yang terkenal tentang personaliti ialah "*Theory of The Soul*".