

PENGUMUMAN

Nomor: 13/INF/VIII/2020

Berdasarkan proses review artikel pada Jurnal INFERENSI yang telah dilakukan oleh tim, maka artikel saudara yang berjudul :

ECONOMIC PRAGMATISM OF YOGYAKARTA MUSLIM COMMUNITY IN SELECTING BANKING INSTITUTIONS

dinyatakan **diterima** untuk diterbitkan pada Jurnal INFERENSI Vol.14 No.2 Desember 2020.

Untuk proses berikutnya maka kami memohon kerjasamanya untuk melengkapi beberapa hal di bawah ini:

- Kesiediaan mengisi Surat Pernyataan Keaslian dengan format terlampir (**bermaterai 6000**) - Kesiediaan untuk merevisi artikel jika ada catatan dari Reviewer
- Kesiediaan untuk menggunakan aplikasi *management reference* (Mendeley/Zotero) dalam penulisan daftar pustaka dengan format APA style
- Kesiediaan untuk menterjemahkan artikel ke dalam bahasa Inggris (melampirkan surat keterangan dari institusi penerjemah yang bereputasi)
- **Kelengkapan hal-hal diatas dikirimkan melalui email:**
inferensi.iainsalatiga@gmail.com **paling lambat Senin, 24 Agustus 2020.** Demikian

pengumuman ini dibuat, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Salatiga, 13 Agustus 2020

Pimred



Jurnal Penelitian
INFERENSI

Qi Mangku Bahjatulloh. Lc, M.S.I

CP. Muslimah Susilayati (085229575271)

FORM REVIEW JURNAL INFERENSI
Vol 14 No. 2

**JUDUL ARTIKEL : ECONOMIC PRAGMATISM OF YOGYAKARTA MUSLIM
COMMUNITY IN SELECTING BANKING INSTITUTIONS**

NO	MATERI PENILAIAN	SCORE 1-4	KETERANGAN
1	Field research	2	
2	Kesesuaian tema	4	Pilih salah satu: Pendidikan Keagamaan/ Ekonomi Keagamaan/ Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Agama
3	Judul	3	
4	Abstrak	3	
5	Metode	2	Eksekusi metodenya yang sangat kurang. Tidak terlihat keterlibatan responden dalam pembahasan hasil
6	Substansi	2	Substansi sudah baik, namun hasil masih sangat kurang
7	Referensi	2	Pertimbangkan untuk menggunakan reference manager (mendeley/endnote/zotero) Pertimbangkan menggunakan referensireferensi terkini
Total Score			
Rekomendasi		(Layak/Tidak Layak)	(Revisi Mayor /Revisi Minor/ Tanpa Revisi)

Saran perbaikan artikel	Hasil harus dieksekusi sesuai dengan metode yang dipilih. Apabila metodenya adalah kualitatif, maka harus terlihat opini para responden didalamnya.
-------------------------	---

PRAGMATIS EKONOMI MASYARAKAT MUSLIM KOTA YOGYAKARTA DALAM PILIHAN LEMBAGA PERBANKAN

Itsla Y. Aviva, Misnen Ardiansyah, **M. Syafiq Hanafi**

Commented [SH1]: Syafiq Mahmadah Hanafi

Abstract. *This research discusses the motives of the Muslim society in choosing banking institutions by using the analysis of pragmatism theory. This research is qualitative research using a phenomenology approach. Data collection that is used in this research is the interview, observation, and documentation. The results of the study indicated that the Muslim customers of Yogyakarta tend to be pragmatic based on their character of society which is more accomodating and flexible their philosophy of life (tolerance). This pragmatic attitude was influenced by the internal factors (cognitive limitations) and external factors (reputation/credibility and service of Conventional Banks). Furthermore, adopting from the theory of Schutz's motives that the motives reason (because of motive) of Yogyakarta's Moslem customers in choosing to the bank are their inconsistency in choosing is influenced by economic and service motives that are stronger than religious motives. As for their destination motive (in order to motive) namely fulfilling their needs.*

Keyword : Pragmatism, Customer Decission, Because Motive, In Order To Motive.

Abstrak. *Penelitian ini membahas motif masyarakat muslim dalam memilih lembaga perbankan dengan menggunakan analisis teori pragmatism. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah muslim kota Yogyakarta cenderung pragmatis dilatarbelakangi oleh karakter masyarakat yang lebih akomodatif dan falsafah hidup yang luwes (toleransi). Sikap pragmatis ini dipengaruhi oleh faktor internal (keterbatasan kognisi) dan faktor eksternal (reputasi/kredibilitas dan pelayanan Bank Konvensional). Selanjutnya mengadopsi dari teori motif Schutz bahwa motif alasan (because of motive) nasabah muslim dalam memilih perbankan adalah ketidakkonsistenan mereka dalam memilih dipengaruhi oleh motif ekonomi dan pelayanan yang lebih kuat dibandingkan dengan motif religi. Adapun yang menjadi motif tujuan (in order to motive) mereka adalah terpenuhinya kebutuhan mereka.*

Kata Kunci : Pragmatisme, Keputusan Nasabah, Because of Motive, In Order to Motive.

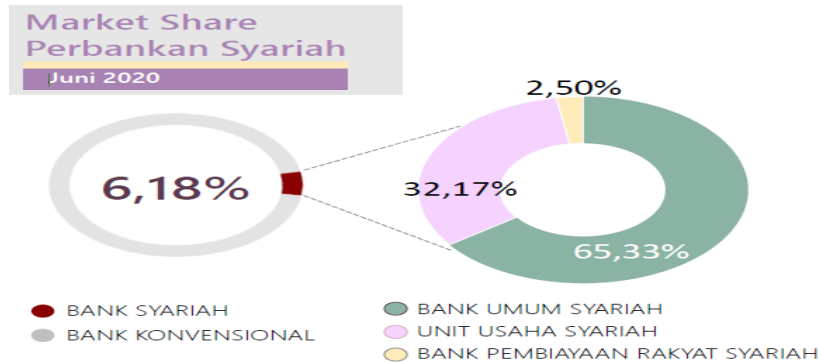
Pendahuluan

Pragmatisme merupakan satu model interaksi dan respon terhadap rangsangan eksternal, terkait dengan etos sejarah sosialisme, dan momok bagi sistem kepemilikan bebas (Livingston, 1997: 279). Ada dua makna dominan pragmatisme. *Pertama*, melihat sebab akibat berdasarkan kenyataan untuk tujuan praktis. *Kedua*, apa yang dipandang benar adalah apa yang berguna atau berfungsi (Knight, 2008: 79). Pragmatisme merupakan salah satu aliran pemikiran yang semakin berkembang di abad 20. Pengaruh pragmatisme ini menyebar ke berbagai ranah kehidupan seperti agama, pendidikan, sosial-budaya, etika, hukum, politik, dan ekonomi. Dalam pendekatan filsafat, pragmatisme adalah cara berpikir yang menempatkan kebenaran pendapat diukur dari hasil praktisnya (*outcome*). Dengan bahasa berbeda, pragmatisme sering dimaknai sebagai paham yang lebih menekankan hasil daripada teori yang melandasi cara berpikir itu (Wasitohadi, 2012: 176). Adapun pragmatisme ekonomi dalam tulisan ini adalah suatu pendapat yang menyatakan bahwa untuk mencapai kemakmuran masyarakat maka tindakan-tindakan ekonomi dianggap lebih relevan dibandingkan memperbincangkan prinsip realitasnya (*ontology*).

Di Indonesia, sistem perbankan diklasifikasikan menjadi dua sistem keuangan yaitu konvensional dan syariah. Perbankan konvensional merupakan perbankan yang menitikberatkan pengelolaan keuangan pada fungsi intermediasinya yang didasarkan tingkat bunga sedangkan perbankan syariah merupakan perbankan yang menitikberatkan pengelolaan keuangan pada fungsi intermediasinya yang didasarkan pada sistem bagi hasil. Perbedaan sistem perbankan akan memberikan kontribusi pada perbedaan strategi persaingan pada industri keuangan nasional maupun internasional. Strategi perbankan akan dihadapkan pada pola persaingan yang fluktuatif terutama pada perbedaan sistem tingkat bunga dan bagi hasil atas pengelolaan produk perbankan untuk masyarakat. Persaingan industri perbankan konvensional dan syariah akan semakin ketat dalam menawarkan berbagai produknya kepada masyarakat.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah memasuki usia 28 tahun. Meskipun dapat dikatakan terlambat dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, namun perkembangannya cukup pesat (Karim, 2010: 25). Didukung dengan diberlakukannya Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi (Cahyani, 2016: 152). Data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per April 2019 menyebutkan bahwa telah tercatat 196 pelaku industri perbankan syariah dengan rincian 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 162 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Jaringan kantor yang dimiliki oleh bank syariah telah menembus angka 2.957 kantor, jumlah ATM 3.012 dengan total pekerja sebanyak 61.894 orang (Otoritas Jasa Keuangan, 2020: 4).

Idealnya, potensi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia adalah berbanding lurus dengan jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas Muslim Namun nyatanya, kinerja industri perbankan syariah di Indonesia belum memenuhi harapan publik. Selama tiga tahun berturut-turut, pasar pangsa bank syariah di negara itu masih kurang dari 6 persen. Hal ini jelas terlihat dari besaran *market share* perbankan syariah secara nasional per-juni 2020 yang masih sangat kecil dibandingkan dengan perbankan konvensional, yakni hanya 6,18% (Otoritas Jasa Keuangan, 2020: 2), sebagaimana terlihat dalam gambar di bawah ini :



Gambar 1

Sumber : Snapshot Perbankan Syariah Juni 2020

Jika merujuk kepada keputusan fatwa MUI tentang Bunga (*Interest/Faedah*), maka sistem bunga yang diberlakukan bank konvensional adalah jelas dilarang dalam Islam dan harus dihindari oleh setiap muslim karena sistem bunga termasuk pada riba disebabkan adanya tambahan biaya atas dana yang dipinjam nasabah. Namun pada kenyataannya, pertumbuhan keuangan syariah khususnya perbankan syariah belum dapat mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional. Kondisi ini juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dengan besaran aset perbankan syariah per Mei 2019 berada pada angka 9,5% dari total aset perbankan di DIY (Bank Indonesia, 2019: 60). Meskipun ini sudah menjadi yang tertinggi sepanjang sejarah keberadaan bank syariah di DIY dan melampaui *market share* tingkat nasional. Kondisi ini mencerminkan ketidaksiapan masyarakat dalam proses penerimaan sistem bank syariah dan bank syariah belum membuktikan dirinya bermanfaat secara praktis, efektif, efisiensi dan menguntungkan.

Sikap manusia yang cenderung selalu mengarah kepada hal yang praktis, yang harus diterima dengan mudah, dilakukan dengan gampang dan menyelesaikan masalah dengan hasil yang dianggap berhasil dengan memuaskan menunjukkan bahwa pragmatisme telah menjadi pola pikir sebagian manusia. Tidak terkecuali dalam lembaga perbankan, setiap nasabah akan berusaha untuk memaksimalkan nilai guna dalam memilih lembaga perbankan untuk menyimpan dana, melakukan kredit atau pembiayaan dan pelayanan jasa. Dari sini maka terlihat bahwa pragmatisme juga mewarnai perilaku ekonomi nasabah dalam memilih bank. Berangkat dari fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk mengkajinya dalam sebuah tulisan tentang Pragmatisme Ekonomi Nasabah Muslim Kota Yogyakarta Dalam Pilihan Lembaga Perbankan. Dengan rumusan masalah yaitu mengapa nasabah muslim kota Yogyakarta cenderung pragmatis dalam memilih lembaga perbankan? Dan bagaimana motif nasabah muslim kota Yogyakarta dalam memilih lembaga perbankan?

Commented [SH2]: Tidak di awal kalimat

Commented [SH3]: Apa mungkin penyebaran bank Syariah belum merata di DIY?

Literature Review

Pragmatisme Ekonomi

Pragmatisme secara etimologis berasal dari bahasa Yunani, yakni dari kata *pragma* yang berarti tindakan. Secara harfiah, pragmatisme berarti filsafat atau aliran pemikiran tentang Tindakan (Keraf, 1987: 15). Segala sesuatu bernilai sejauh dapat diwujudkan dalam tindakan. Kelahiran pragmatisme salah satunya distimulus oleh teori evolusi Darwin. Teori Evolusi Darwin menggeser fokus dari *being* (ada) menjadi *becoming* (menjadi) serta menumbangkan keyakinan terhadap doktrin-doktrin utama asal-usul kehidupan. Penggeseran perhatian pada *becoming* menyebabkan orang lebih mengutamakan diri untuk berbicara tentang metode daripada sibuk dengan persoalan tentang hakikat dari sesuatu. Pertanyaan “Bagaimana sesuatu terjadi?” menjadi lebih penting daripada pertanyaan “Apa itu sesuatu?” (Keraf, 1987: 19).

Pragmatisme lebih dikenal sebagai salah satu aliran berfikir kefilosofan yang sering diasosiasikan sebagai cara bernalar “khas Amerika” yang lahir sekitar tahun 1870-an dimana mempunyai tiga fase dalam pertumbuhannya, yaitu diawali oleh Charles S. Pierce (1839-1914), William James (1842-1909) and John Dewey (1859-1952) (Syafi’i, 2012: 23). Pierce mengajarkan bahwa pengetahuan manusia itu benar, bukan karena memantulkan atau menciptakan kenyataan, tetapi apabila ia dapat membuktikan manfaatnya bagi umum, sehingga nilai pengetahuan itu tergantung pada penerapannya yang nyata dalam masyarakat.

Menurut Dewey, yang penting bukanlah benar atau salahnya pengetahuan tetapi sejauh mana manusia bisa memecahkan permasalahan yang muncul dalam kehidupan. Ukuran kebenaran adalah kegunaannya untuk umum, sementara akal dan daya berfikir manusia hanyalah sarana saja (Mudhofir, 1996: 75-75). Menurut Dewey, pragmatis berarti peraturan berfikir reflektif yang fokus utama dan akhirnya adalah hasil (Russell, 2007: 240). Sementara itu, James mengajarkan bahwa ukuran kebenaran sesuatu itu ditentukan oleh akibatnya yang praktis. Suatu pengetahuan itu tidak pernah benar, namun hanya dapat “menjadi benar”. Menurut James, ukuran kebenaran terutama hendaknya dicari dalam taraf sejauh mana manusia sebagai pribadi dan secara psikis merasa puas. Kebenaran mutlak itu tidak ada, karena realitas dan manusia itu sendiri senantiasa berubah-ubah (Mudhofir, 1996: 75).

Pengertian pragmatis pada perkembangannya telah mengalami pergeseran pemaknaan. Terjadi pergeseran semangat dari keinginan untuk “menjernihkan gagasan dengan tindakan” ke semangat “segala sesuatu berarti sejauh untuk mencapai kegunaan praktis”. Pengertian Pragmatisme yang sering dikaitkan dengan kegunaan praktis terjadi karena meluasnya anggapan populer tentang pragmatisme dan pengaruh pemikiran tokoh neo-pragmatis (Mullin, 2007: xii). Karakteristik khas dari pragmatism yakni kemampuan untuk dapat diterapkan dalam praktik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dari prinsip ini yang pada akhirnya menentukan kebenaran dari suatu pernyataan, tindakan dan penilaian (Honderich, 2005: 709). Pragmatisme dalam anggapan populer sering dilihat sebagai budaya yang mengunggulkan kegunaan praktis, instan, tidak menyukai proses, atau hanya menyelesaikan masalah jangka pendek. Dengan meluasnya pemahaman pragmatisme yang demikian, maka sangat berbahaya bagi masyarakat karena pandangan sempit yang menilai segala sesuatu dari nilai guna (Trinarso et al., 2015: 6).

Rasyid & Ismail (2020) menganalisis filosofis perbankan syariah, apakah tetap mempertahankan konsep ideal yang berupa doktrin ataukah harus diubah dengan pendekatan yang lebih pragmatis. Dalam praktiknya, konsep ideal tersebut tidak diimplementasikan secara

optimal. Bank Syariah seolah-olah ikut terbawa arus dengan fokus pada mencari keuntungan dengan mengabaikan filosofis yang mendasarinya. Hal ini bisa terlihat dari berbagai produk yang ditawarkan didominasi oleh produk murabahah. Padahal secara teoritis, bank Syariah tidaklah semata-mata bertujuan untuk mencari keuntungan, namun mempunyai tanggung jawab lain yang lebih besar dari itu, yakni bagaimana eksistensinya dapat berkontribusi positif kepada kesejahteraan dan keadilan hidup masyarakat.

Yasin (2017) menyebutkan bahwa maraknya pragmatisme ekonomi di berbagai negara telah mendorong akselerasi pragmatisme yang sama di Indonesia dan secara tidak terduga berimplikasi pada dinamika keuangan syariah di Indonesia. Di Indonesia cara pandang pragmatis, yakni apa yang dipandang benar adalah apa yang berguna atau berfungsi, bukan hanya menghinggapai personal individual, tetapi juga institusional-kolegial. Sebagai institusi perantara keuangan yang bergerak di sektor *social oriented* dan *profit oriented*, perbankan syariah di Indonesia tidak steril dari cara pandang pragmatis.

Witjaksono (2016) menyatakan bahwa manusia pada dasarnya bersifat sebagai *homo economicus* atau *economicman* artinya individu yang independen, otonom, dan rasional, yang mengejar kepuasan maksimum dengan biaya minimum. Dengan alasan inilah manusia sebagai konsumen selalu berasumsi untuk memaksimalkan kegunaan atau manfaat (*utility maximization assumption*) dari setiap konsumsinya. Dengan kata lain mengukur baik buruknya sesuatu dilihat dari aspek manfaat atau kegunaan yang paling besar bagi seseorang.

Teori Motif

Kata motif diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan didalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2018: 73). Dengan demikian motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu atau bertindak.

Dalam ilmu psikologi, motif merupakan daya sedangkan motivasi adalah proses, motif adalah kebutuhan sedangkan motivasi adalah keinginan. Keduanya berbeda namun saling mempengaruhi. Menurut Alex Sobur, motivasi berarti membangkitkan motif, membangkitkan daya gerak, atau menggerakkan seseorang/ diri sendiri untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai suatu kepuasan atau tujuan (Sobur, 2003: 268). Sejumlah riset membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari dorongan kebutuhannya atau motivasi. Diantaranya Hou (2013) dan (Darley et al., 2010) yang menyatakan bahwa motivasi memiliki banyak bentuk, dan telah pula terbukti mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bagaimana mereka memilih cara untuk memenuhi kebutuhan mereka. Motivasi terlahir karena adanya motif.

Mengadopsi pendapat Alfred Schutz untuk memahami motif dan makna tindakan individu, perlu diperhatikan tidak hanya motif tujuan (*in order to motive*), tetapi juga motif alasan (*because motive*) yang mendasarinya sebelum sampai pada motif tujuan. Motif tujuan berorientasi terhadap masa depan dan digambarkan sebagai; maksud, tujuan, harapan, minat dan seterusnya, sedangkan motif alasan berorientasi kepada masa lalu (Farid, 2018: 120). Dalam bukunya yang berjudul *The Phenomenology of Social World*, ternyata Schutz membedakan antara tindakan (*action*) dan perilaku (*behavior*). Baginya tindakan (*action*) merupakan suatu eksekusi atas perbuatan yang terproyeksi (*a projected act*). Sedangkan perilaku (*behavior*)

dianggap sebagai aktivitas dimana ego tidak berefleksi, yang harus dibedakan dengan tindakan (Supraja, 2012: 88). Jadi makna tindakan selalu terkait dengan suatu tindakan yang terproyeksi.

Tindakan nasabah muslim dalam memilih lembaga perbankan adalah tindakan subyektif yang didasarkan pada motif tertentu. Motif timbul karena adanya kebutuhan. Kebutuhan dapat dilihat sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ini menuntut segera pemenuhannya, untuk mendapatkan keseimbangan. Dalam ilmu ekonomi, kekurangan atau kelangkaan ini dikenal dengan istilah *scarcity* yang mempunyai dua makna, yaitu: *pertama*, terbatas dalam arti tidak cukup dibandingkan dengan banyaknya kebutuhan manusia. *Kedua* yaitu terbatas dalam arti manusia harus melakukan pengorbanan untuk memperolehnya. Intinya adalah bahwa seseorang itu pasti memiliki kebutuhan atau keinginan yang tidak terbatas sedangkan kebutuhan sumber daya yang dimiliki terbatas sehingga menyebabkan setiap orang harus memilih di antara pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai kepuasan maksimum. Situasi kekurangan inilah yang dalam tulisan ini menjadi salah satu motif alasan (*because motive*) bagi nasabah untuk menggunakan jasa lembaga perbankan.

Daniar (2012) menjelaskan keputusan memilih bank dipengaruhi oleh banyak faktor, tidak hanya pada kecenderungan pragmatis saja, melainkan bisa juga dipengaruhi oleh keluarga, kelompok referensi dan kualitas produk yang ditawarkan. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa motif nasabah muslim memilih produk bank konvensional ditujukan untuk mendukung tujuan mereka mendapatkan kebutuhan kebendaan (kendaraan, rumah) dan kemudahan bertransaksi dengan pihak ketiga, dengan alasan yang beragam. Sebagian informan terpaksa memilih bank konvensional untuk memenuhi kebutuhannya yang hanya ada di bank konvensional, namun keterpaksaan tersebut didasarkan pada persepsi terhadap *value* bank konvensional yang sifatnya subyektif, yaitu persepsi mengenai bunga bank sama dengan riba, dengan kata lain ketika persepsi terhadap *value* mengalami perubahan, maka “keterpaksaan” tersebut akan ikut mengalami perubahan.

Rivai et al. (2007) menyatakan meskipun terdapat berbagai faktor non-ekonomis yang sangat berpengaruh terhadap interaksi masyarakat dengan dunia perbankan, namun dalam keputusan memilih jasa perbankan tetap saja pertimbangan rasional (*rational choice*) sangat menentukan. Dalam penelitiannya juga disebutkan betapa pentingnya mengutamakan kualitas pelayanan serta *benefit* lainnya yang ditawarkan daripada hanya dengan melakukan pendekatan emosional.

Faktor Penentu Keputusan

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen (Kotler & Keller, 2009: 234). Secara umum, proses pengambilan keputusan ekonomi setiap konsumen adalah melalui proses berfikir, bersikap dan bertindak secara rasional. Sehingga keputusan berdasarkan teorinya merupakan pendekatan analitik untuk memilih alternatif terbaik atau cara terbaik untuk bertindak.

Keputusan seorang nasabah merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah, disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor-faktor yang

memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah (Sufitrayati & Nailufar, 2018: 6). Sebelum menentukan pilihan bank yang akan digunakan, umumnya nasabah akan melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank, baik bank konvensional ataupun bank syariah. Dari evaluasi dan pemilihan yang digunakan tersebut akan menghasilkan suatu keputusan.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih sistem perbankan diantaranya dilakukan oleh Mariyono (2013) yang menjelaskan bahwa umur, gender dan agama mendorong nasabah untuk memilih bank Syariah sebagai tempat menabung. Sebaliknya, tingkat pendapatan, pekerjaan, dan tingkat pendidikan mendorong nasabah lebih memilih bank konvensional. Selanjutnya, dalam penelitian Sari et al. (2015) menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk menjadi nasabah bank syariah dipengaruhi oleh faktor psikologis, personal, faktor sosial ekonomi dan budaya.

Perbankan Syariah : Realita dan Harapan

Fasa (2013) menyebutkan setidaknya ada beberapa hal yang menjadi penyebab lambannya bank syariah dalam meningkatkan pangsa pasar. *Pertama*, rasionalitas pemeluk Islam dalam berekonomi, dimana pengejaran keuntungan materi tidak terlalu mempertimbangkan persoalan halal haramnya bunga bank yang menurut keputusan fatwa MUI dipersamakan dengan riba. *Kedua*, pemahaman masyarakat akan bank syariah masih sangat rendah. *Ketiga*, belum adanya dukungan bulat dari institusi keagamaan seperti Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah tentang haramnya bunga sebagai riba. *Keempat*, bank syariah di Indonesia, menghadapi tantangan dimana bank beroperasi dalam sistem ekonomi campuran yang kurang di dukung regulasi karena pengawasannya masih menyatu dengan bank konvensional. Sehingga diperlukan strategi pengembangan perbankan syariah dalam menghadapi persaingan perbankan konvensional.

Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah masih berjalan lambat. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan saja tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Perilaku nasabah terhadap produk perbankan dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Struktur dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah sangat menentukan perilaku masyarakat tersebut.

Nevita & Arifin (2015) menyatakan bahwa faktor keagamaan atau persepsi yang hanya didasari oleh alasan keagamaan saja belum tentu mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap keputusan dalam menggunakan suatu jenis jasa perbankan. Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dawami (2020), Butt et al. (2018), Lajuni et al. (2017), Bodibe et al. (2016), Ali et al. (2015), Pepinsky (2010) and Adawiyah (2010) bahwasanya agama bukanlah faktor utama untuk menarik konsumen menggunakan bank Syariah, tetapi ada faktor-faktor penting lainnya dalam memasarkan perbankan Syariah. Dan yang menarik adalah konsumen melakukan sesuatu yang disukai bukan melakukan sesuatu karena kebutuhan akan kewajiban.

Sikap keragu-raguan masyarakat muslim untuk percaya kepada bank syariah menyebabkan mereka memilih sikap untuk “mendua” (setuju dengan fatwa MUI No.1 Tahun 2004 tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*) namun dalam praktiknya mereka masih menggunakan akun bank

konvensional). Terbukti dengan hasil penelitian Mochlasin (2017) yang menyebutkan bahwa variabel pengetahuan akan fatwa haramnya bunga bank ternyata tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan menggunakan bank syariah.

Selain itu, hasil penelitian Cahyani et al. (2013) menunjukkan bahwa faktor persepsi bunga bank terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah Kota Semarang hanya berkisar 13,2% dan 86,8% dijelaskan oleh faktor lain. Artinya, sudah menjadi pemahaman umum bagi masyarakat muslim bahwa fatwa haram bunga bank tidak berlaku mengikat pada setiap muslim dan hanya sebatas anjuran bukan sebagai sebuah keharusan. Selanjutnya disebutkan dalam penelitian Aisyah (2018) and Iswana (2016) bahwa nasabah masih belum cukup puas dengan layanan bank syariah dan masih meragukan profesionalisme perbankan syariah. Dengan demikian, secara teoritis perbankan syariah telah memberikan kemaslahatan kepada masyarakat. Namun pada kenyataannya, banyak produk Bank Syariah yang tidak mampu mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan proses pelayanan lebih ribet dan terkesan menyulitkan nasabah.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode yang berparadigma deskriptif-kualitatif, karena untuk memahami fenomena secara menyeluruh. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Dengan pendekatan fenomenologi ini peneliti berupaya untuk memahami dan mengungkap fenomena yang muncul. Adapun data yang dikumpulkan dapat berupa data primer maupun data sekunder. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan 9 (sembilan) nasabah kota Yogyakarta yang memiliki a) akun bank konvensional, b) akun bank konvensional dan akun bank syariah, dengan latar belakang agama mereka adalah Islam. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, jurnal, dokumen, atau data lain yang berhubungan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: wawancara dan observasi.

Pengolahan data dilakukan secara kualitatif dengan mengandalkan analisis dan interpretasi untuk kemudian dideskripsikan dengan memakai perspektif atau kerangka teoritik tertentu. Dengan mengasumsikan "adanya pragmatisme ekonomi nasabah muslim dalam keputusan memilih bank" sebagai sebuah hipotesis awal, maka pengolahan data yang dimaksud akan dilakukan dengan pragmatis ekonomi sebagai kerangka teoritis pendekatan.

Hasil dan Pembahasan

Pragmatis Ekonomi Nasabah Muslim

Hasil wawancara menyatakan bahwa masih banyaknya masyarakat kota Yogyakarta yang menjadi nasabah bank konvensional meskipun ada diantara mereka yang juga memiliki akun bank syariah. Bagi nasabah yang memiliki dua akun tersebut (bank konvensional dan bank syariah), ternyata pada tataran praktiknya mereka lebih sering menggunakan akun bank konvensional dalam transaksi keuangannya disebabkan beberapa hal. *Pertama*, kemampuan bank konvensional bekerja lebih efektif dalam mengakomodir kebutuhan masyarakat. Dipertegas dengan pernyataan SS dan RN bahwa produk yang ditawarkan lebih variatif sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Selain itu, kehadiran bank konvensional yang lebih dulu dibanding bank syariah, menjadikan reputasi bank konvensional lebih baik dan kondisi permodalan yang lebih kuat.

Kedua, IT di bank konvensional lebih baik dibanding bank syariah. Hal ini didukung argument CS bahwa akses mesin ATM (*automatic teller machine*) bank konvensional lebih mudah ditemukan dan jaringan internetnya lebih stabil. *Ketiga*, penerapan pelayanan yang berkualitas (*service excellence*) pada bank konvensional yakni pelayanan yang cepat dan tidak ribet terutama dalam hal kredit. Diperkuat dengan pendapat EF bahwa proses pengajuan pinjaman dari bank konvensional lebih mudah dibanding bank syariah, terutama dari segi efisiensi waktu pengajuan dan pencairan dana.

Keempat, tingkat keuntungan yang ditawarkan bank konvensional lebih tinggi dibanding bank syariah. Sebagaimana dijelaskan TH bahwa sejauh mana bank dapat menawarkan tingkat pengembalian yang lebih kecil untuk pinjaman dan tingkat pengembalian yang lebih besar untuk simpanan, maka itulah yang cenderung memengaruhi nasabah dalam memilih bank. Hal ini dapat terjadi karena nasabah berfikir lebih rasional dan emosional dalam berekonomi, dimana pengejaran keuntungan materi tidak terlalu mempertimbangkan persoalan halal haramnya bunga bank. Diperkuat dengan pengakuan ED yang menyatakan bahwa beberapa bank syariah tidak hanya menentukan nisbah yang ditetapkan sebelumnya, tapi nilainya bahkan bisa lebih tinggi dari bunga pinjaman konvensional. Hal tersebut terjadi setelah adanya berbagai biaya dan *fee* tambahan. Sehingga menurutnya pengajuan kredit di bank konvensional lebih menguntungkan bagi nasabah.

Berdasarkan pernyataan di atas, jelaslah bahwa keempat hal tersebut merupakan karakteristik pragmatisme yakni kemampuan untuk dapat diterapkan dalam praktik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dari prinsip ini yang pada akhirnya menentukan kebenaran dari suatu pernyataan, tindakan dan penilaian (Honderich, 2005 : 709). Fakta ~~dilapangan~~ menemukan bahwa hanya nasabah peminjam (nasabah debitur) yang lebih cenderung pragmatis dalam memilih bank. Mereka lebih mengedepankan kepraktisan dalam arti kegunaan atau kemanfaatan. Pola pragmatisme ini muncul ketika bank konvensional mampu memberikan kecepatan pelayanan pencairan dana sehingga nasabah bisa segera menggunakannya untuk pemenuhan kebutuhannya. Hal ini bisa menjadi sebuah rujukan perbaikan bagi perbankan syariah untuk lebih praktis dan bermanfaat bagi masyarakat, terlebih dalam hal pinjaman.

Dengan demikian, semakin besar nilai guna dan manfaatnya maka semakin besar pula derajat validitasnya. Begitu pula keputusan nasabah muslim kota Yogyakarta yang cenderung pragmatistis dalam memilih bank yaitu bank mana yang mereka anggap patut dan layak, diukur berdasarkan harga, kemudahan, keuntungan dan kehandalan dari produk yang mereka dapatkan. Hal ini dilatarbelakangi oleh karakter masyarakat yang lebih akomodatif dan falsafah hidup mereka yang luwes (toleransi) sehingga dalam berekonomi pun juga toleransi. Wujud sikap pragmatistis ini dipengaruhi oleh faktor internal (kurangnya literasi yang dilatarbelakangi kurangnya perhatian akan informasi yang dimaknai sebagai keterbatasan kognisi) dan faktor eksternal (reputasi/kredibilitas dan pelayanan Bank Konvensional). Ukuran sederhana pragmatistis yang menurut mereka rasional adalah dilihat dari sisi keuntungan, kemanfaatan dan kepraktisan.

Motif Nasabah dalam Memilih Bank

Berdasarkan hasil wawancara, mereka menjadi nasabah bank pada dasarnya didorong oleh motif untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan menyimpan dan meminjam uang. Hal ini sesuai dengan pernyataan HR bahwa motif untuk memenuhi kebutuhan menyimpan uang di bank, dikarenakan untuk berjaga-jaga, bertransaksi dan investasi. Untuk memenuhi motif

Commented [SH4]: di--dipisah

tersebut, maka bank menawarkan produk yang sesuai yaitu; Tabungan yang dapat diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan berjaga-jaga, Giro untuk memenuhi kebutuhan bertransaksi dan Deposito (tabungan berjangka) adalah untuk memenuhi kebutuhan berinvestasi. Di antara ketiga produk simpanan tersebut, mayoritas mereka memiliki produk Tabungan yang digunakan untuk tujuan kemudahan transaksi dengan pihak ketiga seperti pembayaran gaji, pembayaran pembelian barang dan untuk kebutuhan berjaga-jaga (KR). Sedangkan, produk pinjaman yang banyak digunakan adalah kredit konsumtif, khususnya Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) dan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) meskipun ada juga yang mengajukan kredit produktif, yakni untuk pengembangan usaha.

Bagi nasabah yang memiliki dua akun bank (bank syariah dan bank konvensional), bank konvensional dianggap sebagai tujuan pengganti atau tujuan sementara saja karena tujuan utama sulit diperoleh. Sejatinya mereka menginginkan produk yang berasal dari Bank Syariah, namun karena alasan adanya ketergantungan dengan pihak ketiga atau produk bank syariah masih belum sesuai dengan kebutuhannya, maka nasabah akhirnya memilih bank konvensional sebagai tujuan pengganti (MZ & RH). Ketidakconsistenan tersebut dapat juga karena motif ekonomi dan pelayanan lebih kuat dibandingkan dengan motif religi. Hal ini menjadi sebuah evaluasi bagi bank syariah untuk lebih praktis dan bermanfaat bagi masyarakat dengan inovasi pengembangan produk serta layanan yang kompetitif dan berbasis kebutuhan masyarakat. Pengembangan produk keuangan syariah tidak boleh sekedar mengimitasi produk keuangan konvensional. Lembaga keuangan syariah harus menciptakan produk dan layanan yang khas yang dapat memenuhi kebutuhan nyata masyarakat. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat muslim di Indonesia lebih mengedepankan aspek layanan dan kemudahan dibandingkan aspek syariah.

Realitas pilihan nasabah ini memunculkan dua konsep yaitu *because motive* (motif alasan) serta *in order to motive* (motif tujuan) dalam tindakannya. Dengan demikian bisa diambil kesimpulan bahwa persoalan pokok yang diterangkan oleh Schutz adalah melihat bahwa motif adalah sebuah konteks dari makna yang menghubungkan motivasi dengan apa yang dimotivasi. Motif seseorang menjadi nasabah perbankan guna pemenuhan kebutuhan mereka baik yang sifatnya konsumtif ataupun yang sifatnya produktif inilah yang disebut sebagai motif tujuan (*in order to motive*) karena berorientasi ke masa depan seperti memiliki kendaraan, rumah atau pengembangan usaha. Adapun alasan pragmatisme ekonomi sebagaimana yang telah disinggung sebelumnya seperti kemudahan mendapatkan pelayanan, kemudahan lokasi atau karena sudah memiliki akun di bank konvensional yang terkait dengan pembayaran gaji, dapat dikategorikan sebagai motif alasan (*because motive*) karena hal ini merupakan titik awal nasabah untuk memilih bank tertentu untuk mendapatkan tujuan berikutnya. Motif alasan inilah yang berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan yang menyebabkan seseorang bertindak (menjadi nasabah bank konvensional) untuk memenuhi kebutuhan demi tercapainya suatu keseimbangan yang juga disebut motif tujuan (*in order to motive*).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa nasabah muslim kota Yogyakarta cenderung bersikap pragmatis dalam memilih bank, artinya bank mana yang mereka anggap patut dan layak, diukur berdasarkan harga, kemudahan, keuntungan dan kehandalan dari produk yang mereka dapatkan. Selain itu, sikap pragmatis mereka juga dilatarbelakangi oleh karakter masyarakat yang bersifat lebih akomodatif dan falsafah hidup

Commented [SH5]: di---dipisah

Commented [SH6]: Sampai pada poin ini belum terlihat adanya metode observasi pada tulisan ini. Apakah juga dapat disimpulkan dari hasil wawancara dan observasi, bahwa menggunakan/ memilih bank konvensional belum menjadi bagian dari penerapan ajaran agama (Islam) sehingga nasabah masih memahami sebagai kepraktisan dalam memilih bank.

mereka yang luwes (toleransi) sehingga dalam berekonomi pun juga toleransi. Sikap pragmatis ini dipengaruhi oleh faktor internal (kurangnya literasi yang dilatarbelakangi kurangnya perhaian akan informasi yang dimaknai sebagai keterbatasan kognisi) dan faktor eksternal (reputasi/kredibilitas dan pelayanan Bank Konvensional).

Selanjutnya mengadopsi dari teori motif Alfred Schutz bahwa motif nasabah muslim dalam memilih perbankan adalah *because motive* (motif alasan) yakni ketidakkonsistenan mereka dalam memilih yang dominan bersifat pragmatis. (ketidakkonsistenan ini disebabkan motif ekonomi dan pelayanan yang lebih kuat dibandingkan dengan motif religi). Adapun yang menjadi *in order to motive* (motif tujuan) nasabah muslim kota Yogyakarta adalah terpenuhinya kebutuhan mereka.

Dari penelitian ini, disarankan perlunya *rethinking* terhadap konsep sistem Bank Syariah, baik dari perbaikan Sumber Daya Manusia dan menciptakan standard baku dalam aplikasi produk-produk syariah berikut ketentuannya, untuk menghindari potensi menyimpang dari apa yang telah ditetapkan secara syariah pada aplikasi di lapangan. Sehingga diharapkan kedepannya mampu tercipta sistem Bank Syariah yang kompetitif dan efisien (mampu bersaing secara global) dan terealisasinya kemanfaatan bagi masyarakat luas (terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan syariah yg *kaffah* di seluruh Indonesia dan meningkatkan proporsi pembiayaan bagi hasil).

Daftar Pustaka

- Adawiyah, W. R. (2010). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 11, No. 2: 191–201.
- Aisyah, M. (2018). Islamic Bank Service Quality. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, Vol. 10, No. 2: 367–388.
- Ali, M., Raza, S. A., & Puah, C.-H. (2015). Factors affecting intenzion to use Islamic personal financing in Pakistan : Evidence from the modified TRA model . *Munich Personal RePEc Archive*, 66023: 1–27.
- Bank Indonesia. (2019). *Laporan Perekonomian Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta : Permintaan Domestik Menguat, Pertumbuhan Ekonomi DIY Melesat*. <http://www.bi.go.id>
- Bodibe, S., Chilya, N., & Tarisayi, C. (2016). The factors affecting customers ' decisions to adopt Islamic banking. *Banks and Bank Systems*, Vol. 11, No. 4: 144–151.
- Butt, I., Ahmad, N., & Ahmed, Z. (2018). *Determinants of low adoption of Islamic banking in Pakistan*. Vol. 9, No. 3: 655–672.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *ESENSI : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 6, No. 2: 151–162.
- Daniar, A. (2012). Persepsi dan Motif Menjadi Nasabah Bank Konvensional Bagi Nasabah Muslim. *Motif*, 1–14.
http://repository.unpad.ac.id/12559/1/pustaka_unpad_Motif_nasabah_Islam-Agus-Daniar.pdf
- Darley, W. K., Blankson, C., & Luethge, D. J. (2010). Toward an integrated framework for online consumer behavior and decision making process: A review. *Psychology and Marketing*, Vol. 27, No. 2: 94–116.

Commented [SH7]: Kalau sudah ada uraian tentang pemahaman masyarakat yogy bahwa menggunakan bank Syariah bukan merupakan bagian dari ajaran agama (Islam) tetapi masih sebatas kepraktisan dan kemudahan.

- Dawami, Q. (2020). Factors Influencing The Preference Of Customers Towards Islamic Banking : Evidence From Malaysia. *Journal of Islamic Economic Laws*, Vol. 3, No. 1: 48–67.
- Farid, M. (2018). *Fenomenologi: Dalam Penelitian Ilmu Sosial*. PrenadaMediaGroup.
- Fasa, M. I. (2013). Tantangan Dan Strategi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal EKONOMI ISLAM*, Vol. 2, No.1: 19–40.
- Honderich, T. (2005). *The Oxford companion to philosophy* (T. Honderich (ed.); 2nd ed.). Oxford University Press.
- Hou, C.-I. (2013). Study On Decision-Making for Cafe Management Alternatives. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, Vol. 5, No. 6: 67–75.
- Iswana, Z. (2016). Bank Syariah Antara Realita dan Harapan Masyarakat Muslim. *Hukum Islam*, Vol. 16, No. 2: 170–181.
- Karim, A. A. (2010). *BANK ISLAM : Analisis Fiqih dan Keuangan (Ke-4)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Keraf, S. (1987). *Pragmatisme menurut William James* (1st ed.). Kanisius.
- Knight, G. R. (2008). *Issues and Alternatives in Educational Philosophy* (4th ed.). Andrews University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Lajuni, N., Wong, W., Ming, P., Yacob, Y., Ting, H., & Jausin, A. (2017). International Journal of Economics and Financial Issues Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants. *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 7, No. 1: 329–333.
- Livingston, J. (1997). Pragmatism and the Political Economy of Cultural Revolution, 1850-1940. In *The Journal of American History*. Univ of North Carolina Press.
- Mariyono, J. (2013). Determinants of Customers in Selecting Sharia Banking System for Saving in East Java - Indonesia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura*, Vol. 16, No. 3: 457–472.
- Mochlasin. (2017). *Peran Fatwa Haram Bunga Bank Terhadap Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Muslim Bank Syariah*. UIN Sunan Kalijaga.
- Mudhofir, A. (1996). *Kamus Teori dan Aliran Dalam Filsafat*.
- Mullin, R. (2007). *The Soul of Classical American Philosophy: The Ethical and Spiritual Insights of William James, Josiah Royce, and Charles Sanders Pierce*. State University of New York Press.
- Nevita, A. P., & Arifin, Z. (2015). Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Eks Karisidenan Kediri. *Nusantara of Research Universitas Nusantara PGRI Kediri*, Vol. 02, No. 2: 148–156.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Snapshot Perbankan Syariah Per Juni 2020. In *Snapshot Perbankan Syariah*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Juni-2020.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Statistik Perbankan Syariah per Mei 2020*. <https://doi.org/Diunduh pada tanggal 28 Juli 2020>
- Pepinsky, T. B. (2010). The Demand for Islamic Banking: Piety, Class, and Global Identity. *International Political Economy Society*, 1–39.
- Rasyid, A., & Ismail, N. (2020). Filosofi Perbankan Syariah : Antara Idealisme dan Prgamatisme. *TAZKIA : Islamic Finance & Business Review*, Vol. 14, No. 1: 51–64.
- Rivai, H. A., Lukviarman, N., Syafrizal, Lukman, S., Andrianus, F., & Masrizal. (2007). Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank konvensional. In *Center for Banking Research Andalas University*.
- Russell, B. (2007). Professor Dewey's "Essays in Experimental Logic" (1919). In D. M. Hester

- & R. B. Talisse (Eds.), *Essays in Experimental Logic : John Dewey* (p. 303). Southern Illinois University Press (SIU Press).
- Sardiman. (2018). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Rajagrafindo Persada (Rajawali Pers).
- Sari, I. M., Wibowo, H., & Suprpto, E. (2015). Factors that Influenced People to Become Islamic Bank Customer: A Study on Kencana Villagers. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, Vol. 7, No. 1: 73–86.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Pustaka Setia.
- Sufitrayati, & Nailufar, F. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh. *Ihtiyath*, Vol. 2, No. 1: 1–22.
- Supraja, M. (2012). Alfred Schutz : Rekonstruksi Teori Tindakan Max Weber. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 1, No. 2: 81–90.
- Syafi'i, I. (2012). The Progress of Science (Kajian Filsafat Pragmatisme Charles S. Pierce). In M. A. Mu'ammam & A. W. Hasan (Eds.), *Studi Islam : Perspektif Insider/Outsider* (p. 554). IRCiSoD.
- Trinarso, A. P., Ryadi, A., Widyawan, A., Adinda, A. J., & Aribowo. (2015). *Meninjau Ulang dan Menyikapi Pragmatisme Dewasa Ini Penulis* (A. J. Adinda & E. Prasetyono (eds.)). Fakultas Filsafat Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Wasitohadi, W. (2012). Pragmatisme, Humanisme dan Implikasinya Bagi Dunia Pendidikan Di Indonesia. *Satya Widya*, Vol. 28, No. 2: 175–190.
- Witjaksono, M. (2016). Analisis Kritis dan Pragmatis Caring Economics sebagai Paradigma baru Kajian Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, Vol. 8, No. 2: 217–244.
- Yasin, M. N. (2017). Pragmatisme Perbankan Syariah Dalam Penyelesaian Eksekusi Objek Hak Tanggungan : Studi Putusan Nomor 116/Pdt.Plw/2015/PN.Kpn. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, Vol. 12, No.1: 42–66.