

Strategi Pemasaran Bank Syari'ah Melalui Pengangkatan Kiai sebagai Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) di Madura

Rudy Haryanto

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pamekasan
e-mail: rudyharyanto76@yahoo.co.id

Abstrak

Madura, yang merupakan wilayah yang mayoritas berpenduduk Muslim, tentunya sangat kental dengan budaya dan tradisi keislaman. Masyarakat Madura juga sangat taat pada syari'at Islam dan kiai. Karenanya, studi ini mengungkap tentang persepsi masyarakat Madura terhadap perbankan syari'ah dan bagaimana peran kiai anggota DPS sebagai *public relation* bagi perbankan syari'ah di Madura. Studi ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus di dua kabupaten di Madura, yaitu Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep. Hasil studi ini menunjukkan bahwa masyarakat Madura memandang bahwa bank syari'ah sama dengan bank konvensional. Perbedaannya hanya pada kosa kata belaka dan penggantian bunga diganti dengan sistem bagi hasil. Karenanya, diperlukan keberadaan kiai sebagai anggota DPS. Kiai di Madura yang menjadi anggota DPS juga menjadi *public relation* perbankan syari'ah yang sangat berpengaruh di kalangan masyarakat Madura. Dalam hal ini, masyarakat Madura memberikan simpati kepada kiai.

Kata Kunci:

Kiai, bank syari'ah, DPS, *public relation*, bagi hasil

Abstract:

Madura, which is a region that is predominantly Muslim, of course, very steeped in culture and tradition of Islam. Madurese community is also very diligent in shari'a and kiai. Therefore, this study reveals about the perceptions of Madurese community on the shari'a banking and how is the role of kiais who are DPS members as public relations for the shari'a banking in Madura. This study was conducted by using a qualitative method with a case study in two regencies in Madura, namely Pamekasan Regency and Sumenep Regency. This study shows that the Madurese community perceive that the shari'a bank same with the conventional bank. The difference is only in the mere vocabulary and replacing interest system by sharing system. Therefore, it is needed the existence of kiai as DPS. Kiai in

Madura who are members of DPS also be public relations for shari'a banking. They are very influential in the Madurese community. In this case, the Madurese give a sympathy to kiai.

Keywords:

Kiai, shari'a bank, DPS, public relation, sharing system

Pendahuluan

Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya di dunia ekonomi dewasa ini adalah kegiatan usaha lembaga keuangan perbankan. Fungsi perbankan sebagai lembaga intermediasi sangat berperan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Selain itu, perbankan berperan sebagai penunjang dari keputusan bisnis yang merupakan kebutuhan dari masyarakat untuk melakukan suatu aktifitas perekonomian.

Iklim usaha yang semakin menantang, dalam dunia industri perbankan mendorong manajemen perbankan untuk dapat menjawab tantangan pasar dan memanfaatkan peluang pasar dalam struktur persaingan di masa kini maupun di masa mendatang. Kemampuan perusahaan dalam menangani masalah pemasaran sekaligus mencari dan menemukan peluang-peluang pasar akan memengaruhi kelangsungan hidup perbankan dalam persaingan tersebut. Dalam keadaan ini, pihak perbankan ditantang untuk lebih berperan aktif dalam mendistribusikan dan memperkenalkan produknya agar dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syari'ah.

Peran aktif pihak perbankan dalam mendistribusikan dan memperkenalkan produknya juga berlaku di Madura. Mayoritas masyarakat Madura adalah Muslim, sehingga perilakunya menampakkan

ketaatan kepada ajaran normatif agama Islam. Ketaatan masyarakat Madura kepada ajaran agama Islam telah dikenal luas oleh masyarakatnya sendiri maupun masyarakat luar Madura. Sehingga tidak salah apabila perilaku dalam merealisasikan kehidupan sosial masyarakatnya selalu berpegang dan berdasarkan pada tradisi ajaran agama Islam, yang hal ini merupakan bentuk ketaatan kepada agamanya.

Dalam perwujudannya, keberagaman masyarakat Madura tampak dalam bentuk kearifan lokalnya, di mana Islam merupakan dasar dan acuan dalam membentuk konsepsi tentang realitas yang mengakomodasi kenyataan sosio-kultural masyarakat Madura secara umum. Ajaran Islam yang dianut dan ditaati menjadi inspirasi yang mendasari segala perilakunya, sehingga tradisi Islam sangat tampak dalam segala aktifitas kehidupannya. Kenyataan yang demikian salah satunya tampak pada konsepsi yang teraktualisasi dalam transaksi di perbankan.

Dalam dunia perbankan dewasa ini terjadi persaingan bisnis uang ketat. Demikian juga pada sektor perbankan syari'ah. Mereka saling memengaruhi masyarakat agar menggunakan jasa perbankan mereka. Figur yang memiliki pengaruh cukup kuat dalam menggerakkan masyarakat, khususnya dalam hal menjalankan syariat Islam, adalah kiai. Sebutan kiai dalam suatu komunitas mengacu pada konsep masyarakat ber-

dasarkan kriteria yang masing-masing daerah berbeda. Menurut Bisri, kiai adalah istilah budaya yang bermula dari Jawa.¹ Orang Jawa biasa menyebut kiai untuk siapa atau apa saja yang mereka puja dan mereka hormati. Bagi orang Jawa, orang yang disebut kiai semula adalah mereka yang dipuja dan dihormati masyarakat karena ilmunya, juga jasa dan rasa kasih sayang mereka kepada masyarakat. Dulu, kiai yang umumnya tinggal di desa benar-benar menjadi kawan masyarakat menjadi tumpuan, tempat bertanya, dan meminta jasa pertolongan. Sebaliknya, kiai yang dipuja dan dihormati masyarakat itu memang mencintai masyarakat dan mewakafkan dirinya untuk mereka. Kiai yang termasuk ke dalam golongan yang *yanzhurûna ilâ alummah bi 'ayn al-rahmah* (melihat umat dengan mata kasih sayang), memberikan pelajaran kepada yang bodoh, membantu yang lemah, menghibur yang menderita, dan seterusnya. Kompleks pesantren yang umumnya seratus persen dibangun kiai adalah bukti perjuangan dan pengabdian kiai kepada masyarakat.

Lebih lanjut, dikatakan bahwa dalam perkembangannya timbul pengertian kiai yang tidak hanya produk masyarakat, tetapi juga ada kiai produk pemerintah, produk pers, dan sebagainya. Kini ada kiai yang spesialisasinya pada urusan ritual saja atau urusan sosial saja. Kiai yang dimaksud dalam penelitian ini bukan hanya kiai yang berada di pesantren. Dalam realitas di masyarakat, istilah kiai lebih bersifat umum, yakni personal yang memiliki kedalaman ilmu agama Islam

sekaligus kemampuan memimpin dalam pelaksanaan berbagai ritual agama Islam.

Hasil penelitian Dirdjasanyata menyebutkan di masyarakat juga di-kenal istilah kiai langgar, yakni tokoh masyarakat yang dipandang mumpuni dalam bidang pengetahuan dan pengamalan keagamaan yang umumnya menjadi imam di surau atau langgar, dan sekaligus mengajar mengaji pada masyarakat sekitarnya. Kiai yang identik dengan para da'i dan mubaligh aktif membina dalam masalah keagamaan maupun kemasyarakatan. Selain da'i dan mubaligh, di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) juga terdapat kiai pondok, karena di DIY terdapat pondok pesantren dengan corak yang berbeda, yaitu *salaf*, *khalaf*, dan lainnya.²

Di masyarakat, kiai menduduki peran *top leader* yang memiliki wewenang besar dalam aspek kehidupan. Hal ini, karena secara tradisi masyarakat mengaitkan dirinya dengan etos spiritual atau mistik, di mana setiap aspek kehidupan orang Jawa senantiasa memiliki makna batin/rasa yang bersifat spiritual. Peran inilah yang membangun pola hubungan antara kiai dan masyarakat bersifat paternalistik. Kiai dipandang sebagai seorang yang memiliki daya "*linuwih*", terutama dalam persoalan agama atau spiritual. Pada umumnya, mereka merupakan pembuat keputusan yang efektif dalam sistem kehidupan sosial orang Jawa, tidak hanya dalam kehidupan beragama tetapi dalam soal-soal politik.³

² Pradjarta Dirdjasanyata, *Memelihara Umat, Kiai Pesantren, Kiai Langgar di Jawa* (Yogyakarta: LKiS, 1999).

³ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kiai* (Jakarta: LP3ES, 1994), 56.

¹ Mustofa Bisri, *Membuka Pintu Langit* (Jakarta: Kompas, 2008), 2021.

Dengan demikian, kedudukan kiai tidak hanya bersifat agama *an sich* melainkan juga memiliki peran menawarkan kepada masyarakat hal-hal yang berkaitan dengan agenda perubahan sosial keagamaan, baik menyangkut masalah interpretasi agama, cara hidup berdasarkan rujukan agama, memberi bukti konkrit agenda perubahan sosial, melakukan pendampingan ekonomi, maupun menuntun perilaku keagamaan masyarakat.⁴ Peran-peran semacam inilah yang memiliki nilai signifikan dengan tujuan pembangunan masyarakat.

Fenomena tersebut mengindikasikan telah terjadi perubahan peran kiai dalam masyarakat. Kiai bukan hanya sekedar pengajar *ngaji* (membaca al-Qur'an dan mengajarkan agama kepada para santri), tetapi peran kiai menjangkau ranah kehidupan dalam masyarakat dan berperan dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan serta ikut serta mewujudkan ketentraman dalam hubungan sesama dan antarumat beragama, bahkan kiai dewasa ini ikut serta memberikan masukan dan kritik terhadap jalannya pemerintahan, tanpa meninggalkan perannya sebagai pendakwah.⁵

Kiai dapat menggunakan semua media untuk pesan dakwahnya, seperti televisi dakwah, radio dakwah, media cetak berbasis keislaman atau pun lewat jejaring sosial. Karena untuk mencapai keberhasilan dakwah, dakwah tidak hanya dilakukan sambil lalu saja, melainkan dilakukan secara kontinyu dan meru-

jakan pancaran sinar keimanan yang dimiliki kiai. Selain itu, kiai merupakan elemen yang paling esensial dari suatu pesantrendan entitas masyarakatnya. Ia merupakan figur yang selalu mengikuti pertumbuhan dan perkembangan zaman, di mana kemampuan pribadinya mampu melakukan percepatan pertumbuhan atau mungkin memperlambat pertumbuhan pesantrennya. Kiai juga merupakan *public relations* bagi umat Muslim, karena ia memiliki posisi yang sangat penting dalam masyarakat, sehingga citra dan kepercayaan masyarakat kepada kiai akan memengaruhi kemajuan atau kemunduran entitas masyarakat yang dinaunginya.

Karenanya, studi ini mengungkap tentang persepsi masyarakat Madura terhadap perbankan syari'ah dan bagaimana peran kiai anggota DPS sebagai *public relation* bagi perbankan syari'ah di Madura.

Masyarakat Madura: Kepatuhan kepada Syariat Islam dan Kiai

Madura adalah wilayah kepulauan yang berpenghuni mayoritas Muslim. Masyarakat Madura dikenal sebagai sosok bekerja keras dan sangat mencintai agamanya (Islam).⁶ Kecintaan terhadap agamanya membuat ketaatan⁷ masyarakat Madura terhadap ajaran Islam sangat mewarnai dalam realitas kehidupannya. Hal inilah yang membuat kekhasan tradisi di mana masyarakat

⁶ A. Sulaiman Shadik, et. al., *Kearifan Lokal Madura: Pesan-Pesan Mulia dari Leluhur* (Surabaya: Bidang PNFI Nilai Budaya Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur, 2010), 9.

⁷ Dalam Bahasa Indonesia ketaatan bermakna kepa-tuhan/kesetian/kesalehan seseorang terhadap suatu aturan/ajaran. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI., *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 880.

⁴ Achmad Patoni, *Peran Kiai Pesantren dalam Partai Politik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 24.

⁵ Marmiati Mawardi, "Persepsi Masyarakat terhadap Peran Kiai di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Analisa* 20, no. 2 (2013): 133-143.

Madura menampakkan ciri khas keberislamannya dalam interaksi kehidupan sosialnya.

Dalam perwujudannya, keberagaman etnisitas komunal itu ternyata menampakkan diri dalam bentuk *local tradition* di mana Islam sebagai *great tradition* (ajaran dan praksis normatif) membentuk konsepsi tentang realitas yang mengakomodasi kenyataan sosio-kultural masyarakatnya atau komunitas yang dibentuknya itu.⁸ Melekatnya ajaran Islam ke dalam tradisi sosial budaya masyarakat Madura menjadikan ajaran Islam sebagai “darah” pada setiap segi kehidupannya yang selalu terus mengalir sepanjang hidupnya. Kenyataan demikian tampak pada konsepsi yang teraktualisasikan dalam bentuk-bentuk perilaku pada budaya masyarakat Madura. Salah satunya dalam aktifitas transaksi jual beli.

Religiusitas masyarakat Madura telah dikenal luas sebagai bagian dari keberagaman kaum Muslim Indonesia yang berpegang teguh pada ajaran Islam dalam menapaki realitas kehidupan sosial budayanya. Oleh karena itu, pemahaman dan penafsiran atas ajaran Islam normatif pada masyarakat Madura pada perkembangannya berjalan seiring dengan kontekstualitas konkret budayanya yang ternyata sangat dipengaruhi oleh lingkup lokalitas dan *serial* waktu yang membentuknya.⁹

⁸ Azumardi Azra, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam* (Jakarta: Paramadina, 1999), 12, sebagaimana dikutip oleh Taufiqurrahman, “Islam dan Budaya Madura”, diakses pada 27 Juli 2016, <http://www.ditperta.net>

⁹ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago: The University of Chicago Press, 1994), 141, sebagaimana dikutip oleh Taufiqurrahman, “Islam

Bentuk religiusitas masyarakat Madura terhadap agama tertuang dalam ungkapan kata-kata bijak sebagai kearifan lokal yang perlu dikembangkan dan dilestarikan. Di antara ungkapan kata-kata bijak tersebut adalah: “*Bing-rambinganna Qur’an*” (pecahan al-Qur’an), “*mangghu’ ka karsana Alla*” (tunduk pada kehendak Allah), “*abhântal sahadât, asapo’ iman, apajung Allah*” (berbantal dua kalimah sahadat, berselimut iman, berpayung Allah). Sosok ideal masyarakat Madura adalah sosok yang berpegang teguh pada ajaran Islam. Jika berangkat tidur selalu mengucapkan dua kalimat syahadat, berdzikir, dan menebalkan keimanan, yaitu iman kepada Allah, malaikat, Rasul, Kitab, dan yakin kepada takdir buruk dan baik yang datangnya dari Allah.

Bhuppa’, bhabhu, ghuru, rato (ayah, ibu, guru, raja atau pemerintah). Ungkapan tersebut bermaksud menjustifikasi ketaatan, ketundukan, dan kepasrahan dan penghormatan mereka secara hierarkis kepada empat figur utama dalam berkehidupan, lebih-lebih dalam masalah keberagaman.¹⁰

Begitu religiusnya terhadap ketaatan agama ada ungkapan bagi masyarakat Madura yang melanggar ajaran agama. Ungkapan pelanggaran masyarakat Madura terhadap ajaran agama, aturan hukum yang berlaku dijustifikasi dalam peribahasa *ta’ noro’ sarè’at* (tidak mengikuti

dan Budaya Madura”, diakses pada 27 Juli 2016, <http://www.ditperta.net>

¹⁰ Moh. Hefni, “*Bhuppa’ Bhâbhu’ Ghuru Rato: Studi Konstruktivisme-Strukturalis tentang Hierarki Kepatuhan dalam Budaya Masyarakat Madura*”, *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman* 11, no. 1 (2007): 12-20, diakses pada 12 Agustus 2016, <http://ejournal.stainpamekasan.ac.id/index.php/karsa/article/view/144>

syariat), dan *ta' anabbhi* (tidak bernabi, sehingga tidak tahu ajaran agama).

Keyakinan dan pegangan hidup masyarakat Madura dalam meniti kehidupan ini bertujuan untuk mencapai kebaikan dan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Masyarakat Madura selalu menunjukkan ketaatan kepada agamanya, ketakwaan untuk mengikuti semua perintah Allah dan menjauhi segala laranganNya.¹¹ Dengan demikian, mereka akan menjadi *orèng sokkla* (orang mur-ni suci dan bermoral luhur sesuai dengan tuntunan agama). Dengan perkataan lain, mereka berkeagamaan, karena berlaku utama dan tidak mau mendekati kemaksiatan sesuai dengan pembawaan alaminya.

Citra tentang kepatuhan, ketaatan, atau kefanatikan masyarakat Madura pada agama Islam yang dianutnya sudah lama terbentuk. Secara harfiah, mereka memang sangat patuh menjalankan syariat agama Islam termasuk di dalamnya aktifitas jual beli, sehingga secara keseluruhan ajaran Islam sangat pekat mewarnai kebudayaan dan peradaban Madura.¹²

Hal tersebut berimplikasi pada perilaku keseharian masyarakat Madura yang selalu mengacu kepada petunjuk atau instruksi dari ulama atau kiai yang menjadi penutannya. Tidak menutup kemungkinan bank syari'ah yang dilegitimasi oleh kiai akan mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang dirancang secara

¹¹ Shadik, et. al., *Kearifan Lokal Madura*, 233.

¹² *Ibid.*, 45.

luwes, sebagaimana dinyatakan oleh Lincoln dan Guba.¹³ Sedangkan jenis penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep. Subyek penelitiannya adalah masyarakat dan anggota DPS (kiai dan nyai) di dua kabupaten tersebut dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan cara yang dikemukakan oleh S. Nasution, yakni (1) reduksi data, yaitu menyerdehanakan data ke dalam konsep, klasifikasi dan ciri-ciri yang melekat pada dirinya, (2) sajian data, yaitu proses uraian data dalam bentuk penjelasan verbal dan (3) pengambilan kesimpulan, yaitu penyimpulan temuan lapangan yang selanjutnya dikonfirmasi dengan teori yang relevan yang nantinya akan menghasilkan temuan teoritis.¹⁴

Persepsi Masyarakat Madura Pada Bank Syari'ah

Bank syari'ah mulai berkembang pada era 90an dengan diawali oleh bank Muamalat, di mana pada saat itu ia telah memberikan warna baru bagi perbankan di Indonesia. Dalam hal ini, Indonesia tergolong lambat mengingat terdapat beberapa negara lain yang telah mengadopsi bank syari'ah menjadi bagian dari perbankan di negaranya. Keterlambatan itu bukanlah menjadi penghalang dari tumbuh kembang perbankan syari'ah di Indonesia umumnya.

Salah satu yang memengaruhi perkembangan dari bank syari'ah adalah me-

¹³ Yvonna S. Lincoln dan Egon G. Guba, *Naturalistic Inquiry* (London-New Delhi: Sage Publication Inc., 1985), 41.

¹⁴ S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif* (Bandung: Tarsito, 1992), 128-130.

lalui peningkatan strategi pelayanan ke nasabah atau pun calon nasabah. Strategi untuk melakukan pelayanan yang terbaik menjadi satu pilihan bilamana bank syari'ah ingin berkembang dan semakin tumbuh dari tahun ke tahun jumlah nasabahnya.

Bank syari'ah merupakan lembaga bisnis, bukan lembaga kemanusiaan. Karenanya, bank syari'ah dipaksa untuk memberikan yang terbaik untuk nasabah maupun masyarakat yang akan dijadikan nasabah dengan memberikan beberapa pengetahuan maupun penawaran yang terbaik. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syari'ah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syari'ah sebagai lembaga keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesankesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

Persepsi masyarakat Madura yang tidak memilih bank syari'ah di antaranya yaitu masyarakat Madura menganggap bahwa bank syari'ah dan bank konvensional sama secara aplikasinya sama. Abd. Halik, misalnya, mengatakan bahwa dirinya lebih memilih bank konvensional karena urusannya lebih mudah dan prosentase pembiayaannya sama saja.¹⁵ Masyarakat yang tidak memilih bank syari'ah menganggap demikian karena memang keterbatasan mereka akan pengetahuan serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan dari praktisi perbankan maupun dari mediamedia promosi seperti televisi, media cetak serta media sosial.

¹⁵ Wawancara dengan Abd. Halik, seorang pengusaha kecil dan menengah asal Pemekasan, tanggal 23 Juni 2016.

Bank syari'ah dianggap seperti bank-bank apada umumnya, hal ini tidak terlepas dari akibat kurangnya pemahaman dari masyarakat serta minimnya edukasi yang dilakukan pihak perbankan syari'ah mengenai konsep baru yang diaplikasikan di dunia perbankan. Kurangnya pemahaman serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan memberikan persepsi yang berbeda mengenai produk bank syari'ah, hal ini tidak sesuai dengan realita sesungguhnya bahwa bank syari'ah merupakan bank yang mengadopsi nilai-nilai syari'ah Islam yang menghamkan bunga.

Promosi yang dilakukan oleh bank syari'ah baik yang berada di sekitar maupun yang tidak berada di sekitar lingkungan masyarakat dirasa kurang, promosi yang menekankan pada edukasi ke masyarakat dengan menjelaskan sebuah sistem baru yang dapat memberikan alternatif atau pun menjadi pilihan utama bagi para masyarakat secara luas. Edukasi sangat dibutuhkan hal ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai bank syari'ah yang memang konsep baru di dunia perbankan apalagi di Indonesia yang baru berkembang kurang lebih sekitar tahun 90an. Edukasi ini berkaitan dengan pengenalan mengenai konsep bank syari'ah, istilah-istilah, serta produkproduk jasa yang memang dirasa masyarakat sebuah pengetahuan yang baru yang selama ini belum mereka mengerti.

Masyarakat menginginkan bahwa bank syari'ah dapat melakukan survey-survey yang dibarengi dengan pemberian penjelasan kepada masyarakat serta pemberian pemahaman mengenai bank syari'ah. Survey ini bisa saja digunakan untuk melihat permasalahan dari bawah,

terkait perkembangan bank syari'ah. Selain itu juga masyarakat menginginkan diadakannya semacam sosialisasi atau seminar-seminar kemsyarakatan yang juga bertemakan bank syari'ah yang dapat memberikan pemahaman mereka lebih baik. Tujuannya bahwa masyarakat ingin mengetahui dan memahami bank syari'ah terlepas dari menabung atau tidaknya mereka pada bank syari'ah setidaknya terdapat keinginan untuk mengetahui konsep bank syari'ah.¹⁶ Artinya bahwa sesungguhnya kendala mereka hanya pada pemahaman serta ketidaktahuan terhadap konsep baru dan sistem baru yaitu sistem perbankan syari'ah dengan bank syari'ah yang menjalankannya. Edukasi ini memang tidak memberikan jaminan bahwa bank syari'ah akan banyak yang menggunakannya, namun setidaknya dapat memberikan pemahaman yang dapat setidaknya mendorong seseorang untuk menabung di bank syari'ah dan berpersepsi tentang bank syari'ah yang sesuai dengan realita yang terjadi.

Dari masyarakat yang beranggapan bahwa bank syari'ah sama dengan bank konvensional, mereka juga beranggapan bahwa bank syari'ah selama ini hanya untuk mereka yang mengetahui bank syari'ah, tidak untuk masyarakat secara luas.¹⁷ Artinya bahwa target promosi bank syari'ah selama ini tidak untuk seluruh umat, melainkan hanya untuk mereka yang memahami Islam dan sistem perbankan syari'ah dan tidak memberikan pemahaman kepada mereka yang belum memahami sistem perbankan syari'ah. Mayoritas masyarakat mempunyai

anggapan bahwa bank syari'ah untuk mereka yang mengetahui dan memahami Islam maupun secara umum terhadap bank syari'ah. Lagi-lagi persepsi ini muncul karena kurangnya edukasi kepada mereka yang tidak mengetahui, atau bisa dikatakan mereka para praktisi bank syari'ah hanya menerapkan strategi pemasaran dan memosisikan dirinya di sebelah orang-orang yang memang dari awal paham akan sistem ini tanpa melakukannya kepada masyarakat secara luas yang tidak paham akan sistem perbankan syari'ah ini.

Sosialisasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat secara luas menjadi sebuah kebutuhan yang sangat mendesak melihat pemahaman masyarakat tentang bank syari'ah sangat rendah. Edukasi dapat diberikan kepada masyarakat dengan banyak cara di antaranya dapat juga dilakukan melalui promosi secara langsung maupun promosi melalui media-media. Promosi secara langsung kepada masyarakat menjadi sebuah solusi yang nyata yang bisa dilakukan oleh bank syari'ah secara luas. Promosi secara langsung juga dapat melihat problematika permasalahan tentang ketidakpahaman masyarakat mengenai bank syari'ah. Promosi secara ini dapat dilakukan melalui pendekatan kemasyarakatan dengan mengadakan seminar-seminar perbankan yang memperkenalkan konsep perbankan syari'ah baik secara teoritis maupun aplikasinya. Namun, materi juga dikemas sebaik mungkin sehingga mudah agar dipahami masyarakat secara luas.

Promosi-promosi melalui media pun juga tidak bisa ditinggalkan, namun harus lebih diperhatikan muatanmuatan yang mengedukasi konsumen. Media su-

¹⁶ Wawancara dengan Abd. Aziz, seorang staf *marketing* sebuah bank syari'ah di Pamekasan, tanggal 30 Juni 2016.

¹⁷ Ibid.

dah menjadi satu hal yang tidak bisa dihilangkan dari kehidupan masyarakat baik media elektronik, media cetak bahkan media sosial yang akhirakhir ini memberikan banyak manfaat, baik bagi masyarakat maupun bagi perusahaan. Seharusnya ini dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk promosi sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai perbankan syari'ah yang memang masih baru bahkan asing bagi telinga mereka baik istilah maupun konsepnya.

Selain itu, seorang warga Madura menyatakan bahwa bank syari'ah merupakan bank yang secara konsep mengadopsi konsep Islam dengan hukum syari'ah yang mengharamkan riba serta ketidakpastian atau spekulasi serta menggantikannya dengan proporsi bagi hasil dan menjunjung kepastian.¹⁸ Bank syari'ah mampu menjadi alternatif, bahkan menjadi pilihan konsep perbankan dan mampu menggantikan yang selama ini dipakai. Bank syari'ah merupakan bank yang menjalankan prinsip-prinsip syari'ah dalam aplikasinya. Beberapa orang dari mereka sebelumnya memang sudah me-ngetahui bank syari'ah, baik mengetahui dari keluarga dekat maupun dari iklan-iklan bank syari'ah serta mengetahui ka-rena terdapat kata Islam maupu syari'ah pada kata bank syari'ah.

Pengetahuan mereka terhadap bunga bank pun beragam. Ada masyarakat Madura yang mengatakan bahwa bunga bank itu haram¹⁹ dan ada yang memandang bahwa bunga bank halal.²⁰ Adapun

yang menyatakan bahwa bunga bank itu haram karena memang bunga bank konvensional sama kaitannya dengan riba. Sedangkan yang menyatakan halal bunga bank karena memang faktor kebiasaannya terhadap bank konvensional yang memang mengadopsi bunga pada aplikasi perbankannya.

Nada negatif masih sering terdengar sebagian besar masyarakat terhadap perbankan syari'ah dan lembaga keuangan syari'ah lainnya bahwa perbedaan bank syari'ah dengan bank konvensional hanya pada kosa kata belaka dan penggantian bunga diganti dengan sistem bagi hasil.²¹ Umumnya orang hanya tahu bahwa bank syari'ah adalah bank tanpa bunga dan tidak tahu mengenai mekanisme bagi hasil sehingga sering bertyatanya kalau menabung di bank syari'ah dan tidak mendapatkan bunga lalu apa yang mereka dapatkan. Di sisi lain, menurut persepsi mereka yang namanya bagi hasil pasti nilainya lebih kecil dari bunga bank. Persepsi ini muncul juga karena mereka mengirangira dan membandingkan dengan bunga yang selama ini menjadi bagian dari dunia perbankan mereka. Seharusnya pemberian pengetahuan serta bukti secara kongkrit yang terjadi di perbankan mengenai bagi hasil dapat memberikan alternatif membuat persepsi yang salah mereka terhadap bagi hasil di bank syari'ah.

Tidak dipungkiri memang bahwa bank syari'ah merupakan lembaga bisnis, mau atau tidak harus memberikan nilai lebih terhadap produknya yang salah satunya berupa nilai balik yang konsumen atau nasabah dapatkan setelah me-

¹⁸ Wawancara dengan Ust. Asy'ari, Kec. Rubaru, Sumenep, tanggal 3 Juli 2016.

¹⁹ Wawancara dengan H. Moh. Rowi, Pamekasan, tanggal 30 Juni 2016.

²⁰ Wawancara dengan H. Fathorrahman, Sumenep, tanggal 3 Juli 2016.

²¹ Wawancara dengan Fajar, karyawan bank konvensional Pamekasan, tanggal 10 Juli 2016.

nabung atau meminjam uang di bank syari'ah. Sementara bank syari'ah dengan sistim bagi hasil tidak memberikan kepastian pendapatan sebagaimana bunga bank konvensional memberikan kepastian pendapatan. Sedangkan menurut sebagian wirausahawan yang membutuhkan pinjaman, menyatakan bahwa kredit di bank syari'ah prosesnya rumit dan berbelit-belit. Bank syari'ah dirasa lebih rumit ketimbang bank konvensional, dari akad maupun tata cara peminjamannya.²²

Pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syari'ah sangat minim, mungkin hal ini terjadi karena promosi yang dilakukan perbankan kurang efektif dan tidak bisa langsung menjangkau masyarakat secara luas, bisa dibilang bahwa segmentasi perbankan syari'ah merupakan mereka yang secara konsep mengerti dan mereka yang melihat bahwa terdapat faktor agama dalam perbankan syari'ah. Namun realitanya yang menabung karena agama lebih kecil daripada mereka yang tidak menabung. Sesungguhnya potensi nasabah bank syari'ah sangat luas apabila masyarakat terjamah dari edukasi lewat promosi serta pemahamannya. Masyarakat Madura memiliki motivasi yang tinggi mengenai perbankan syari'ah, terlebih ketika diberikan penjelasan mengenai bank syari'ah secara konsep maupun aplikasinya. Mereka merespon secara positif hadirnya perbankan syari'ah yang menanamkan prinsip syari'ah dalam aplikasinya.

²² Wawancara dengan Abd. Halik, seorang pengusaha kecil dan menengah asal Pemekasan, tanggal 23 Juni 2016.

Pengangkatan Kiai sebagai DPS: Sebuah Strategi Marketing Perbankan Syari'ah

Salah satu perbedaan yang mendasar dalam struktur organisasi perbankan konvensional dengan perbankan syari'ah adalah kewajiban memosisikan Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) dalam perbankan syari'ah. DPS adalah lembaga independen atau jurisdiksi khusus dalam bidang *fiqih mu'âmalah*. Namun, DPS juga bisa beranggotakan di luar ahli fiqih, tetapi harus memiliki keahlian dalam bidang lembaga keuangan Islam dan *fiqih mu'âmalah*.²³

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dinyatakan bahwa dalam suatu perbankan Islam harus dibentuk DPS.²⁴ Begitu juga dalam Undang-Undang tentang Perbankan Syari'ah dinyatakan bahwa DPS wajib dibentuk di Bank Syari'ah dan bank konvensional yang memiliki unit usaha syari'ah.²⁵

DPS merupakan suatu badan yang diberi wewenang untuk melakukan supervisi/pengawasan dan melihat secara dekat aktifitas lembaga keuangan syari-

²³ Herman, "Analisa atas Peran Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) dalam Memastikan Pemenuhan atas Kepatuhan pada Prinsip Syari'ah di Lembaga Keuangan Syari'ah (di Indonesia)", diakses pada tanggal 28 Juli 2016, <http://hermannotary.blogspot.com/.../analisaatasperandewanpengawas.html>.

²⁴ "Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan", hukumonline.com, diakses tanggal 26 Juli 2016, www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/lt4cce89fb14e43/parent/334

²⁵ "Undang-Undang No. 21 Tahun 2008", hukumonline.com, diakses tanggal 26 Juli 2016, www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/lt4cce89fb14e43/parent/334.

'ah agar lembaga tersebut senantiasa mengikuti aturan dan prinsip-prinsip syari'ah. DPS berkedudukan di kantor pusat dan berkewajiban melihat secara langsung pelaksanaan suatu lembaga keuangan syari'ah agar tidak menyimpang dari ketentuan yang telah difatwakan oleh Dewan Syari'ah Nasional (DSN).²⁶

DPS melihat secara garis besar dari aspek manajemen dan administrasi harus sesuai dengan prinsip syari'ah. Yang paling utama adalah mengesahkan dan mengawasi produk-produk yang dikeluarkan bank agar sesuai dengan ketentuan syari'ah dan undang-undang yang berlaku. DPS dalam struktur organisasi bank syari'ah diletakkan pada posisi setingkat dengan Dewan Komisaris pada setiap bank syari'ah. Posisi yang demikian ditujukan agar DPS lebih berwibawa dan mempunyai kebebasan opini dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada semua direksi di bank tersebut dalam hal-hal yang berhubungan dengan pengaplikasian produk perbankan syari'ah. Oleh sebab itu, penetapan DPS dilakukan melalui RUPS setelah nama-nama anggota DPS tersebut mendapat pengesahan dari DSN.

Di Madura, terutama di Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep, DPS beranggotakan para kiai dan nyai. Di Pamekasan, dua kiai yaitu KH. Lailurrahman (Pengasuh Pondok Pesantren

Ummul Quro Desa Blumbungan, Pamekasan dan Ketua MUI Kabupaten Pamekasan Periode 2012-2016) dan Dr. KH. Moh. Zahid, M.Ag. (Dosen STAIN Pamekasan, Wakil Ketua Tanfidziyah PC. NU Pamekasan, dan ketua LP2SI Kabupaten Pamekasan) merupakan anggota DPS saat ini. Sedangkan di Kabupaten Sumenep, terdapat dua pengasuh pondok pesantren yang saat ini merupakan anggota DPS, yaitu Dr. KH. A. Fauzi Tidjani, MA. (Pengasuh Pondok Pesantren Al-Amien, Desa Prenduan, Sumenep) dan Dr. (cand.) Nyai Arina, M.HI. (salah seorang pengasuh Pondok Pesantren Annuqayah, Guluk-guluk, Sumenep).

Keberadaan kiai dan nyai sebagai anggota DPS tersebut sangat strategis dalam rangka menyosialisasikan produk-produk perbankan syari'ah. Pondok Pesantren Annuqayah dan Pondok Pesantren Al-Amien merupakan dua pondok pondok pesantren terbesar di Sumenep dengan santri dan alumni santri yang tersebar di berbagai wilayah Madura dan luar Madura. Demikian pondok Pesantren Ummul Quro, Pamekasan. Sedangkan organisasi Ormas NU merupakan organisasi keagamaan yang bagi masyarakat Madura merupakan agama. Masyarakat Madura yang bukan anggota anggota NU dipandang sebagai bukan beragama Islam.

Sebagai anggota DPS, Nyai Arina menuturkan bahwa dirinya secara informal selalu menginformasikan produk-produk perbankan syari'ah kepada santri di pondok pesantren dan wali santri yang *sowan* ke pondok pesantren.²⁷ Bahkan, ia melibatkan mahasiswa INSTIKA (Institut

²⁶ DSN merupakan bagian dari MUI yang terdiri atas para ulama, praktisi, dan pakar dalam bidangbidang yang terkait dengan perekonomian dan syari'ah *mu'amalah* yang bertugas menumbuhkembangkan penerapan nilai-nilai syari'ah dalam kegiatan perekonomian pada umumnya dan sektor keuangan pada khususnya, termasuk usaha bank, asuransi dan reksadana. Adrian Sutedi, *Perbankan Syari'ah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum* (Bogor; Ghalia Indonesia, 2009), 147.

²⁷ Wawancara dengan Nyai Arina, anggota DPS dan Pengasuh PP. Annuqayah, tanggal 23 Agustus 2016.

Ilmu Keislaman *Annuqayah*) untuk melakukan pemagangan di salah satu bank syari'ah di Sumenep. Hal yang sama dilakukan oleh Kiai Fauzi yang mengikutsertakan mahasiswa Institut Agama Islam al-Amien dalam berbagai kegiatan yang diprakarsai oleh perbankan syari'ah.²⁸

Di Pamekasan, Kiai Moh. Zahid dan Kiai Lailurrahman, yang kedua merupakan da'i dan khatib, selalu menyampaikan kepada masyarakat tentang pentingnya bertransaksi di perbankan syari'ah. Kiai Moh. Zahid, misalnya, menuturkan bahwa dirinya hampir setiap menyampaikan khotbah Jum'at dan berce-ramah di tengah-tengah masyarakat selalu menyelipkan pesan tentang pentingnya bertransaksi di perbankan syari'ah, baik dari bisnis Islam maupun dari sudut fiqh.²⁹

Sosialisasi yang dilakukan oleh kiai dan nyai di Madura mempunyai arti penting, karena masyarakat Madura sangat menghormati kiai. Berbagai penelitian³⁰ telah menunjukkan tentang hormat dan patuhnya masyarakat Madura kepada kiai. Karenanya, kiai di Madura yang menjadi anggota DPS sekaligus sebagai *public relation* perbankan syari'ah sangat berpengaruh di kalangan masyarakat Madura. Dalam hal ini, masyarakat

Madura memberikan simpati kepada kiai dan nyai, di mana simpati tersebut adalah berupa dukungan dan kepercayaan.³¹ Dengan hal tersebut, kiai mampu mencapai tujuan yang dikehendaki. Apalagi, kiai merupakan elite masyarakat yang sangat kuat.³² Faktor yang memengaruhi hal tersebut adalah bahwa kiai mempunyai pengetahuan luas tentang Islam yang kepadanya umat Muslim belajar.

Lebih jauh kepercayaan kepada kiai tumbuh karena adanya cerita tentang ilmu *ladunni*, yakni pengetahuan yang diperoleh tanpa belajar. Selain itu, hubungan antara kiai dengan masyarakat diikat dengan emosi keagamaan yang membuat kekuasaan sahnya semakin berpengaruh. Kharisma yang menyertai aksi-aksi kiai menjadikan hubungan penuh dengan emosi, karena kiai telah menjadi penolong bagi jamaahnya sejak dalam memecahkan masalah, yang tidak hanya terbatas pada masalah spiritual, tetapi juga mencakup aspek kehidupan yang lebih luas. Peran kritis kiai lahir dari posisinya, baik sebagai pemimpin maupun pengajar agama yang seringkali disertai dengan kepemimpinan yang kharismatik. Kiai berusaha membawa masyarakat kesituasi yang dicitacitakan sebagaimana yang dikonsepsi dalam Islam.

Secara ideal, kiai memiliki kedekatan yang sangat dengan Allah swt dalam menjalankan tugas yang dibebarkannya dan melaksanakan keinginannya. Mereka dapat digolongkan bersama orang-orang suci lain yang selalu menghubungkan masalah-masalah dunia de-

²⁸ Wawancara dengan Kiai Fauzi Tijani, Pengasuh PP. AlAmien, tanggal 29 Agustus 2016.

²⁹ Wawancara dengan Kiai Moh. Zahid, anggota DPS dan Waka Tanfidziyah PCNU Pamekasan, tanggal 2 Agustus 2016.

³⁰ Misalnya, Iik Arifin Mansurnoor, *Islam in an Indonesia World: Ulama of Madura* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1990) dan Bambang Budiwiranto, *Pesantren and Participatory Development in Indonesia*. Tesis, Faculty of Asian Studies of the Australian National University, 2007.

³¹ Soenarko, *Public Relations: Pengertian, Fungsi dan Peranannya* (Surabaya: Papyrus, 1997), 3.

³² Endang Turmudi, *Perselingkuhan Kiai dan Kekuasaan* (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2003), 95.

ngan norma-norma agama. Kiai mempunyai tempat yang terhormat dalam hati masyarakat karena melalui kiai lah spiritualitas masyarakat dibangun dan dibimbing.

Ada beberapa faktor yang terus melanggengkan hubungan antara kiai dan masyarakat yaitu: *Pertama*, budaya pesantren, di mana seorang kiai memberikan kajian Islam pada santrinya. Hubungan di antara keduanya sangat dekat dan sangat emosional karena posisi kiai yang kharismaatik dan dikuatkan oleh budaya subordinasi. Hubungan ini tidak terbatas selama santri berada di pesantren, tetapi terus berlangsung setelah santri menjadi anggota masyarakat, maka budaya tersebut berlangsung secara terus menerus. Masyarakat yang telah menjadi alumni masih tetap mengagungkan kiai-nya dan sering berkunjung untuk menyambung silaturahmi dengan kiai. Bahkan, anak-anak atau keturunan dari alumni tersebut juga mengirim anak-anaknya untuk kembali belajar ditempat orang tua mereka belajar. Kiai adalah figur atau simbol keagamaan.³³

Kedua, faktor yang terkait dengan ritual-ritual keagamaan tertentu yang dihadiri oleh para alumni santri. Seperti acara *mujâhadah kubrâ*, *hawl*, dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan ini dimaksudkan untuk menjadi medium di mana hubungan antara kiai dan para alumni dapat terus diperkuat, di mana mereka datang dengan motivasi mendapat barakah dari seorang kiai.³⁴

Para kiai yang menjadi figuran dalam masyarakat bukan sekedar sosok yang dikenal sebagai guru, tetapi juga se-

nantiasa peduli dengan lingkungan sosial masyarakat di sekitarnya, seperti yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Annuqayah. Pondok pesantren mendirikan BPM (Biro Pengembangan Masyarakat). Bidang garapan biro ini antara lain adalah mengembangkan ekonomi pertanian, kerajinan, dan *home industries*, serta melakukan pendidikan keterampilan dan pelatihan.³⁵

Kiai biasanya memiliki komitmen tersendiri untuk turut melakukan gerakan transformasi sosial melalui pendekatan keagamaan. Pada esensinya, dakwah yang dilakukan kiai sebagai medium transformasi sosial keagamaan yang diorientasikan kepada pemberdayaan salah satunya adalah aspek kognitif masyarakat. Pendirian lembaga pendidikan pondok pesantren yang menjadi ciri khas dari gerakan transformasi sosial keagamaan. Hal ini menandakan peran penting kiai dalam pembangunan sosial melalui media pendidikan. Bahkan, banyak tokoh yang ada di masyarakat dalam menggerakkan dinamika kehidupan sosial masyarakat tidak bisa dilepaskan dari jasa dan peran besar kiai.³⁶

Public relations bisa dilakukan oleh seseorang atau secara individual, termasuk kiai, karena pada hakikatnya setiap manusia membutuhkan manusia yang lain sehingga memerlukan interaksi dan hubungan yang berkelanjutan. Bagaimana seseorang mempresentasikan dan menampilkan dirinya sendiri dalam rangka memengaruhi cara orang berfikir tentang

³⁵ Baca "Profil Annuqayah", Berita Annuqayah, diakses tanggal 27 Juli 2016, beritannuqayah.blogspot.com/2008/10/profilannuqayah_14.html.

³⁶ Sulthon Masyhud dan Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren* (Jakarta: Diva, 2003), 12.

³³ Sukamto, *Kepemimpinan Kyai dalam Pesantren* (Jakarta: IKAPI, 1999), 321.

³⁴ Ibid.

dirinya. Dengan kata lain, setiap orang adalah *public relations* untuk dirinya sendiri. Dalam teori *public relations* dikatakan bahwa pada hakikatnya setiap individu merupakan pemimpin dan manajer bagi dirinya sendiri.³⁷

Oleh karena itu, segala yang dilakukan kiai akan berdampak pada penilaian orang lain terhadap kiai itu sendiri. Hubungan manusiawi merupakan metode komunikasi yang secara psikologis-motivatif mengembangkan segi konstruktif sifat dan tabiat manusia, sehingga orang yang terlibat dalam komunikasi sama-sama merasakan kepuasan.³⁸ Kiai merasa puas telah mendakwahkan Islam dan masyarakat juga merasa telah mendapat petunjuk, ilmu dan pendidikan dari pesan yang disampaikan oleh kiai.

Public relations menitikberatkan pada penciptaan dampak yang menyenangkan pada publik. Begitu pula kiai yang harus menciptakan hubungan baik pada masyarakat untuk menjaga keharmonisan demi kelangsungan berdakwah. *Public relations* merupakan kegiatan komunikasi untuk memengaruhi kesuksesan dengan menciptakan saling pengertian dan dukungan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Kiai sebagai *public relations* mampu menumbuhkan hubungan baik antara seluruh komponen yang ada di lembaga untuk menanamkan motivasi dan partisipasi guna memperoleh opini publik yang menguntungkan. Begitu pula dengan kiai yang membutuhkan dukun-

gan untuk mensyiarkan agama Islam, sehingga dibutuhkan sebuah usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis baik internal maupun eksternal. Hal ini dilakukan untuk membentuk opini *public* yang mengandung persetujuan, dukungan, dan kepercayaan.

Penutup

Madura sebagai wilayah yang mayoritas berpenduduk Muslim sangat kental dengan budaya dan tradisi keislaman. Masyarakat Madura juga sangat taat terhadap syariat Islam dan kiai. Keberadaan bank syari'ah bersinergi dengan keyakinan masyarakat Madura. Bentuk sinergitas antara kiai dengan bank syari'ah terdapat pada pola hubungannya peran dan fungsi kiai sebagai DPS bagi operasionalisasi bank syari'ah. Hubungan sinergitas kiai dan masyarakat pada bank syari'ah adalah sebagai mediator dan *public relation* bank syari'ah. Ini merupakan aplikasi dari strategi *marketing*.

Strategi *marketing* dengan menempatkan *stakeholder* sesuai keyakinan entitas masyarakat, yaitu kiai dalam manajemen bank syari'ah akan mendorong keyakinan masyarakat untuk menggunakan jasa bank syari'ah tersebut. Posisi yang sinergis antara kiai dengan bank syari'ah adalah Dewan Pengawas Syari'ah (DPS), yang ini sesuai dengan kapasitas seorang kiai. Keberadaan kiai yang berpengaruh terhadap masyarakatnya akan memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syari'ah tersebut.[]

Daftar Pustaka

Azra, Azumardi. *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam*. Jakarta: Paramadina, 1999, sebagaimana

³⁷ Ali Nurdin, "Dakwah *Public relations*: Sebuah Upaya Melalui Pembentukan Citra," *Jurnal Ilmu Dakwah* 13, no. 1 (2006): 1-13.

³⁸ Onong Uchjana Effendi, *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992), 34.

- dikutip oleh Taufiqurrahman, "Islam dan Budaya Madura", diakses pada 27 Juli 2016, <http://www.ditperta.net>
- Berita Annuqayah. "Profil Annuqayah", diakses tanggal 27 Juli 2016, annuqayah.blogspot.com/2008/10/profilannuqayah_14.html.
- Bisri, Mustofa. *Membuka Pintu Langit*. Jakarta: Kompas, 2008.
- Budiwiranto, Bambang. *Pesantren and Participatory Development in Indonesia*. Tesis, Faculty of Asian Studies of the Australian National University, 2007.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kiai*. Jakarta: LP3ES, 1994.
- Dirdjasanyata, Pradjarta. *Memelihara Umat, Kiai Pesantren, Kiai Langgar di Jawa*. Yogyakarta: LKiS, 1999.
- Effendi, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992.
- Hefni, Moh. "Bhuppa'Bhâbhu'GhuruRato: Studi KonstruktivismeStrukturalis tentang Hierarkhi Kepatuhan dalam Budaya Masyarakat Madura", *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman* 11, no. 1 (2007): 12-20, diakses pada 12 Agustus 2016, <http://ejournal.stainpamekasan.ac.id/index.php/karsa/article/view/144>
- Herman, "Analisa atas Peran Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) dalam Memastikan Pemenuhan atas Kepatuhan pada Prinsip Syari'ah di Lembaga Keuangan Syari'ah (di Indonesia)", diakses pada tanggal 28 Juli 2016, <http://hermannotary.blogspot.com/.../analisaatasperandewanpengawas.html>.
- Hukumonline.com. "Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan", diakses tanggal 26 Juli 2016, www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/lt4cce89fb14e43/parent/334
- Hukumonline.com. "Undang-Undang No. 21 Tahun 2008", diakses tanggal 26 Juli 2016, www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/lt4cce89fb14e43/parent/334.
- Mansurnoor, Iik Arifin. *Islam in an Indonesia World: Ulama of Madura*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1990.
- Marmiati Mawardi, "Persepsi Masyarakat terhadap Peran Kiai di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Analisa* 20, no. 2 (2013): 133-143.
- Masyhud, Sulthon dan Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva, 2003.
- Nurdin, Ali. "Dakwah Public Relations: Sebuah Upaya Melalui Pembentukan Citra," *Jurnal Ilmu Dakwah* 13, no. 1 (2006): 113-117.
- Patoni, Achmad. *Peran Kiai Pesantren dalam Partai Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Rahman, Fazlur. *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994, sebagaimana dikutip oleh Taufiqurrahman, "Is-

- lam dan Budaya Madura”, diakses pada 27 Juli 2016, <http://www.ditpertaais.net>
- Shadik, A. Sulaiman, et. al. *Kearifan Lokal Madura: Pesan-Pesan Mulia dari Leleluhur*. Surabaya: Bidang PNFI Nilai Budaya Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur, 2010.
- Soenarko. *Public Relations: Pengertian, Fungsi dan Peranannya*. Surabaya: Papyrus, 1997.
- Sukamto. *Kepemimpinan Kyai dalam Pesantren*. Jakarta: IKAPI, 1999.
- Sutedi, Adrian. *Perbankan Syari’ah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Turmudi, Endang. *Perselingkuhan Kiai dan Kekuasaan*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2003.

