

**SIKAP NASABAH TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT PRODUK
TABUNGAN MU'DARABAH DI BMT AL-FATAA ULUJAMI PEMALANG**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:
ANDI UJIAWAN
02391501

PEMBIMBING:
1. Drs. H. DAHWAN, M.Si
2. SUNARYATI, SE., M.Si

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
JURUSAN MU'AMALAH
FAKULTAS SYAR'IAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**

ABSTRAK

SIKAP NASABAH TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT PRODUK TABUNGAN MUÐARABAH DI BMT AL-FATAA ULUJAMI PEMALANG

Oleh:
Andi Ujiawan
NIM : 02391501

Penelitian ini bertujuan mengetahui: (1) Profil nasabah tabungan Muðarabah BMT Al-Fataa. (2) Urutan tingkat kepentingan atribut-atribut yang dimiliki produk tabungan Muðarabah BMT Al-Fataa (3) Sikap nasabah terhadap atribut yang dimiliki produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa. Sedangkan beberapa atribut yang dimiliki oleh tabungan Muðarabah BMT Al-fataa meliputi: bagi hasil yang adil, sesuai dengan syariat Islam, keamanan tabungan, kerahasiaan nasabah, kecepatan pelayanan, biaya administrasi dan citra.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitasnya. Populasi yang diambil adalah seluruh nasabah di BMT Al-Fataa unit Bumirejo yang berjumlah 393 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling aksidental. Sampel yang diambil sebanyak 60 orang. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Berdasarkan karakteristik yang disusun, nasabah tabungan Muðarabah yang berjenis kelamin wanita sedikit lebih banyak dari nasabah yang berjenis kelamin pria. Sebagian besar nasabah berusia lebih dari 30 tahun, tamat SLTP, berpendidikan umum dan bekerja sebagai wiraswasta. Tingkat pedapatan pokok nasabah kurang dari Rp. 700.000. (2) Imbangan atribut-atribut produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa dilihat dari keutamaan menurut responden menunjukkan bahwa atribut bagi hasil yang adil menempati urutan pertama dengan bobot nilai sebesar 0,176, kemudian secara berturut-turut diikuti oleh atribut keamanan tabungan, kerahasiaan nasabah, sesuai syariat Islam, kecepatan pelayanan, biaya administrasi dan citra (3) Sikap nasabah secara keseluruhan adalah sebesar 108,09 yang masuk dalam kategori baik.

Drs. H. Dahwan, M.Si
Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas
Hal : Skripsi
Andi Ujiawan

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan memberikan bimbingan serta
menyarankan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Andi Ujiawan
NIM : 02391501
Jurusan : Muamalah/Keuangan Islam
Judul : "Analisis Sikap Nasabah terhadap Atribut - Atribut
Produk Tabungan Muqārabah di BMT Al-Fataa
Ulujami Pemalang"

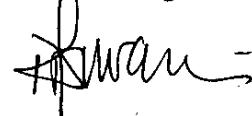
bahwa skripsi tersebut telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Jurusan Mu'amalah Prodi Keuangan
Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara yang tersebut di atas
dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 5 Rabi'ul Akhir 1430 H.
1 April 2009 M.

Pembimbing I



Drs. H. Dahwan, M.Si
NIP. 150178662

Sunaryati, SE., M.Si
Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas
Hal : Skripsi
Andi Ujiawan

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan memberikan bimbingan serta
menyarankan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Andi Ujiawan
NIM : 02391501
Jurusan : Muamalah/Keuangan Islam
Judul : "Analisis Sikap Nasabah terhadap Atribut - Atribut
Produk Tabungan Muqārahah di BMT Al-Fataa
Ulujami Pemalang"

bahwa skripsi tersebut telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Jurusan Muamalah Prodi Keuangan
Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara yang tersebut di atas
dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Rabi'ul Akhir 1430 H.
6 April 2009 M.

Pembimbing II



Sunaryati, SE., M.Si

NIP. 150321645

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Ujiawan

NIM : 02391501

Jurusan-Prodi : Muamalah-Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Sikap Nasabah terhadap Atribut-Atribut Tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa Ulujami Pemalang” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran karya dari orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* dan daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 April 2009

Mengetahui,
Ketua Prodi Keuangan Islam

Penyusun



Yusuf Khoirudin, SE, M.Si
Yusuf Khoirudin, SE, M.Si
NIP. 150253887

Andi Ujiawan
Andi Ujiawan
NIM. 02391501

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: UIN.02/K.KUI-SKR/PP.00.9/041/2009

Skripsi dengan judul:

**SIKAP NASABAH TERHADAP ATRIBUT- ATRIBUT PRODUK
TABUNGAN MUDĀRABAH DI BMT AL-FATAA ULUJAMI
PEMALANG**

Yang dipersiapkan oleh,

Nama : Andi Ujiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 02391501

Telah dimunaqasyahkan pada : Jum'at, 24 April 2009

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

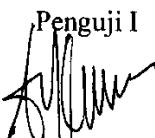
Ketua Sidang,



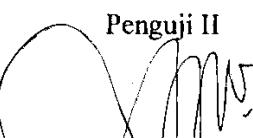
Drs. H. Dahwan, M.Si

NIP. 150 178 662

Pengaji I


Joko Setiyo, SE., M.Si
NIP. 150 321 647

Pengaji II


Dra. Hj. Widayarni, MM
NIP. 131 577 596

Yogyakarta, 29 April 2009

FAKULTAS SYARI'AH

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

DEKAN



Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D
NIP. 150 240 524

PEDOMAN TRANSLITERASI
ARAB-LATIN

Translitrasi huruf Arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor: 1757/1987 dan Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	<i>Huruf Latin</i>	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
س	sa	s	es dengan titik di atas
ج	jim	j	je
ه	ha'	h	ha dengan titik di bawah
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ز	zal	z	zet dengan titik atas
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es

ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es dengan titik di bawah
ض	dad	ḍ	de dengan titik di bawah
ط	ta	ṭ	te dengan titik di bawah
ظ	za	ẓ	zet dengan titik di bawah
ع	‘ayn	‘	koma terbalik di atas
خ	gayn	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha’	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	ya’	y	ye

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis Rangkap

متعددة

ditulis

muta’addidah

عدة

ditulis

‘iddah

III. Ta' Marbūtah di akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ ditulis *hikmah*

جِزْيَةٌ ditulis *jizyah*

Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, salat dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

- b. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h

كَرَامَةُ الْأُولَيَاءِ ditulis *karamah al-auliyā'*

- c. Bila ta' *marbūtah* hidup atau dengan harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah* ditulis t

زَكَاتُ الْفِطْرَةِ ditulis *zakāt al-fitrāh*

IV. Vokal Pendek

ـ (fathah) ditulis a contoh قال ditulis *qāla*

ـ (kasrah) ditulis i contoh مسجد ditulis *masjidun*

ـ (dammah) ditulis u contoh كتب ditulis *kutubun*

V. Vokal Panjang

a. Fathah + alif ditulis ā (a garis atas)

جَاهِيلَيَةٌ ditulis *jāhiliyyah*

b. Fathah + alif maqsur ditulis ā (a garis atas)

يَسْعَى ditulis *yas'ā*

c. Kasrah + ya' mati ditulis ī (i garis atas)

كَرِيمٌ ditulis *karīm*

d. Dammah + wau mati فروض	ditulis ditulis	ū (u garis atas) <i>furūd</i>
------------------------------	--------------------	----------------------------------

VI. Vokal Rangkap

a. Fathah + ya' mati بِنَكَمْ	ditulis ditulis	ai <i>bainakum</i>
b. Fathah + wau mati قُولْ	ditulis ditulis	au <i>qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتَمْ	ditulis	a'antum
أَعْدَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكْرَمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf <i>qamariyyah</i> ditulis al-		
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-qiyās</i>
b. Bila diikuti huruf <i>syamsiyyah</i> ditulis dengan menggandakan huruf <i>syamsiyyah</i> yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l (el)nya.		
السَّمَاء	ditulis	<i>as-samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-syams</i>

IX. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذري الفروض

ditulis

żawī al-furiūd

MOTTO

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi
semesta alam.
(Q.S. Al-Anbiya': 107)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

- ✓ Bapak dan Ibu yang selalu menanti anak terakhirnya lulus kuliah
- ✓ Mas dan Mbakku yang selalu memberikan motivasi materiil maupun spiritual
- ✓ Yon, Nino, Azra, Noval, Rora, Manda, Fadh, Okta dan Dinda yang selalu bertanya: “Pulangnya kapan Om?”
- ✓ Teman-teman SD Limbangan, MTs.N Pemalang, SMU Al-Muayyad, KUI-3, dan kawan-kawan di Nurul Ummah

KATA PENGANTAR

الحمد لله رب العالمينأشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمدا رسول الله اللهم صل وسلم على سيدنا محمد وعلى أله وأصحابه أجمعين، أمّا بعد :

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah swt., dengan segala anugerah dan hidayah-Nya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah saw., keluarga, sahabat-sahabat, serta orang-orang yang mengikuti sunnahnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, skripsi yang berjudul “Analisis Sikap Nasabah terhadap Atribut-Atribut Produk Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa Ulujami Pemalang” telah selesai disusun. Penyusun menyadari banyak pihak yang telah berperan dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu, sepantasnya penyusun mengucapkan terima kasih yang tulus kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terima kasih atas segala nasehat, bimbingan dan luang waktunya.
2. Bapak Drs. H. Dahwan, M.Si, selaku pembimbing I yang dengan keikhlasannya berkenan membimbing dan meneliti skripsi ini.
3. Ibu Sunaryati, SE, M.Si., selaku pembimbing II yang dengan keikhlasannya berkenan membimbing dan meneliti skripsi ini.

4. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen Fakultas Syari'ah yang telah banyak memberikan sumbangan ilmu kepada penyusun. Beliau adalah wakil Tuhan di bumi yang mentransfer ilmu-ilmu kepada kami.
5. Bapak dan Ibu tercinta, kakakku, keponakanku semuanya, terima kasih atas dukungan dan motivasinya.
6. Bapak Mashudi beserta seluruh pengurus dan karyawan BMT Al-Fataa Ulujami yang telah memberikan semua informasi dan ilmunya.
7. Teman-teman seperjuangan yang berusaha ekstra keras agar mendapat nilai kelulusan yang memuaskan.
8. Para penyayangi dan pencipta lagu yang selalu menemaniku mengerjakan skripsi, khususnya untuk lagu “Dunya” dan “Lubang di Hati”.
9. Seluruh pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini yang tidak bisa kami sebut satu-persatu.

Semoga amal saleh dan jasa baik senantiasa mendapatkan pahala terbaik dari Allah SWT. *Jazakumullah Ahsanal Jaza.* Akhirnya hanya kepada Allah penyusun memohon ampunan dan petunjuk dari segala kesalahan.

Yogyakarta, 3 Rabi'ul Akhir 1430 H.
30 Maret 2009 M.

Penyusun,

Andi Ujiawan
NIM: 02391501

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS.....	iii
SURAT PARNYATAAN	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
MOTTO	xii
PERSEMBAHAN.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Telaah Pustaka	6
E. Kerangka Teoritik	8
F. Metode Penelitian.....	12
G. Sistematika Pembahasan.....	27
BAB II LANDASAN TEORI.....	29
A. Teori <i>Reasoned Action</i> dan <i>Planned Behavior</i>	29

B. Sikap.....	30
1. Pengertian Sikap.....	30
2. Ciri-Ciri Sikap.....	31
3. Model Sikap.....	32
4. Penelitian tentang Sikap.....	35
5. Fungsi Sikap.....	36
C. Baitul Māl wat Tamwil (BMT).....	39
1. Pengertian BMT	37
2. Ciri-Ciri BMT	48
3. Status dan Badan Hukum BMT	39
4. Produk BMT.....	40
D. Muḍārabah	42
1. Pengertian Muḍārabah.....	42
2. Landasan Syari’ah	43
3. Jenis-Jenis Muḍārabah.....	45
4. Aplikasi dalam Perbankan	46
5. Manfaat Muḍārabah.....	47
BAB III GAMBARAN UMUM BMT AL-FATAA	48
A. Sejarah Pendirian BMT Al-Fataa.....	48
B. Lokasi BMT Al-Fataa.....	49
C. Struktur Organisasi BMT Al-Fataa	50
D. <i>Job Discription</i>	52
E. Produk-Produk BMT Al-Fataa	54

BAB IV ANALISIS DATA	58
A. Profil Responden.....	58
B. Imbalan Atribut Tabungan Mudharabah menurut Responden.....	60
C. Tingkat Keyakinan dan Evaluasi	63
D. Sikap Responden.....	67
1. Sikap Nasabah terhadap Masing-Masing Atribut	68
2. Sikap Nasabah terhadap Seluruh Atribut.....	72
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran-Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Tabungan Muðarabah.....	2
Tabel 2. Perkembangan Jumlah Pembiayaan BMT Al-Fataa	2
Tabel 3. Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen Penilaian	18
Tabel 4. Validitas Instrumen Keyakinan dan Evaluasi.....	21
Tabel 5. Realibilitas Instrumen.....	23
Tabel 6. Kategori Tanggapan Responden Terhadap Komponen <i>Belief (bi)</i> dan <i>Evaluation (ei)</i>	25
Tabel 7. Penghitungan Skor Sikap Maksimum yang Dapat Dicapai.....	26
Tabel 8. Klasifikasi Sikap Nasabah.....	27
Tabel 9. Perkembangan Jumlah Nasabah	57
Tabel 10. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	58
Tabel 11. Profil Responden Menurut Umur	58
Tabel 12. Profil Responden Menurut Tingkat Pendidikan	58
Tabel 13. Profil Responden Menurut Jenis Pendidikan	59
Tabel 14. Profil Responden Menurut Jenis Pekerjaan Pokok.....	59
Tabel 15. Profil Responden Menurut Tingkat Pendapatan.....	59
Tabel 16. Modus Profil Responden	60
Tabel 17. Urutan Kepentingan Masing-Masing Atribut Menurut Responden.....	61
Tabel 18. Bobot Masing-Masing Atribut Beserta Urutan Kepentingan	63
Tabel 19. Hasil Penjumlahan Soal Masing-Masing Atribut Keyakinan.....	66
Tabel 20. Hasil Perkalian Jawaban Responden dengan Skor Jawaban	65
Tabel 21. Rata-Rata Skor Keyakinan Responden	65

Tabel 22. Tabulasi Tingkat Evaluasi Responden pada Berbagai Atribut	66
Tabel 23. Hasil Perkalian Jawaban Responden dengan Skor Jawaban	66
Tabel 24. Rata-Rata Skor Evaluasi Responden	67
Tabel 25. Sikap Nasabah terhadap Seluruh Atribut Produk Tabungan Mudārabah..	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Sikap Fishbein	12
Gambar 2. Struktur Organisasi BMT Al-Fataa	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Baitul Māl wat Tamwīl (BMT) pada dasarnya adalah lembaga swadaya masyarakat, dalam pengertian bahwa BMT didirikan dan dikembangkan dengan menggunakan sumber daya, termasuk dana atau modal dari masyarakat setempat.¹

Pendirian BMT Al-Fataa tidak lepas dari kebutuhan masyarakat Kecamatan Ulujami akan kehadiran lembaga keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat menengah ke bawah yang selama ini tidak mempunyai akses pembiayaan oleh bank (*unbankable*). Di samping itu, masyarakat yang mempunyai usaha di sektor riil membutuhkan pembiayaan dengan syarat yang mudah dan biaya administrasi yang cukup terjangkau oleh masyarakat. Untuk itu, berdirinya BMT Al-Fataa di Kecamatan Ulujami mendapat dukungan dari masyarakat sekitar.

Sebagaimana lembaga keuangan lain, BMT Al-Fataa merupakan lembaga intermediasi yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana dalam bentuk tabungan, dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah.

¹ Awalil Rizky, **BMT: Fakta dan Prospek Baitul Maal wat Tamwil** (Yogyakarta: UCY Press, 2007) hlm. 3.

Sejak berdirinya hingga sekarang, perkembangan usaha BMT Al-Fataa mengalami peningkatan, sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 1.
Perkembangan Jumlah Tabungan

Produk Tabungan	Jumlah Tabungan (Rp.)		
	2005	2006	2007
Tabungan Al-Fataa Sukarela	1.015.514.907	1.187.000.806	1.562.875.432
Tabungan Al-Fataa Amanah	1.978.000	2.528.000	2.478.000
Tabungan Berjangka	144.500.000	145.700.000	298.700.000
Total Tabungan	1.161.992.907	1.335.228.806	1.864.053.432

Sumber: Rapat Anggota Tahunan BMT Al-Fataa tahun 2008

Disamping adanya peningkatan pada jumlah tabungan, pada sisi lain jumlah pemberian yang diberikan BMT Al-Fataa kepada masyarakat juga mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.
Perkembangan Jumlah Pembiayaan

Produk Pembiayaan	Jumlah Pembiayaan (Rp.)		
	2005	2006	2007
Pembiayaan Murabahah	657.406.200	793.383.700	960.208.700
Pembiayaan BBA	292.540.550	336.564.025	405.719.125
Pembiayaan Musyarakah	72.534.000	66.302.000	81.413.000
Pembiayaan Qardhul Hasan	1.978.000	2.528.000	2.478.000
Total Pembiayaan	1.024.458.750	1.198.777.725	1.449.818.825

Sumber: Rapat Anggota Tahunan BMT Al-Fataa tahun 2008

Dari tabel diatas dapat diperoleh informasi awal bahwa perkembangan jumlah simpanan dan pembiayaan BMT Al-Fataa mengalami sedikit peningkatan. Akan tetapi, sejauh ini belum diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan jumlah tabungan nasabah, apakah dipengaruhi oleh faktor intern yaitu kinerja BMT, atau dipengaruhi oleh kepercayaan masyarakat/nasabah akan eksistensi BMT Al-Fataa.

Menurut Teguh Pudjo,² agar suatu bank tetap dapat mempertahankan eksistensinya dan juga agar dapat mengembangkan usahanya maka bank tersebut harus dapat bekerja dengan tingkat efisiensi tinggi, dan dapat mengembangkan produk/jasa perbankan baru sesuai dengan kebutuhan.

Untuk memenuhi persyaratan di atas, bagi bank yang ingin berhasil dalam usahanya perlu mengetahui perilaku konsumen, karena merupakan hal yang paling mendasar. Dalam perilaku konsumen, lingkungan memberikan pengaruh yang besar terhadap individu. Hal ini berarti konsumen dalam lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, pendapat, sikap, kebutuhan dan selera yang berbeda.

Berkaitan dengan hal tersebut, dalam penelitian ini akan diteliti salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu sikap. Sikap merupakan suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuensi.³ Sikap konsumen terhadap produk yang ditawarkan perlu diketahui oleh produsen agar dapat diketahui sejauh mana penilaian konsumen terhadap produk tersebut.

Baitul Mal Wat Tamwil sebagai lembaga yang menawarkan produk bagi hasil yang masih asing di kalangan masyarakat awam perlu mengetahui sikap nasabah sebagai acuan untuk mengembangkan produk yang

² Teguh Pudjo, *Aplikasi Akuntansi Manajemen dalam Praktek Perbankan* (Yogyakarta: BPFE, 2002) hlm.61.

³ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1990) hlm. 114.

dihadirkannya, karena nasabah merupakan komponen lingkungan yang mampu mempengaruhi pencapaian tujuan pemasaran. Prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi tersebut memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dan memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibanding pesaing.⁴ Apabila ingin memberikan nilai yang terbaik bagi nasabahnya, BMT Al-Fataa harus memiliki informasi mengenai siapa nasabahnya dan bagaimana karakteristik perilaku mereka.

Dalam penelitian ini, penulis membatasi penelitiannya pada sikap nasabah yaitu dengan mengalikan komponen keyakinan (*belief*) dan evaluasi (*evaluation*) menyeluruh nasabah terhadap produk tabungan Muqārabah di BMT Al-Fataa. Apabila nasabah mempunyai sikap positif terhadap produk Muqārabah, maka pihak BMT akan mempertahankan serta berusaha agar nasabah mempunyai sikap yang lebih produktif lagi terhadap produk tersebut. Sebaliknya apabila nasabah mempunyai sikap negatif, maka pihak BMT harus mempelajari sebab-sebab dan berusaha melakukan sesuatu agar sikap negatif itu dapat menjadi positif.

Alasan dipilihnya BMT Al-Fataa sebagai tempat penelitian adalah walaupun perkembangan jumlah nasabah yang menabung di tabungan Muqārabah mengalami peningkatan, namun dibandingkan dengan lembaga keuangan sejenis, perkembangan tersebut kurang maksimal. Untuk itu, penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi BMT untuk mengetahui sikap

⁴ Ristiyanti Prasrtijo, **Perilaku Konsumen** (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm.18.

nasabah. Apabila sikap nasabah kurang baik, pihak BMT perlu memperbarui dan menyempurnakan atribut-atributnya. Sedangkan apabila sikap nasabah sudah baik, maka ada faktor lain yang perlu diketahui dan disempurnakan oleh BMT

B. Pokok Masalah

1. Bagaimana profil nasabah tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa?
2. Bagaimana urutan tingkat kepentingan atribut-atribut yang dimiliki produk tabungan Muðarabah BMT Al-Fataa?
3. Bagaimana sikap nasabah terhadap atribut yang dimiliki produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan dan pokok masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk:

- a. Mengetahui profil nasabah tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa.
- b. Mengetahui urutan tingkat kepentingan atribut-atribut yang dimiliki produk tabungan Muðarabah BMT Al-Fataa.
- c. Mengetahui sikap nasabah terhadap atribut yang dimiliki produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Dengan mengetahui profil responden BMT Al-Fataa diharapkan dapat mengembangkan atribut-atribut tabungan Muqārabah.
- b. Dengan mengetahui urutan kepentingan atribut, pihak manajemen dapat memanfaatkan atribut yang dominan berpengaruh terhadap sikap nasabah.
- c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk mempengaruhi nasabah agar bersikap positif terhadap produk tabungan Muqārabah.

D. Telaah Pustaka

Untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan, penyusun berusaha melakukan penelitian terhadap literatur yang relevan terhadap masalah yang menjadi objek penelitian sehingga dapat diketahui posisi penyusun dalam melakukan penelitian.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk yaitu skripsi karya Siti Sumaedah. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk PT. Alfa Gudang Rabat yang terdiri dari harga, persediaan barang, kelengkapan barang, pelayanan karyawan, lokasi dan tempat parkir, serta perbedaan sikap nasabah berdasarkan karakteristik tempat tinggal, jenis

kelamin, usia dan pendapatan, terhadap atribut-atribut produk PT. Alfa Gudang Rabat Yogyakarta.⁵

Penelitian lainnya adalah skripsi karya Siti Mariyam yang bertujuan mengetahui perbedaan tingkat kepuasan nasabah terhadap atribut BMT Al-Ghifari yang meliputi kualitas pelayanan, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan dan secara garis besar nasabah BMT Al-Ghifari yang terpilih menjadi responden mengatakan bahwa mereka puas terhadap pelayanan yang diberikan BMT Al-Ghifari.⁶

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ummi Merdeka Suhariyanti. Penelitian ini menggunakan metode analisa data Multi Atribute Attitude Model, sedangkan untuk mengetahui hubungan karakteristik dengan atribut-atribut produk digunakan Uji Chi-Square atau χ^2 test. Berdasarkan metode yang digunakan terungkap bahwa sikap konsumen terhadap produk-produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta berupa keuntungan bagi hasil, kelengkapan produk, kemudahan bertransaksi, fasilitas yang tersedia, lokasi, tempat parkir dan pelayanan karyawan sudah cukup memuaskan atau sudah relatif sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Berdasarkan uji *Chi-Square* diketahui bahwa sebagian karakteristik konsumen berhubungan dengan sikapnya terhadap atribut produk dan sebagian lain tidak berhubungan.⁷

⁵Siti Sumaedah, “Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut-Atribut PT. Alfa Gudang Rabat Yogyakarta”, Skripsi Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta (2001).

⁶ Siti Mariyam “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Atribut BMT Al-Ghifari Yogyakarta, Skripsi STIS Yogyakarta (2002), hlm. 138-139.

⁷ Ummi Merdeka Suhariyanti, “Sikap Konsumen terhadap Atribut-Atribut Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”, Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005).

Berdasarkan telaah pustaka di atas, maka diketahui perbedaan penelitian yang akan penyusun lakukan. Dalam penelitian ini akan diteliti profil nasabah BMT Al-Fataa, urutan tingkat kepentingan atribut tabungan Muqārabah, dan sikap nasabah terhadap atribut-atribut BMT Al-Fataa yang meliputi sistem bagi hasil yang adil, kesesuaian dengan syari'at Islam, keamanan tabungan, kerahasiaan nasabah, kecepatan pelayanan, biaya administrasi dan citra.

E. Kerangka Teoretik

Sikap atau *attitude* tidak dapat dipisahkan dari pandangan atau penilaian seseorang terhadap suatu obyek (fenomena). Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda tergantung dari berbagai faktor yang mempengaruhinya, maka pandangan terhadap suatu obyek (fenomena) akan berbeda pula.⁸

Sikap dalam konsep pemasaran dilakukan konsumen berdasarkan pandangan terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun pengaruh dari lingkungan sosial. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif maupun negatif terhadap produk-produk tertentu.

Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa obyek atau gagasan. Sikap

⁸ J. Paul Peter, *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1999) hlm. 130.

menempatkan seseorang dalam sebuah kerangka pemikiran yang menyukai atau tidak menyukai suatu obyek, bergerak mendekati atau menjauhi obyek tersebut. Sikap mengarahkan seseorang berperilaku secara konsisten terhadap obyek yang serupa.⁹

BMT sebagai lembaga yang menawarkan produk Mudharabah kepada nasabah harus memahami sikap para nasabah terhadap produk yang dimilikinya sehingga dapat sebagai masukan untuk mengembangkan serta menyempurnakan produk yang dihasilkan agar lebih dapat memuaskan nasabah.

Menurut Bilson Simamora,¹⁰ ada tiga komponen sikap jika dilihat dari strukturnya yaitu, (1) *cognitive component*, terdiri dari kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang obyek. Kepercayaan tentang atribut suatu produk biasanya dievaluasi secara alami. Semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek dan semakin positif setiap kepercayaan, maka keseluruhan komponen kognitif akan terdukung, yang pada akhirnya akan mendukung keseluruhan sikap itu, (2) *affective component*, yaitu perasaan dan reaksi emosional kepada suatu obyek menunjukkan komponen afektif dari sikap. Misalnya konsumen mengatakan “Saya menyukai produk A”, itu merupakan hasil dari emosi atau evaluasi efektif dari suatu produk. Evaluasi ini terbentuk tanpa adanya informasi kognitif atau kepercayaan tentang produk tersebut. Atau merupakan hasil evaluasi dari penampilan produk pada setiap atributnya, (3) *behavioral*

⁹ J. Paul Peter, *Consumer Behavior*.... hlm. 93.

¹⁰ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004) hlm. 14.

component, adalah respon dari seseorang terhadap obyek atau aktivitas. Seperti keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk akan memperlihatkan komponen *behavioral*.

Teori yang mendukung penelitian ini adalah *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior*. Teori pertama mengatakan bahwa sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*). Sedangkan teori kedua merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA, yaitu sikap berasal pula dari kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*).¹¹

Salah satu produk tabungan yang ditawarkan BMT Al-Fataa kepada nasabah adalah tabungan Muḍārabah. Dalam wacana fiqh, Muḍārabah merupakan kontrak yang melibatkan antara dua kelompok, yaitu pemilik modal (investor) yang mempercayakan modalnya kepada pengelola (muḍārib) untuk digunakan dalam aktivitas perdagangan. Muḍārib dalam hal ini memberikan kontribusi pekerjaan, waktu, dan mengelola usahanya sesuai dengan ketentuan yang dicapai dalam kontrak. Salah satunya adalah untuk mencapai keuntungan (profit) yang dibagi antara pihak investor dan muḍārib berdasarkan proporsi yang disetujui bersama. Namun, apabila terjadi kerugian yang menanggung adalah pihak investor saja.¹²

¹¹ Neila Ramdhani, “Model Perilaku Penggunaan IT “NR-2007”: Pengembangan dari *Technology Acceptance Model* (TAM), jurnal, http://neila.staff.ugm.ac.id/wordpress/wp-content/uploads/2008/02/neila_buletin-tsm.pdf, 26 April 2009.

¹² Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah: Konsep dan Sistem Operasional* (Jakarta: Gema Insani Press, 2004) hlm. 330.

Dalam tabungan Muḍārabah, nasabah yang bertindak sebagai ṣāhibul māl dapat menabung di BMT dan dapat pula menarik tabungannya setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan perjanjian, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif. BMT sebagai muḍārib akan memberikan keuntungan kepada ṣāhibul māl sesuai dengan nisbah yang disetujui bersama. Pembagian keuntungan dapat dilakukan setiap bulan berdasarkan saldo minimal yang mengendap selama periode tertentu.

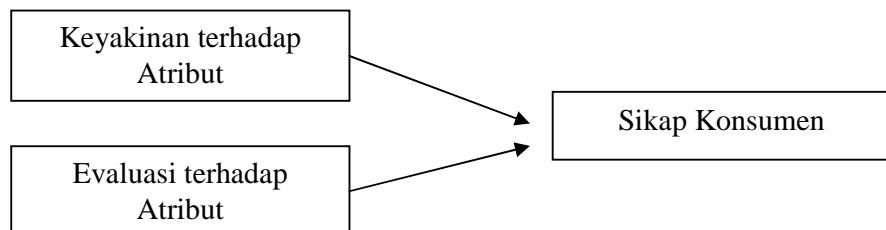
Tabungan Muḍārabah adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip muḍārabah al muṭlaqah (bersifat tidak terbatas)¹³ artinya penabung memberikan otoritas dan hak sepenuhnya kepada muḍārib (pihak BMT) untuk menginvestasikan atau memutar uangnya. Dana akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menengah sampai pada tingkat usaha besar tanpa melupakan prinsip syari'ah. Atas investasi tersebut, nasabah akan diberikan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati.

Berdasarkan uraian di atas, agar dapat memberikan nilai tertinggi pada nasabah sebagai konsumen, maka BMT harus bisa mengembangkan produk agar tetap diminati. Proses tersebut dimulai dengan melakukan analisis sikap nasabah yang dilakukan dengan menganalisis tingkat keyakinan dan evaluasi nasabah terhadap atribut produk yang ditawarkan. Dengan mengetahui sikap nasabah terhadap atribut produk, diharapkan bisa dijadikan pedoman dalam pengembangan produk yang dihasilkan.

¹³Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002) hlm.88.

Adapun analisis yang ditawarkan oleh Fishbein adalah bahwa sikap konsumen dapat diukur dari hasil kali keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap produk tertentu.

Gambar 1
Model Sikap Fishbein



F. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk meneliti urutan tingkat kepentingan dan sikap nasabah nasabah terhadap produk tabungan Muđārabah merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Angket yang dibagikan kepada responden diangkakan dengan angka nominal dan ordinal. Adapun data diperoleh dari hasil penelitian di lapangan sehingga disebut data primer.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *Ex post Fakto*, yaitu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merunut latar belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Dalam penelitian ini tidak dikenai perlakuan atau manipulasi ubahan-ubahan melainkan hanya

mengungkapkan fakta berdasar gejala-gejala yang telah ada pada diri seseorang.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di BMT Al-Fataa Kecamatan Ulujamii Kabupaten Pemalang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 8 Desember 2008 sampai tanggal 8 Januari 2009.

3. Devinisi Operasional Variabel Penelitian

Supaya terdapat satu persepsi antara penulis dan pembaca, maka penulis akan membatasi beberapa pengertian yang berhubungan dalam penelitian ini. Adapun konsep yang dibatasi pengertiannya adalah:

a. Sikap

Yang dimaksud sikap adalah penilaian menyeluruh dari responden yang dapat berkisar dari nilai positif hingga nilai negatif terhadap atribut-atribut tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa Kecamatan Ulujamii, Kabupaten Pemalang. Variabel sikap nasabah dapat diukur dengan mengalikan dua komponen sikap, antara lain:

- 1) Keyakinan seseorang mengenai apa yang benar dari produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa.
- 2) Evaluasi melalui perasaan senang/tidak senang yang dimiliki terhadap produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa.

b. Nasabah

Nasabah adalah anggota dan calon anggota BMT Al-Fataa yang mempunyai tabungan dalam bentuk tabungan Muðarabah.

c. Produk

Yang dimaksud produk adalah setiap apa saja yang berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh BMT Al-Fataa, dalam penelitian ini adalah tabungan Muðarabah.

d. Atribut

Atribut adalah label yang melekat pada suatu data yang mempunyai kekhususan sifat maupun kualitas untuk menandai data. Atribut-atribut yang dimiliki oleh produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa adalah:

- 1) Sistem bagi hasil yang adil
- 2) Sesuai dengan syari'at Islam
- 3) Keamanan tabungan
- 4) Kerahasiaan nasabah
- 5) Kecepatan pelayanan
- 6) Biaya administrasi
- 7) Citra

e. Karakteristik Responden

Sebelum sikap nasabah diketahui, akan diuraikan terlebih dahulu profil responden dengan karakteristik sebagai berikut:

- 1) Jenis kelamin

- 2) Umur
- 3) Tingkat pendidikan
- 4) Jenis pendidikan
- 5) Pekerjaan pokok
- 6) Tingkat pendapatan
- 7) Jumlah tabungan

4. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan subyek penelitian.¹⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa unit Bumirejo hingga bulan Desember 2008.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan teknik tertentu. Sehubungan dengan penetapan besar kecilnya sampel, Suharsimi mengemukakan pendapat bahwa apabila subyeknya kurang dari 100 sebaiknya diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlahnya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari:

¹⁴ J. Supranto, *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen* (Jakarta: PT. Rineke Cipta, 1998) hlm. 8.

1. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap obyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti.¹⁵

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah aksidental,¹⁶ karena sampel diambil dari nasabah yang kebetulan datang di BMT Al-Fataa unit Bumirejo dengan populasi sebanyak 393 nasabah. Dari jumlah nasabah tersebut, penyusun mengambil sampel sebesar 15% yaitu 60 responden.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

- a. Angket (Kuesioner)

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁷ Angket yang digunakan dalam penelitian ini diberikan kepada nasabah sebagai responden yang digunakan untuk mengungkapkan data mengenai sikap nasabah dan menganalisa tentang kepercayaan dan evaluasi nasabah terhadap atribut produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineke Cipta, 2006) hlm. 134.

¹⁶ Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) hlm. 98.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Ikapi, 2001) hlm. 135.

b. Wawancara

Wawancara yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara langsung kepada manajer BMT Al-Fataa untuk mengetahui keadaan dan profil BMT Al-Fataa.

6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukir fenomena alam maupun sosial yang diamati.¹⁸ Instrumen merupakan alat pada waktu peneliti menggunakan metode. Instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah angket. Pengembangan alat ukur ini didasarkan pada konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya, kemudian atas dasar teori tersebut dikembangkan dalam indikator-indikator. Selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pertanyaan maupun pernyataan. Instrumen ini dibuat dalam bentuk skala bertingkat dengan lima alternatif jawaban yang tersedia. Berikut adalah kisi-kisi pengembangan instrumen penilaian:

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm. 97

Tabel 3.
Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen Penilaian

No.	Variabel	Indikator	No. Butir
1.	Sikap Nasabah	a. Keyakinan terhadap atribut 1) Sistem bagi hasil yang adil 2) Sesuai dengan syariah Islam 3) Keamanan tabungan 4) Kerahasiaan nasabah 5) Kecepatan pelayanan 6) Biaya administrasi 7) Citra	I 1,2 3,4 5,6 7,8 9,10 11,12 13,14
		b. Evaluasi terhadap atribut 1) Sistem bagi hasil yang adil 2) Sesuai dengan syariah Islam 3) Keamanan tabungan 4) Kerahasiaan nasabah 5) Kecepatan pelayanan 6) Biaya administrasi Citra	II 1,2 3,4 5,6 7,8 9,10 11,12 13,14

7. Uji Instrumen

Instrumen sebelum digunakan untuk mengumpulkan data terlebih dahulu perlu diketahui baik buruknya butir pertanyaan atau pernyataan, sehingga perlu diuji coba terlebih dahulu. Responden untuk uji coba instrumen dilakukan terhadap nasabah tabungan Mudārabah di BMT Al-Fataa yang tidak termasuk kelompok sampel penelitian sebanyak 30 responden yang diambil secara aksidental. Tujuan diadakan uji coba tersebut adalah diperolehnya informasi mengenai sudah atau belum tercapainya persyaratan. Menurut Suharsimi Arikunto,¹⁹ instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk memenuhi persyaratan tersebut maka diperlukan 2 macam informasi yaitu

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*...., hlm. 168.

tingkat kesahihan dan tingkat keandalan butir dengan uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.²⁰ Suatu instrumen yang sah dan valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti mempunyai validitas rendah. Menurut Masrum yang dikutip oleh Sugiyono²¹ menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap valid adalah $r=0,361$. Jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Teknik pengujian validitas instrumen adalah mengkorelasikan antara nilai tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total. Teknik korelasi dalam penelitian ini memakai teknik korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson yang diformulasikan sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

XY : Skor butir pertanyaan dikalikan skor butir pertanyaan

r_{XY} : Korelasi *product moment*

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*..., 144

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*... hlm. 34.

X : Skor butir pertanyaan

Y : Skor total pertanyaan

N : Jumlah responden²²

Setelah dilakukan korelasi untuk menghindari *over estimate* pada product moment maka skor dikorelasikan dengan skor total, kerena dengan korelasi product moment masih ada pengaruh kotor dari butir, untuk menghilangkan pengaruh kotor dari butir pada hasil uji coba *product moment*, maka perlu dilakukan koreksi dengan menggunakan *part whole correlation*. Adapun rumus korelasi bagian total (*Part Whole Correlation*) adalah:

$$r_{bt} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - (SB_x)}{\sqrt{(V_y + V_x - 2(r_{xy})(SB_y)(SB_x))}}$$

Keterangan:

r_{bt} : Koefisien korelasi bagian total

r_{xy} : Koefisien korelasi Product Moment

SD_y : Simpangan baku total (komposit)

SD_x : Simpangan baku bagian (butir)

V_y : Variasi total

V_x : Variasi bagian (butir)

²²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, hlm. 170.

Kemudian dengan r_{bt} dikonsultasikan dengan r tabel pada taraf signifikansi 5%, jika yang diperoleh dari perhitungan lebih besar atau sama dengan r tabel maka butir soal dikatakan valid. Terapi jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir soal dikatakan tidak valid.

Setelah dilakukan uji validitas pada kuisioner yang terdiri dari 30 responden, maka hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.
Validitas Instrumen Keyakinan dan Evaluasi

Keyakinan				Evaluasi			
Butir	r xy	r tabel		Butir	r xy	r tabel	
BI1	0,537	0,361	Valid	EI1	0,432	0,361	Valid
BI2	0,540	0,361	Valid	EI2	0,539	0,361	Valid
BI3	0,578	0,361	Valid	EI3	0,434	0,361	Valid
BI4	0,466	0,361	Valid	EI4	0,701	0,361	Valid
BI5	0,582	0,361	Valid	EI5	0,742	0,361	Valid
BI6	0,487	0,361	Valid	EI6	0,460	0,361	Valid
BI7	0,473	0,361	Valid	EI7	0,842	0,361	Valid
BI8	0,474	0,361	Valid	EI8	0,783	0,361	Valid
BI9	0,650	0,361	Valid	EI9	0,491	0,361	Valid
BI10	0,516	0,361	Valid	EI10	0,389	0,361	Valid
BI11	0,495	0,361	Valid	EI11	0,617	0,361	Valid
BI12	0,597	0,361	Valid	EI12	0,834	0,361	Valid
BI13	0,624	0,361	Valid	EI13	0,754	0,361	Valid
BI14	0,507	0,361	Valid	EI14	0,512	0,361	Valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya dan diandalkan untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Sedangkan Sugiyono²³ berpendapat bahwa instrumen dikatakan reliabel adalah

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS* (Jakarta: Rineke Cipta, 2006) hlm. 41.

instrumen yang jika digunakan beberapa kali dalam waktu yang berbeda untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini uji reliabilitas digunakan Tehnik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan (alpha) $> 0,6$.

Untuk menguji reliabilitas instrumen digunakan rumus koefisien alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

K : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

σ_t^2 : Varian total²⁴

Kemudian hasil perhitungan dengan menggunakan rumus di atas diinterpretasikan dengan tingkat keandalan koefisien korelasi sebagai berikut:

0,800 sampai dengan 1,000 : tinggi

0,600 sampai dengan 0,800 : cukup

0,400 sampai dengan 0,600 : agak rendah

0,200 sampai dengan 0,400 : rendah

0,000 sampai dengan 0,200 : sangat rendah

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.....*, hlm. 196.

Setelah dilakukan uji validitas pada kuisioner yang terdiri dari 30 responden, maka hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 5.
Realibilitas Instrumen

Instrumen	Koevisien <i>Alpha</i> <i>Cronbach</i>	Nilai Koefisien Tabel	Keterangan
Keyakinan	0,807	0,600	Reliabel
Evaluasi	0,864	0,600	Reliabel

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang dilakukan tanpa menggunakan perhitungan matematis. Metode ini dilaksanakan dengan menuliskan dan melaporkan informasi serta data yang diperoleh dari BMT.

2. Analisis Kuantitatif

Merupakan analisis yang dilakukan dengan menggunakan angka matematis. Analisis ini bersifat lebih obyektif dan dapat diuji kebenarannya. Analisis yang digunakan adalah model multiatribut dari Fishbein. Model ini digunakan untuk menganalisis sikap nasabah terhadap produk tabungan Muqārahah di BMT Al-Fataa.

Sikap konsumen terhadap atribut adalah hasil kali kedua komponen sikap yaitu kepercayaan dan evaluasi. Adapun sikap nasabah terhadap BMT secara keseluruhan adalah hasil penjumlahan

dari skor-skor sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki produk tabungan Muqārabah. Secara sistematis dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$AB = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Keterangan:

AB : Sikap total individu terhadap obyek tertentu

e_i : Kekuatan keyakinan konsumen bahwa obyek memiliki atribut

b_i : Evaluasi kepercayaan individu mengenai atribut

n : Jumlah kriteria atribut yang relevan²⁵.

Untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Langkah pertama yakni memberi bobot untuk masing-masing atribut berdasarkan urutan kepentingan nasabah. Hal ini untuk mengetahui atribut mana yang paling berpengaruh dalam pemilihan produk tabungan menurut nasabah. Atribut yang memiliki skor tinggi adalah atribut yang paling penting. Skor peringkat keutamaan untuk atribut yang akan diteliti adalah:

Peringkat 1 mendapat skor 7

Peringkat 2 mendapat skor 6

Peringkat 3 mendapat skor 5

Peringkat 4 mendapat skor 4

²⁵ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2004) lm. 437.

Peringkat 5 mendapat skor 3

Peringkat 6 mendapat skor 2

Peringkat 7 mendapat skor 1

b. Langkah kedua, yakni menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:²⁶

1) Menentukan skor penilaian komponen-komponen sikap baik keyakinan maupun evaluasi terhadap pemilihan produk BMT.

Dalam angket yang dibagikan, responden diminta memilih satu jawaban dari 5 alternatif jawaban yang disediakan. Selanjutnya jawaban responden yang masih kualitatif kemudian dikuantitatifkan dengan cara memberi skor, untuk soal negatif skor dibalik. Cara pemberian skor terhadap jawaban responden baik menyangkut belief maupun evaluasi, tampak pada tabel.

Tabel 6.
Kategori Tanggapan Responden Terhadap Komponen
Belief (bi)* dan *Evaluation (ei)

No.	Belief (bi)	Skor	Evaluation (ei)	Skor
1.	Sangat Yakin (SY)	5	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Yakin (Y)	4	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3	Netral (N)	3
4.	Tidak Yakin (TY)	2	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Yakin (STY)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

²⁶ Husein Umar, *Riset Pemasaran.....*, hlm. 441.

- 2) Melakukan perkalian antara komponen keyakinan dan komponen evaluasi untuk setiap responden.
- 3) Menjumlahkan hasil perkalian komponen keyakinan dan komponen evaluasi dimana ini merupakan skor sikap secara keseluruhan dari setiap responden produk tabungan Muðarabah di BMT Al-Fataa.
- 4) Menentukan klasifikasi skor sikap tersebut ke dalam ranking sikap yang dapat dipakai untuk menentukan kategori sikap.

Kategori sikap secara garis besar dapat dibagi dua yaitu:

- a) Positif (*favorable*)
- b) Negatif (*unfavorable*)

Kategori positif terdiri atas sangat baik dan baik, yang termasuk kategori negatif adalah sangat tidak baik dan tidak baik. Sebagai pedoman pengklasifikasian dalam pengukuran dan analisis, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah membuat tabel perhitungan skor sikap klasifikasinya.

Tabel 7.
Penghitungan Skor Sikap Maksimum yang Dapat Dicapai

No	Atribut	Keyakinan	Evaluasi	bi.ei
1.	Bagi hasil yang adil	5	5	25
2.	Sesuai syari'ah Islam	5	5	25
3.	Keamanan tabungan	5	5	25
4.	Kerahasiaan nasabah	5	5	25
5.	Kecepatan pelayanan	5	5	25
6.	Biaya administrasi	5	5	25
7.	Citra	5	5	25
	Jumlah	35	35	175

Dalam penelitian ini sikap terhadap atribut dikategorikan ke dalam lima bagian. Cara perhitungannya adalah dengan mengalikan skor terendah dan skor tertinggi. Skor terendah untuk sikap terhadap masing-masing atribut adalah $1 \times 1 = 1$ dan skor tertinggi yakni $5 \times 5 = 25$. Skor terendah untuk sikap terhadap atribut secara keseluruhan adalah $1 \times 7 = 7$ dan skor tertinggi adalah $25 \times 7 = 175$.

Dengan adanya penilaian sikap dari responden dan adanya skor maksimum dan minimum yang dapat dicapai konsumen, maka sikap konsumen dapat diklasifikasikan menjadi beberapa golongan yaitu:

Tabel 8.
Klasifikasi Sikap Nasabah

No.	Sikap	Skor
1.	Sangat Baik	5
2.	Baik	4
3.	Cukup Baik	3
4.	Kurang Baik	2
5.	Sangat Kurang Baik	1

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi dibagi menjadi lima bab, yang setiap babnya terdiri dari sub-sub bab yaitu:

Bab pertama berisi tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoretik,

metode penelitian dan sistematika pembahasan. Bab ini berisi gambaran umum dari penelitian yang dilakukan dan teori yang melandasinya.

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang mencakup teori *Reasoned Action* dan *Planned Action*, pengertian sikap, ciri-ciri sikap, model sikap, penelitian tentang sikap, dan fungsi sikap. Disamping itu, dalam bab kedua juga dijelaskan pengertian Baitul Māl wat Tamwīl (BMT), ciri-ciri BMT, status dan badan hukum dan produk tabungan dan pembiayaan BMT, dan terlebih khusus dijelaskan Muqārabah yang merupakan pokok masalah dari penelitian ini.

Bab ketiga berisi mengenai gambaran umum obyek penelitian. Bab ini akan mengetengahkan profil perusahaan yang menjadi obyek penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai BMT Al-Fataa yang terletak di Kecamatan Ulujami, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah, berupa sejarah pendirian, struktur organisasi, *Job Description*, serta produk-produk tabungan maupun pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT Al-Fataa.

Data yang didapat dari penelitian kemudian akan diolah serta dianalisa, baik dengan analisis kuantitatif maupun kualitatif. Dalam analisa datanya, untuk mengetahui sikap nasabah tabungan Muqārabah digunakan analisis multi-atribut Fishbein yaitu bahwa sikap konsumen terhadap atribut adalah hasil kali kedua komponen sikap yaitu kepercayaan dan evaluasi.

Skripsi ini diakhiri dengan kesimpulan dan saran yang diberikan oleh penyusun berdasarkan hasil analisis sikap nasabah, dan akan dipaparkan dalam bab lima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan karakteristik yang disusun, nasabah tabungan Muqārabah yang berjenis kelamin wanita sedikit lebih banyak dari nasabah yang berjenis kelamin pria. Sebagian besar nasabah berusia lebih dari 30 tahun, tamat SLTP, berpendidikan umum dan bekerja sebagai wiraswasta. Tingkat pedapatan pokok nasabah kurang dari Rp. 700.000.
2. Imbalan atribut-atribut produk tabungan Muqārabah di BMT Al-Fataa dilihat dari keutamaan menurut responden menunjukkan bahwa atribut bagi hasil yang adil menempati urutan pertama dengan bobot nilai sebesar 0,176, kemudian secara berturut-turut diikuti oleh atribut keamanan tabungan, kerahasiaan nasabah, sesuai syari'at Islam, kecepatan pelayanan, biaya administrasi dan citra.
3. Hasil perhitungan sikap total terhadap atribut-atribut yang disediakan oleh produk tabungan Muqārabah di BMT Al-Fataa secara keseluruhan adalah sebesar 108,09 yang masuk dalam kategori baik. Ini berarti bahwa atribut-atribut yang dimiliki tabungan Muqārabah BMT Al-Fataa telah sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, sehingga nasabah bersikap mendukung terhadap keberadaan atribut itu.

B. Saran

Saran yang diberikan oleh penyusun yaitu:

1. Dilihat dari profil dalam karakteristik responden, dapat dikatakan sebagai nasabah dengan tingkat pendapatan rendah. Untuk itu, pihak BMT hendaknya dapat menarik nasabah dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi, bila memungkinkan kelas sosial menengah, misalnya dengan kegiatan promosi.
2. Atribut yang paling menarik menurut responden adalah bagi hasil yang adil. Untuk itu, BMT dapat menggunakan atribut bagi hasil yang adil sebagai media promosi kepada masyarakat agar dapat menabung di BMT Al-Fataa sehingga jumlah nasabah akan meningkat.
3. Pihak BMT Al-Fataa sebagai produsen tabungan Muðarabah hendaknya dapat mempertahankan bahkan meningkatkan faktor-faktor yang telah mendapat tanggapan positif dari nasabah. Walaupun semua atribut mendapat tanggapan yang positif dari responden, namun BMT perlu meningkatkan tiga atribut yang mendapat skor paling sedikit yaitu kecepatan pelayanan, kerahasiaan nasabah dan citra.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: CV. Alwaah, 1995.

B. Fiqh

Az-Zuhaili, Wahbah, *al-Fiqh al-Islami wa 'Adillatuhu*, Damaskus: Dar al-Fikr, 1404.

C. Ekonomi Islam

Afzalurrahman, *Economics Doctrines of Islam*, Lahore: Lahore Islamic Publication, 1975.

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003

L. Fauroni, *Menggerakkan Ekonomi dari Pesantren*, Yogyakarta: FP3Y, 2007.

Ridwan, Muhammad, *Sistem dan Prosedur pendirian Baitul Maal wat Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: Citra Media, 2006.

Rizky, Awalil, *BMT: Fakta dan Prospek Baitul Maal wat Tamwil*, Yogyakarta: UCY Press, 2007.

Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.

Sula, Muhammad Syakir, *Asuransi Syariah: Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.

Sumiyanto, Ahmad, *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta: ISES, 2008.

_____, *Problem dan Solusi Transaksi Mudharabah di Lembaga Keuangan Mikro BMT*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2005.

C. Psikologi

Rukminto, Isbandi, *Psikologi, Pekerjaan Sosial & Ilmu Kesejahteraan: Dasar-dasar Pemikiran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994.

Sears, David O., *Psikologi Sosial Jilid II*, Jakarta: Erlangga, 2000.

Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

D. Manajemen

Boyd, William, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Jakarta: Erlangga, 2000.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.

Pudjo, Teguh, *Aplikasi Akuntansi Manajemen dalam Praktek Perbankan*, Yogyakarta: BPFE, 2002..

Ridwan, Muhammad, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004

E. Perilaku Konsumen

Peter, J. Paul, *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1999.

Prasetijo, Ristiyanti, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2005..

Sutrisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.

Swasta, Basu & Handoko, Hani, *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Liberty, 1992.

_____, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002.

F. Statistik

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineke Cipta, 2006.

- Hadi, Sutrisno, *Statistik Jilid 2*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- J. Supranto, *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*, Jakarta: PT. Rineke Cipta, 1998.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2004.

G. Skripsi

- Mariyam, Siti “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Atribut BMT Al-Ghifari Yogyakarta, Skripsi STIS Yogyakarta, 2002.
- Suhariyanti, Ummi Merdeka, “Sikap Konsumen terhadap Atribut-Atribut Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”, Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.
- Sumaerah, Siti, “Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut-Atribut PT. Alfa Gudang Rabat Yogyakarta”, Skripsi Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta, 2001.
- Ujiawan, Andi, “Analisis Kesehatan Keuangan di BMT Al-Fataa Ulujami Pemalang”, Laporan Praktek Kerja Lapangan, Prodi Keuangan Islam, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2005.

INSTRUMEN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan guna penyusunan skripsi pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka dengan kerendahan hati saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi angket berikut.

Atas kerjasama dan kesediaanya, sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih, semoga menjadi amal kebaikan yang akan diterima Allah SWT.

Amin

A. Data responden, beri tanda silang (x) jika ada alternatif jawaban.

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Umur.....tahun
3. Pendidikan terakhir Anda.....
4. Pekerjaan utama
 - a. Pelajar/mahasiswa
 - b. Pegawai negeri
 - c. Pegawai swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Lain-lain, sebutkan.....
5. Tingkat pendapatan atau uang saku Anda per bulan
Rp.....

B. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah semua pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *cheklist* pada kolom yang Anda anggap paling sesuai.

Keterangan :

SY : Sangat yakin

Y : Yakin

N : Netral

TY : Tidak yakin

STY : Sangat tidak yakin

Sebagai seorang nasabah tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa Ulujami

Anda merasa bahwa:

	Pertanyaan/pernyataan	Alternatif Pilihan				
		SY	Y	N	TY	STY
1.	Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa memberikan keuntungan bagi hasil yang adil.					
2.	Ketelitian petugas dalam mencatat jumlah keuntungan dan bagi hasil tidak diragukan.					
3.	Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa sesuai dengan syariat Islam karena menggunakan sistem bagi hasil.					
4.	Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa tidak menggunakan sistem bunga.					
5.	Uang saya terjamin keamanannya.					
6.	Menyimpan uang dalam tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa membuat saya tidak khawatir uang akan hilang					

	dibanding menyimpan di tempat lain.					
7.	Kerahasiaan saya sebagai nasabah terjamin.					
8.	Saya tidak khawatir jumlah tabungan diketahui orang lain.					
9.	BMT Al-Fataa memberikan pelayanan yang cepat terhadap nasabah tabungan Mudharabah.					
10.	BMT Al-Fataa memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah tabungan Mudharabah.					
11.	Biaya administrasi yang dikenakan rekening tabungan BMT Al-Fataa sangat murah.					
12.	Biaya administrasi yang dikenakan pada rekening tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa tidak memberatkan.					
13.	Citra tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa sebagai tabungan yang handal tidak diragukan.					
14.	Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa merupakan produk yang dapat dipercaya.					

C. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah semua pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *checkbox* pada kolom yang anda anggap paling sesuai.

Keterangan :

SS : Sangat setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak setuju

STS : Sangat tidak setuju

Setelah melakukan evaluasi terhadap produk tabungan Mudharabah di BMT

Al-Fataa, Anda berpendapat:

No .	Pertanyaan/pernyataan	Alternatif Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Sistem bagi hasil tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa lebih menarik dibanding produk tabungan Syariah lain.					
2.	Jarang terjadi petugas BMT Al-Fataa salah mencatat jumlah keuntungan atau bagi hasil yang didapat.					
3.	Dengan menabung di tabungan Mudharabah BMT Al-Fataa saya telah melaksanakan syariat Islam secara benar.					
4.	Dengan menabung di tabungan Mudharabah BMT Al-Fataa saya tidak berdosa karena tidak menggunakan sistem bunga.					
5.	Saya takut uang tidak kembali jika BMT Al-Fataa mengalami kerugian.					

6.	Uang saya lebih aman bila ditabung di tabungan Mudharabah BMtT Al-Fataa daripada disimpan di rumah.				
7.	Pihak BMT Al-Fataa memberikan jaminan kerahasiaan terhadap nasabah.				
8.	Saya tidak khawatir identitas saya sebagai nasabah diketahui oleh orang lain.				
9.	Pelayanan yang diberikan saat menabung /mengambil tabungan sangat cepat sehingga tidak menunggu lama.				
10.	Petugas di BMT Al-Fataa bersikap ramah dalam menghadapi nasabah.				
11.	Besarnya biaya administrasi yang ada pada rekening tabungan Mudharabah BMT Al-Fataa tidak tinggi.				
12.	Saya tidak merasa keberatan dengan biaya administrasi yang dikenakan pada nasabah tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa				
13.	Saya bangga menabung di tabungan Mudharabah BMT Al-Fataa.				
14.	Tabungan Mudharabah di BMT Al-Fataa adalah produk tabungan yang menarik di kecamatan Ulujami.				

D. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah ranking 1-7 dari atribut-atribut tabungan Muidharabah berikut dari yang terpenting (diberi ranking 1) sampai yang kurang penting menurut pertimbangan Anda.

No.	Atribut	Ranking
1.	Sistem bagi hasil yang adil
2.	Sesuai dengan syariah Islam
3.	Keamanan tabungan
4.	Kerahasiaan nasabah
5.	Kecepatan pelayanan
6.	Biaya administrasi
7.	Citra

CURRICULUM VITAE

Nama : Andi Ujiawan
Tempat/Tanggal Lahir : Pemalang, 5 Februari 1984
Alamat Asal : Desa Limbangan, Kec. Ulujami, Kab. Pemalang, Jawa Tengah, 52371.
Alamat di Yogyakarta : PP. Nurul Ummah, Jl. R. Ronggo 982, Kotagede, Yogyakarta.
Orang Tua
Ayah : H. Ahmad Zakaria
Pekerjaan : Pensiuun PNS
Ibu : Hj. Uswatun Hasanah
Pekerjaan : Ibu RT

Pendidikan Formal

SDN 3 Limbangan (1990-1996)
MTs.N Pemalang (1996-1999)
SMU Al-Muayyad Surakarta (1999-2002)
Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2002-sekarang)

Pendidikan Non Formal

MDA. Babul 'Ulum Desa Limbangan (1992-1995)
PP Salafiyah Pemalang (1996-1997)
PP Al-Muayyad Surakarta (1999-2002)
PP. Nurul Ummah (2002-sekarang)