

**SIKAP PNS**  
**TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BMT**  
( Studi Kasus Pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa Tengah)



Oleh:  
Hari Prihat Istianti, SE  
NIM: 07913005

TESIS  
Diajukan kepada Magister Studi Islam  
Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam

**YOGYAKARTA**  
**2010**

**SIKAP PNS**  
**TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BMT**  
( Studi Kasus Pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa Tengah)



Oleh:  
Hari Prihat Istianti, SE  
NIM: 07913005

Pembimbing:  
Drs. Yusdani, M.Ag

TESIS  
Diajukan kepada Magister Studi Islam  
Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam

**YOGYAKARTA**  
**2010**



PROGRAM PASCASARJANA FIAI  
MAGISTER STUDI ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta  
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

## **PENGESAHAN**

Nomor: 696/PS-MSI/Peng./V/2010

TESIS berjudul : **SIKAP PNS TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BMT  
(Studi Kasus pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa  
Tengah)**

Ditulis oleh : Hari Prihat Istianti

N. I. M. : 07913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu  
Ekonomi Islam

Yogyakarta, 12 Mei 2010  
Ketua Program





Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS



PROGRAM PASCASARJANA FIAI  
MAGISTER STUDI ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta  
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

## TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Hari Prihat Istianti  
Tempat/tgl.lahir : Purworejo, 16 April 1983  
N. I. M. : 07913005  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Judul Tesis : **SIKAP PNS TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BMT (Studi Kasus pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa Tengah)**

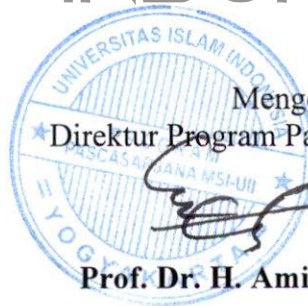
Ketua/Sekretaris: Drs. H. Asmuni, MA (.....)   
Pembimbing : Drs. Yusdani, M.Ag. (.....)   
Penguji : Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS (.....)   
Penguji : M. B. Hendri Anto, SE., M.Sc. (.....) 

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 5 Mei 2010

Pukul : 19.00–20.00 WIB

Hasil / Nilai : **87,00 / A**

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



Mengetahui  
Direktur Program Pascasarjana MSI UII

  
Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS



PROGRAM PASCASARJANA FIAI  
MAGISTER STUDI ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta  
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

**NOTA DINAS**  
No. : 849/PS-MSI/ND/V/2010

TESIS berjudul : **SIKAP PNS TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BMT**  
(Studi Kasus pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa Tengah)

Ditulis oleh : Hari Prihat Istianti

NIM : 07913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam Program Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 3 Mei 2010

Ketua Program,

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM**  
**INDONESIA**

Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS.

## PERSETUJUAN

TESIS berjudul : SIKAP PNS TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BMT  
(Studi Kasus Pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa  
Tengah )

Ditulis oleh : Hari Prihat Istianti, SE

NIM : 07913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat disetujui untuk diuji di hadapan Tim Penguji Tesis Magister Studi Islam  
Universitas Islam Indonesia.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Yogyakarta, 29 April 2010

Pembimbing,

Drs. Yusdani, M.Ag.

## MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

.....niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antarmu  
dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat,  
dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.....

(QS. Al Mujaadillah(58):11)

الْبَعْثُ إِلَى الْأَنْبِيَاءِ  
بِالْحَقِّ وَالْإِسْلَامِ

# UNIVERSITAS

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

# INDONESIA

.....Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui  
dengan orang-orang yang tidak mengetahui?"

Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.....

(QS. Az Zummar(39): 9)

.....*PERSEMBAHAN*.....

*Sebuah karya kecil ini khusus dipersembahkan untuk:*



*Mama tercinta*

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Sistem transliterasi huruf Arab ke dalam huruf Latin yang dipakai dalam penyusunan tesis berpedoman pada Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1988 Nomor. 157/1987 dan 0543.b/UU/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif		tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	za	z	Ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	za'	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	śad	ś	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	.d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	.t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	.z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef

ق	qaffa	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
هـ	Ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

**B. Konsonan Rangkap (karena syaddah), ditulis rangkap**

متعقدين                      ditulis *muta'addidīn*

عدة                              ditulis *'iddah*

**C. Ta'marbūtah di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

هبة                              ditulis *hibah*

جزية                              ditulis *jizyah*

**D. Vokal Pendek**

\_\_\_\_\_ (fathah)              ditulis a

\_\_\_\_\_ (kasrah)              ditulis i

\_\_\_\_\_ (dammah)              ditulis u

**E. Vokal Panjang**

1. Fathah + alif                      ditulis ā

جاهلية                              ditulis *jāhiliyyah*

2. Fathah + ya' mati                      ditulis ā

يسعى                              ditulis *yas'ā*

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 3. Kasrah + ya' mati | ditulis $\bar{i}$    |
| مد يد                | ditulis <i>madīd</i> |
| 4. Dammah + waw mati | ditulis $\bar{u}$    |
| فروض                 | ditulis <i>furūd</i> |

#### F. Vokal Rangkap

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. Fathah + ya' mati  | ditulis ai              |
| بينكم                 | ditulis <i>bainakum</i> |
| 2. Fathah + wawu mati | ditulis au              |
| قول                   | ditulis <i>qaul</i>     |

#### G. Vokal-vokal yang berurutan dalam satu kata dipisah dengan apostrof

- |           |                                |
|-----------|--------------------------------|
| انتم      | ditulis <i>a'antum</i>         |
| اعدت      | ditulis <i>u'iddat</i>         |
| لان شكرتم | ditulis <i>la'in syakartum</i> |

#### H. Kata sambung alif + lam

Kata sandang "ال" ditransliterasikan dengan "al" diikuti dengan tanda penghubung "-". Baik ketika bertemu dengan huruf *qamariyyah* maupun huruf *syamsiyyah*.

Contoh:

- |        |                          |
|--------|--------------------------|
| النساء | ditulis <i>an-Nisā'</i>  |
| القران | ditulis <i>al-Qur'ān</i> |

#### I. Huruf Kapital

Meskipun tulisan Arab tidak mengenai huruf kapital, tetapi dalam transliterasi huruf kapital digunakan untuk awal kalimat, nama diri, dan

sebagainya seperti ketentuan dalam EYD. Awal kata sandang pada nama diri tidak ditulis dengan huruf kapital, kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

Contoh:

وما محمد الا رسول

ditulis *Wa mā Muhammadun illā rasūl*



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum wr. wb*

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, berkah dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis, dengan judul **“Sikap PNS Terhadap Produk Pembiayaan BMT (Studi Kasus Pada Warga Perum Doplang, Purworejo, Jawa Tengah).**

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tesis ini, penulis telah mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun spirituil. Dengan rasa hormat dan kerendahan hati, pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, SH., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS. selaku Ketua Program Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
4. Bapak Drs. H. Asmuni Mth., MA. selaku Sekretaris Program Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

5. Bapak Drs. Yusdani, M.Ag selaku Dosen Pembimbing, yang telah berkenan memberikan waktu serta kesabarannya dalam membimbing, mendorong, serta mengarahkan penulis, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Staff serta Karyawan BMT BINAMAS, BMT An Nuur, PT. Sinar Waluyo, dan Kantor Kelurahan Doplang, yang telah memberikan data dan informasinya kepada penulis.
7. Seluruh Warga Perum Doplang, Purworejo, yang telah bersedia memberikan bantuannya kepada penulis.
8. Segenap Dosen, Staff dan Karyawan Kampus Magister Studi Islam.
9. Kedua Orang Tua, Kakak, Adik dan Keluarga, yang senantiasa memberikan bimbingan, dorongan, semangat, doa, serta limpahan kasih sayang kepada penulis.
10. Rekan-rekan seperjuangan di MSI UII, yang telah memberikan bantuan, serta melukiskan kenangan indah selama di bangku kuliah.

Akhirnya penulis berharap semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dan semoga sebuah karya kecil ini dapat memberikan manfaat.

Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, Mei 2010

Penulis



HARI PRIHAT ISTIANTI

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
ABSTRAK .....	xxiii
ABSTRACT .....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7

	D. Manfaat Penelitian.....	7
	E. Telaah pustaka .....	8
	F. Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
	A. Perilaku Konsumen .....	17
	1. Perilaku Konsumen .....	17
	2. Variabel-variabel Perilaku Konsumen .....	18
	B. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam...	30
	C. Sikap .....	37
	1. Pengertian Sikap .....	37
	2. Struktur Sikap .....	39
	3. Pembentukan dan Perubahan Sikap.....	40
	4. Karakteristik Sikap .....	42
	5. Fungsi Sikap .....	44
	D. Hipotesis .....	45
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
	A. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	46
	B. Populasi, Sampel dan Metode Penentuan Sampel .....	46
	C. Variabel Penelitian .....	47
	D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	48
	E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	51

	F. Teknik Analisis .....	52
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUM DOPLANG .....</b>	<b>57</b>
	A. Sejarah Berdirinya Perum Doplang .....	57
	B. Lokasi Perum Doplang .....	58
	C. Jumlah Penduduk.....	60
	D. Keadaan Sosial Ekonomi.....	60
	E. Kegiatan Keagamaan.....	61
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
	A. Analisa Deskriptif.....	63
	1. Karakteristik Responden.....	63
	2. Sikap PNS Terhadap Produk Pembiayaan BMT.....	67
	B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	75
	1. Uji Validitas.....	75
	2. Uji Reliabilitas.....	77
	C. Analisa Verifikatif.....	78
	1. Analisa Index Sikap.....	78
	2. Analisa Chi Square .....	86
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>101</b>
	A. Kesimpulan.....	101
	B. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA ..... 104

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Daftar Kuisisioner dan Pedoman Wawancara
2. Hasil Penyebaran Kuisisioner
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Karakteristik Responden
5. Tabel Chi Square
6. Uji Chi Square



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Jumlah Penduduk Perum Doplang .....	60
5.1 Jenis Kelamin Respoden .....	64
5.2 Umur Responden .....	64
5.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden .....	65
5.4 Penghasilan / Pendapatan per Bulan .....	65
5.5 Jenis Produk BMT yang Dipilih .....	66
5.6 Alasan Memilih Produk BMT .....	66
5.7 Tingkat Penilaian PNS dalam Menyikapi Produk Pembiayaan BMT .....	67
5.8 Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Syarat Administrasi Mudah.....	68
5.9 Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Keramahan Pelayanan Pegawai BMT Kepada Nasabah.....	70
5.10 Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Keyakinan Untuk Menghindari Riba.....	71
5.11 Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Produk Pembiayaan BMT sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat .....	73
5.12 Hasil Uji Validitas .....	76
5.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	77

5.14 Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Syarat	
Administrasi yang Mudah.....	80
5.15 Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Keramahan	
Pelayanan Pegawai BMT kepada Nasabah.....	81
5.16 Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Keyakinan untuk	
Menghindari Riba .....	82
5.17 Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Produk yang	
Ditawarkan BMT Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat .....	83
5.18 Tabel Ranking Sikap Responden.....	84
5.19 Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Variabel Syarat Administrasi yang	
Mudah .....	86
5.20 Hasil Uji Chi Square Pada Variabel Keramahan Pelayanan	
Pegawai BMT Kepada Nasabah .....	89
5.21 Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Variabel Keyakinan untuk	
Menghindari Riba .....	92
5.22 Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Variabel Produk yang sesuai	
dengan kebutuhan .....	96
5.23 Tabel Hasil Analisa Chi Square .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Teori Mashlahah .....	37
4.1 Denah Lokasi Perum Dopleng Purworejo .....	59



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

I Daftar kuesioner dan Pedoman Wawancara

II Hasil Penyebaran Kuesioner

III Hasil uji validitas dan uji reliabilitas

IV Hasil uji karakteristik responden

V Tabel Chi Square

VI Hasil uji Chi Square



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## ABSTRAK

“Sikap PNS terhadap Produk Pembiayaan BMT  
(Studi Kasus Pada Warga Perum Dopleng, Purworejo, Jawa Tengah”  
Oleh: Hari Prihat Istianti

Kata kunci: Riba, sikap PNS, BMT.

*Tujuan peneliti mengambil judul tersebut adalah untuk menjelaskan alasan apa yang paling mempengaruhi PNS dalam mengajukan pembiayaan di BMT, dan untuk menganalisis sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT, dilihat dari perbedaan karakteristik PNS. Adapun atribut atau variabel yang diukur meliputi; syarat administrasi yang mudah, keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah, keyakinan untuk menghindari riba, dan produk yang ditawarkan BMT sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sedangkan karakteristik responden yang diukur adalah jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, pendapatan tiap bulan, jenis produk yang dipilih, dan alasan memilih produk BMT.*

*Peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu alasan apa yang paling mempengaruhi sikap PNS untuk mengajukan pembiayaan di BMT, dan apakah ada perbedaan sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT berdasarkan karakteristik PNS. Pengukuran penilaian konsumen tersebut berdasarkan dari skor penilaian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 110 responden. Kemudian hasil kuesioner tersebut diolah menggunakan rumus mean aritmatic, Chi Square dan korelasi kontingensi.*

*Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa atribut atau variabel yang paling mempengaruhi PNS untuk mengajukan pembiayaan di BMT adalah keyakinan untuk menghindari riba. Sedangkan dilihat dari hasil analisis Chi Square, terdapat perbedaan sikap PNS yang signifikan terhadap produk pembiayaan BMT. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak BMT sebagai bahan pertimbangan dalam memajukan BMT, dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi akademisi yang akan mengadakan penelitian serupa.*

## ABSTRACT

*The Civil Servant's Attitude toward funding product of BMT  
( a case study on the society in Doplang Housing, Purworejo, Central Java)*

*By: Hari Prihat Istianti*

*Key word: usury, civil servant's attitude, BMT*

*The writer's goal of taking this title is to explain what the most influential reason on Civil Servant's to propose a fundings product in BMT, and to analyze the attitude of Civil Servants toward fundings product of BMT viewed from their different characteristic. The measured variables include; easy administrasive requirement, hospitality in service from BMT staffs to customers, belief in avoiding usury, and product offered by BMT suitable with the need of society. Whereas the measured characteristic of the respondents is gender, age, educational background, monthly wage, selected product, and reason in choosing the product of BMT.*

*The case identified by the writer in this research is what the most influential reason on Civil Servants to propose the funding in BMT, and there is different attitude of Civil Servants toward the funding product from BMT based on the Civil Servant's characteristic. The measurement of the customers rating was based on the rating score of questioners administered to 110 respondents. Then the result of the questioners was processed by means of a formula of mean aritmatic, Chi Square and contingency correlation.*

*The result of this study indicated that the most influential variable on Civil Servants to propose a funding in BMT was the belief in avoiding usury. While viewed from the result of the Chi Square analysis, there was a significantly different attitude of Civil Servants toward funding product from BMT. It is expected that this assessment could be either useful consederation for BMT staffs in improving BMT or references for academic person to do similar studies.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, semakin mengalami peningkatan yang cukup berarti. Perkembangan ini tidak terlepas dari alasan pokok keberadaan sistem ekonomi syariah, yaitu keinginan dari masyarakat muslim untuk *kaffah* dalam menjalankan ajaran Islam, dengan menjalankan seluruh aktivitas dan transaksi ekonominya sesuai dengan ketentuan syariah.

Di Indonesia, sistem perekonomian yang sesuai dengan prinsip syariah sebenarnya telah dipraktikkan dan melembaga sejak lama. Masyarakat Indonesia telah mengenal ekonomi syariah jauh sebelum sistem kapitalis dikenal bangsa ini melalui para pedagang Eropa pada abad ke-17. Jejaknya masih bisa kita lihat di pedesaan, dimana praktik bagi hasil dalam pertanian antara pemilik lahan dan petani penggarap masih tetap berlangsung. Dalam perkembangannya, bahkan sempat memiliki peran secara nasional, terbukti dengan terbentuknya Sarekat Dagang Islam pada tahun 1909. Dalam perkembangannya, ekonomi syariah mengalami pasang surut dan baru mulai menunjukkan geliatnya akhir-akhir ini.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> M. Luthfi Hamidi, *Jejak-jejak Ekonomi Syariah, Cet. II*, ( Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003), hal. iv – v.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap keberadaan sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah mendapat respon positif dari pemerintah yang antara lain melalui dikeluarkannya UU No. 7 tahun 1992, tentang Perbankan yang menetapkan bahwa perbankan di Indonesia menganut *Dual Banking Sistem*, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Perundang-undangan tersebut selanjutnya disempurnakan dengan UU No. 10 tahun 1998, guna memberikan landasan hukum yang lebih jelas bagi operasional perbankan syariah nasional.<sup>2</sup>

Perkembangan ekonomi syariah sangat diwarnai oleh perkembangan perbankan syariah yang diawali dengan berdirinya tiga BPRS di Bandung, yaitu PT BPRS Berkah Amal Sejahtera dan PT BPRS Dana Mardatilah pada tanggal 19 Agustus 1991, serta PT BPRS Amanah Rabbaniyah pada tanggal 24 Oktober 1991. Selain itu, pada tanggal 10 November 1991, juga telah berdiri PT BPRS Hareukat di Nangroe Aceh Darussalam. Selanjutnya, PT Bank Muamalat Indonesia yang beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 menjadi bank umum pertama yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>3</sup>

Konsep yang dimiliki oleh BPRS ternyata kurang mampu menjangkau kebutuhan riil masyarakat di daerah-daerah pedesaan. Sistem yang diterapkan masih kaku, dan pelayanan kredit masih mempersyaratkan adanya jaminan yang tidak dapat disediakan oleh pengusaha kecil. Seiring dengan itu, lahirlah suatu

---

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> *Ibid.*

lembaga keuangan non bank yang prinsip kerjanya berdasarkan syariat Islam, yang disebut dengan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), yang terkadang disebut juga Balai Usaha Mandiri Terpadu (BMT). Pemasyarakatan konsep BMT ini . diluncurkan dan diresmikan oleh Ketua Umum Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dalam muktamar ICMI yang ke-2 pada tahun 1995.<sup>4</sup>

BMT adalah lembaga pendukung peningkatan kualitas usaha ekonomi pengusaha mikro dan pengusaha kecil bawah berdasarkan sistem syariah. BMT terdiri atas dua lembaga, yaitu Baitul Mal dan Baitut Tamwil. Baitul Mal adalah lembaga yang kegiatannya menerima dan menyalurkan dana zakat, infak, dan sadaqah. Sedangkan Baitut Tamwil adalah lembaga yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas usaha ekonomi pengusaha kecil bawah dan mikro, dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan usaha ekonomi.<sup>5</sup>

Produk-produk yang ditawarkan BMT pada dasarnya terdiri dari dua jenis, yaitu produk pengumpulan dana dan produk penyaluran dana. Produk pengumpulan dana biasanya berupa simpanan dari anggota, dapat berupa simpanan mudharabah, titipan ZIS (zakat, infak dan shadaqah), simpanan wadiah, serta produk simpanan lainnya yang dikembangkan sesuai dengan lingkungan

---

<sup>4</sup> Jimly Asshiddiqie, "Penerapan dan Pemasyarakatan Sistem Perbankan Syariah di Indonesia", (Jakarta:2000), hal. 2.

<sup>5</sup> Muhamad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Cet.1 (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 113-114.

dimana BMT itu berada.<sup>6</sup> Sedangkan produk penyaluran dana, berupa pinjaman, atau biasanya disebut dengan pembiayaan. Pembiayaan di BMT memang diprioritaskan untuk para pengusaha kecil dan sektor informal untuk kepentingan usaha, akan tetapi BMT juga tidak menutup kesempatan bagi para pegawai untuk mengajukan pembiayaan di sana.<sup>7</sup>

BMT bukan hanya sebuah lembaga yang berorientasi bisnis, tetapi juga memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan social. BMT merupakan lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara adil dan merata. Oleh karena itu BMT menjadi harapan bagi masyarakat atau UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk mendapatkan pembiayaan. Masyarakat menengah ke bawah biasanya mengalami kesulitan dalam memperoleh dana pembiayaan untuk memperluas usahanya, dalam hal ini BMT mampu menjangkauanya dengan syarat-syarat yang mudah, tetapi tetap tanpa menghilangkan unsur kehati-hatian dalam penyaluran pembiayaan tersebut.<sup>8</sup>

Seperti yang telah disebutkan di muka, bahwa BMT tidak hanya diperuntukkan bagi para pengusaha, tetapi para pegawai (Pegawai Negeri Sipil/PNS) juga dapat memanfaatkan jasa-jasa dari BMT, baik berupa simpanan maupun dalam bentuk pembiayaan. PNS merupakan pegawai yang bekerja pada instansi pemerintah.

---

<sup>6</sup> A. Djazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat: Sebuah Pengenalan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hal.191-192.

<sup>7</sup> Brosur KJKS BMT Binamas Purworejo.

<sup>8</sup> Trio Afandi, "Peran Pemberdayaan BMT", dikutip dari <http://www.google.com/blog> ekonomi syariah/accesed 1 September 2009.

Dalam hal penggunaan jasa perbankan, terutama untuk pengajuan pembiayaan, mayoritas masih memanfaatkan jasa perbankan konvensional. SK (Surat Keputusan) pengangkatan kerja PNS dapat dijadikan sebagai jaminan untuk pengajuan pembiayaan pada bank konvensional. Kemudahan inilah yang membuat mereka masih condong ke perbankan konvensional daripada perbankan syariah.

Di kota Purworejo, hingga saat ini masih belum terdapat bank syariah maupun BPR syariah. Dalam penggunaan jasa perbankan, masyarakatnya masih didominasi oleh perbankan konvensional. Akan tetapi, bagi masyarakat muslim yang menginginkan layanan jasa lembaga keuangan syariah, sudah bisa memanfaatkan BMT. Terdapat sekitar 13 BMT yang sudah beroperasi di sana, dan yang sudah terdaftar dalam Forum BMT Purworejo ada 6 BMT, yaitu BMT Binamas, BMT Amanah Awu-awu Ngombol, BMT An Nur, BMT An Nawawi, BMT Nurul Wahid dan BMT Barokah.<sup>9</sup>

Penelitian ini akan membahas mengenai sikap PNS terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT. Peneliti memilih warga Perum Dopleng Purworejo sebagai objek penelitian, karena mayoritas warga di sana berprofesi sebagai PNS, dan beragama Islam. Peneliti juga sudah mengadakan pengamatan dan wawancara awal terhadap 10 warga Perum Dopleng mengenai produk pembiayaan BMT, dan ternyata 7 diantaranya telah memanfaatkan produk

---

<sup>9</sup> Sekarningtyas Argorini di Purworejo, tanggal 14 Oktober 2009.

pembiayaan di BMT.<sup>10</sup> Hal ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai sikap PNS di sana.

Sikap atau perilaku konsumen (dalam hal ini adalah PNS) dalam menilai suatu produk, terkadang berbeda-beda antara individu satu dengan yang lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh adanya perbedaan karakteristik antar individu. Dalam penelitian ini, karakteristik PNS yang akan diteliti sebanyak empat kriteria, yaitu: jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan dan tingkat penghasilan.

Sedangkan atribut atau karakteristik BMT yang dijadikan sebagai alasan PNS memilih produk pembiayaan di BMT, yang diteliti, meliputi: syarat administrasi yang mudah, keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah, keyakinan untuk menghindari riba, produk pembiayaan yang ditawarkan BMT sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Antara kedua karakteristik tersebut, diharapkan dapat di ketahuai hubungan dan derajat keterkaitannya terhadap produk pembiayaan di BMT. Atas dasar itulah maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Sikap PNS Terhadap Produk Pembiayaan BMT (Studi Kasus Pada Warga Perum Dopleng, Purworejo, Jawa Tengah)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat dikemukakan permasalahan sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Warga Perum Dopleng di Purworejo, tanggal 12-13 Oktober 2009.

1. Alasan apa yang paling mempengaruhi sikap PNS untuk mengajukan pembiayaan di BMT?
2. Apakah ada perbedaan sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT, berdasarkan karakteristik PNS?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan alasan apa yang paling mempengaruhi sikap PNS untuk mengajukan pembiayaan di BMT.
2. Untuk menganalisis perbedaan sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT, dilihat dari karakteristik-karakteristik PNS.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan penerapan teori dan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh peneliti selama mengikuti perkuliahan. Serta diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti.

2. Bagi Lingkungan Akademik

Laporan penelitian ini semoga dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi para peneliti-peneliti selanjutnya, yang akan mengadakan penelitian serupa.

#### E. Telaah Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumen, sebelumnya telah banyak dilakukan, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Sholihin pada tahun 1999. penelitiannya berjudul “ Perilaku konsumen terhadap Produk BMT ( Studi Kasus di BMT Kharisma, Magelang, Jawa Tengah )”, dengan sampel sebanyak 150 responden, dan pengujian datanya menggunakan uji chi square. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif apa yang paling mempengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah BMT, dan untuk mengetahui produk apa yang paling diminati konsumen. Kesimpulan yang dihasilkan adalah motif atau atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih BMT Kharisma yang paling utama yaitu untuk menghindari riba, dan produk pembiayaan yang paling banyak diminati konsumen adalah Bai Bitsaman Ajil.<sup>11</sup>

Pada tahun 2002, Madnasir mengadakan penelitian serupa tentang “ Analisis Perilaku Konsumen BPR Syariah Sakai Sembayan, kecamatan Natar Lampung Selatan, Lampung”. Madnasir mengambil 100 responden sebagai sampelnya, 20 diantaranya diambil dari responden uji coba kuesioner yang telah lulus uji validitas dan uji reliabilitas. 50 responden merupakan nasabah BPR Syariah dan

---

<sup>11</sup> Sholihin, “Perilaku Konsumen Terhadap Produk BMT (Studi Kasus di BMT Kharisma, Magelang, Jawa Tengah)”, *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII, 1999, hal.93-94.

sisanya merupakan nasabah non BPR Syariah. Dari penelitian tersebut dihasilkan kesimpulan bahwa atribut yang dimiliki oleh BPR Syariah belum sepenuhnya dapat menarik respon konsumen non BPR Syariah untuk menabung atau bermitra dengan Bank Syariah. Untuk itu perlu ditingkatkan penyempurnaan ketentuan manajemen bank dan program sosialisasi kepada masyarakat, serta perlu adanya peningkatan keahlian SDM.<sup>12</sup>

Penelitian serupa dilakukan oleh Muhibbuddin, S.Ag pada tahun 2002, dengan judul “ Tanggapan Masyarakat terhadap Bank Syariah ( Studi atas Bank Muamalat Makasar )”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat Makasar dengan dibukanya Bank Muamalat di sana. Hasil dari penelitian ini adalah masih banyak masyarakat belum mengetahui tentang keberadaan bank syariah, masih banyak masyarakat yang ragu-ragu dengan penerapan konsep anti riba pada bunga bank.<sup>13</sup>

Penelitian lain dilakukan oleh Fitrianto Teguh Samodro, dengan judul “ Analisis Sikap dan Penilaian Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Otobis Maratama. Penelitian ini mengambil 100 responden sebagai sampelnya, pengujian data menggunakan uji kai kuadrat atau biasa disebut dengan uji chi square.tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut apa yang paling

---

<sup>12</sup> Madnasir, “Analisis Perilaku Konsumen BPR Syariah Sakai Sembayan Kecamatan Natar Lampung Selatan, Lampung”, *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII, 2002, hal. 88.

<sup>13</sup> Muhibbuddin, “Tanggapan Masyarakat Terhadap Bank Styariah (Studi atas Bank Muamalat Makasar)”, *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII, 2002, hal. 111-113.

berperan dalam pembentukan sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan PO Maratama. Dan setelah diadakan pengujian, didapatkan hasil bahwa keamanan dan keselamatan merupakan atribut yang sangat berpengaruh dalam menentukan sikap dan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan.<sup>14</sup>

Penelitian lain yang serupa juga dilakukan oleh Titin Herlina. Penelitian tersebut dilakukan berdasarkan pada kenyataan bahwa perkembangan perbankan syariah Yogyakarta mengalami kelambanan, ini bisa dilihat dari jumlah Lembaga Keuangan Syariah yang terdapat di Yogyakarta. Di Yogyakarta baru terdapat 2 BPRS dan 65 BMT. Sedangkan DKI Jakarta sudah memiliki 19 BPRS dan 165 BMT, dan daerah Bandung 16 BPRS, 697 BMT. Dilihat dari ketiga daerah yang berpotensi di atas, maka daerah Yogyakarta termasuk daerah yang lamban dalam perkembangan perbankan syariah. Sedangkan perkembangan program Ekonomi Islam di Perguruan Tinggi di Yogyakarta akhir-akhir ini mengalami kemajuan yang cukup berarti. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya perguruan tinggi yang membuka program ekonomi Islam, seperti IAIN, STIS, STAIN, dan UMY. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah: untuk mengetahui sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap perbankan Syariah Yogyakarta, dan ada tidaknya perbedaan sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap perbankan syariah dilihat dari karakteristik jenis kelamin, asal perguruan tinggi, dan angkatan.

---

<sup>14</sup> Fitrianto Teguh Samodro, "Sikap dan Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Otobis Maratama", *Skripsi*, Yogyakarta: UII, 2003, hal. 107.

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan *frame sampling* mahasiswa yang telah mempelajari ekonomi Islam atau yang pernah kursus ekonomi Islam. Adapun teknik dan metode pengumpulan data dalam penelitian tersebut adalah kuesioner. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan analisis *chi square*.

Hasil penelitian ditemukan bahwa: sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap perbankan syariah sangatlah mendukung, ini terlihat dari banyaknya sikap positif mahasiswa ekonomi Islam. Hasil penelitian yang kedua adalah bahwa sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap perbankan syariah Yogyakarta dilihat dari jenis kelamin tidak mengalami perbedaan, sedangkan dilihat dari asal perguruan tinggi terdapat perbedaan dengan korelasi lemah sebesar 0,37, sedang dilihat dari angkatan tidak mengalami perbedaan sikap.<sup>15</sup>

Pada tahun 2005, Karsinem mengadakan penelitian tentang “Analisis Sikap Madrasah Aliyah Ali Maktum Yogyakarta terhadap Bank Syariah”. Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh perkembangan bank syariah di Indonesia, dibuktikan dengan semakin marak dan luasnya jaringan bank syariah, baik yang merupakan jaringan dari bank umum syariah, maupun bank umum konvensional yang sudah mempunyai unit syariah. Bank syariah memiliki peluang yang cukup besar dan mendapatkan respon yang positif dari dunia perbankan yang ada di Indonesia. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pemahaman siswa,

---

<sup>15</sup> Titin Herlina, “Sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap perbankan syariah Yogyakarta”, *Skripsi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Syariah, 2004, hal. v.

untuk mengetahui sikap siswa, dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap siswa berdasarkan jurusan agama, IPA, dan IPS terhadap bank syariah.

Metode penelitian tersebut menggunakan desain penelitian lapangan (*field Research*), dengan pendekatan *survey*. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa Madrasah Ali Maksu yang berjumlah 550 siswa. Teknik sampling dengan *convenience sampling*, keseluruhan sampel siswa kelas 3 yang berjumlah 123 siswa. Skala instrument dengan *skala likert*, sedangkan uji instrument validitas dengan *korelasi product momen*, dan uji reliabilitas dengan teknik uji *statistic cronbach alpha*. Teknik pengumpulan data dengan metode angket (*metode questionnaire*). Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan estimasi interval dan analisis *chi square (X<sup>2</sup>)*.

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis deskriptif, tentang pemahaman siswa terhadap bank syariah dapat dikategorikan baik. Sedangkan sikap siswa Madrasah Aliyah Ali Maksu terhadap bank syariah dapat dikategorikan positif.<sup>16</sup>

Wahyu Purwandari mengadakan penelitian dengan judul “ Respon dan Persepsi Dosen Perguruan Tinggi Ekonomi Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap Keputusan Beli Jasa Bank Syariah “. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 65 orang, yang berprofesi sebagai dosen tetap pada UII, UIN Sunan Kalijaga, UMY, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Yogyakarta, dan STEI Hamfara.

<sup>16</sup> Karsinem, “Analisis Sikap Siswa Madrasah Aliyah Ali maksu Yogyakarta terhadap Bank Syariah”, *Skripsi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ekonomi Islam, 2005, hal.v.

Penelitian ini meneliti bagaimana respon dan persepsi dosen tentang fatwa MUI yang berkaitan dengan haramnya bunga Bank, serta pengaruhnya terhadap keputusan beli jasa pada Bank Syariah.<sup>17</sup>

Penelitian lainnya dilakukan oleh Sri Mulyani, “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada BRI Syariah Cabang Solo)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap nasabah terhadap keberadaan produk tabungan yang dikeluarkan oleh BRI Syariah Cabang Solo, berdasarkan karakteristik yang ada pada tabungan tersebut, dan untuk mengetahui alasan apa yang membuat nasabah tertarik untuk menabung disana. Analisis datanya menggunakan uji *chi square*, dengan mengambil sampel sebanyak 60 responden yang merupakan nasabah pada BRI Syariah Cabang Solo.

Dari hasil analisis data dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat keterkaitan antara karakteristik konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, profesi, dan pendidikan dengan karakteristik produk jasa perbankan syariah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Solo, dan Sistem bagi hasil merupakan karakteristik produk perbankan syariah yang berpengaruh dominan terhadap ketertarikan konsumen untuk menabung di bank syariah.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Wahyu Purwandari, “Respon Dan Persepsi Dosen Perguruan Tinggi Ekonomi Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap Keputusan Beli Jasa Bank Syariah”, *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII, 2007.

<sup>18</sup> Sri Mulyani, “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada BRI Syariah Cabang Solo)”, *Skripsi*, Surakarta: STAIN Surakarta, 2007.

Penelitian berikutnya berjudul “ Analisis Sikap Nasabah terhadap Produk Bank Muamalat Indonesia ( Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia cabang Surabaya )” yang dilakukan oleh H. Alfred L. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik dan sikap nasabah BMI, serta untuk mengetahui apakah perbedaan karakteristik tersebut mempengaruhi perbedaan sikap terhadap produk BMI. Setelah dilakukan analisis data dengan menggunakan uji-Z diperoleh hasil bahwa nasabah BMI memiliki karakteristik yang sangat beragam, dan nasabah BMI memiliki sikap sangat positif terhadap produk BMI termasuk pelayanannya, namun dari analisis variasi ternyata tidak ada perbedaan sikap yang bersumber dari perbedaan karakteristik nasabah.<sup>19</sup>

Penelitian lainnya dilakukan oleh Drs. Iding Bai Muizin, dengan judul “ Respon Karyawan KUA terhadap Perbankan Syariah ( Studi Pada Karyawan KUA di Kabupaten Lebak Banten )”. Ternyata karyawan KUA memandang keberadaan Bank Syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional, hal ini berakibat hilangnya kepercayaan para karyawan terhadap perbankan syariah. Untuk itu, Drs. Iding menyarankan agar pihak perbankan bekerjasama dengan

---

<sup>19</sup> H.Alfred L, “Analisis Sikap Nasabah Terhadap Produk Bank Muamalat Indonesia (Satudi Pada BMI Cabang Surabaya)”, *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII, 2002, hal. 98.

para tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk meningkatkan program sosialisasi kepada masyarakat.<sup>20</sup>

## F. Sitematika Pembahasan

### 1. Bab I

Pada penelitian ini, bab I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan. Latar belakang masalah mengemukakan tentang alasan-alasan yang menguatkan peneliti untuk mengadakan penelitian ini, dan menjelaskan tentang atribut apa saja yang akan dijadikan bahan penelitian. Kemudian setelah dijelaskan mengenai latar belakang diadakannya penelitian ini, peneliti membuat rumusan masalah. Rumusan masalah, berisi tentang masalah-masalah yang dikemukakan oleh peneliti, yang kemudian akan diteliti lebih lanjut untuk mendapatkan hasil penelitian. Rumusan masalah ini didapatkan berdasarkan hasil survey di lapangan pada saat mengadakan pengamatan awal. Hasil yang diperoleh tersebut merupakan tujuan dari penelitian. Setelah didapatkan hasil penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian serupa yang pernah dilakukan oleh peneliti

---

<sup>20</sup> Iding Bai Muizin, "Respon Karyawan KUA Terhadap Perbankan Syariah (Studi pada karyawan KUA di Kabupaten Lebak Banten)", *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII, 2009.

sebelumnya. Pada bagian terakhir bab I, terdapat sistematika pembahasan yang menjelaskan tentang runtutan isi keseluruhan dari laporan penelitian.

## 2. Bab II

Bab II berisi tentang kajian pustaka. Pada bab ini, menguraikan tentang, kerangka teori yang digunakan oleh peneliti, serta hipotesis penelitian. Kerangka teori merupakan teori-teori yang digunakan sebagai landasan atau pertimbangan oleh peneliti dalam mengadakan penelitian ini, dan digunakan sebagai landasan dalam menentukan hipotesis penelitian.

## 3. Bab III

Pada bab III, akan dijelaskan mengenai metode penelitian. Bab ini berisi tentang gambaran umum lingkungan penelitian serta menjelaskan runtutan cara-cara diadakannya penelitian dari awal sampai akhir.

## 4. Bab IV

Bab ini merupakan inti pokok dari penelitian, karena dalam bab ini memuat hasil analisis data dan pembahasannya.

## 5. Bab V

Bab V merupakan bab penutup, yang berisi tentang kesimpulan dari penelitian, serta saran-saran dari peneliti bagi para pihak yang terkait dengan penelitian ini.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumen

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Agar perusahaan dapat menciptakan produk dan melayani konsumen dengan baik, maka perusahaan perlu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pemahaman atas perilaku konsumennya. Perilaku konsumen dapat diartikan dalam berbagai arti yang berbeda-beda antara buku yang satu dengan buku yang lainnya. Perilaku konsumen adalah studi yang mengacu pada perilaku bahwa konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan melempar produk dan jasa dengan harapan untuk mencukupi kebutuhannya.<sup>21</sup>

Pengertian yang lain, perilaku konsumen merupakan perkembangan dari psikologi konsumen dalam penelitian yang merupakan perluasan pengambilan keputusan konsumen dalam bidang perilaku ekonomi dan psikologi ekonomi.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, fifth edition, (USA: Prentice Hall International Edition, 1997), hal. 7.

<sup>22</sup> Anne Anastasi, *Field of Applied Psychology*, second edition, (Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha Ltd. 1979), hal. 281.

Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan oleh seseorang dalam menilai, memperoleh, menggunakan, atau meninggalkan produk dan jasa.<sup>23</sup>

Dalam buku lain, perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>24</sup>

## 2. Variabel-variabel Perilaku Konsumen

### a. Faktor-faktor Ekstern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi berbagai lapisan masyarakat di mana ia dilahirkan dan dibesarkan. Ini berarti konsumen yang berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda. Faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi konsumen yaitu:<sup>25</sup>

#### 1) Kebudayaan (*culture*) dan Kebudayaan Khusus (*subculture*)

<sup>23</sup> David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, *Consumer Behavior*, fourth edition, (New York; McGraw- Hill International Edition, 1993), hal. 7.

<sup>24</sup> James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, edisi keenam, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), hal. 3.

<sup>25</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, edisi pertama, (Yogyakarta: BPF, 2008), hal. 58.

Mempelajari perilaku konsumen adalah mempelajari perilaku manusia. Sehingga perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan, yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa di pasar.

Kebudayaan adalah symbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.<sup>26</sup>

Definisi lain, kebudayaan (kultur) adalah faktor penentu yang paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang.<sup>27</sup>

Sedangkan yang dimaksud dengan kebudayaan khusus adalah kebudayaan yang khusus ada, pada suatu golongan masyarakat, yang berbeda dari kebudayaan golongan masyarakat lain maupun kebudayaan seluruh masyarakat.<sup>28</sup>

Bidang pemasaran, baik pemasaran barang maupun pemasaran di bidang jasa, seharusnya benar-benar memahami tentang perbedaan kebudayaan konsumen.

## 2) Kelas Sosial (*social class*)

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 59.

<sup>27</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 7.

<sup>28</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal. 61.

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Mereka dibedakan oleh perbedaan status sosioekonomi yang berjajar dari yang rendah hingga yang tinggi. Status kelas social kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.<sup>29</sup>

Masyarakat kita pada dasarnya dapat dikelompokkan kedalam tiga golongan, yaitu:<sup>30</sup>

a) Golongan Atas

Yang termasuk dalam kelas ini antara lain: pengusaha-pengusaha kaya, pejabat-pejabat tinggi.

b) Golongan Menengah

Yang termasuk dalam kelas ini antara lain: karyawan instansi pemerintah, pengusaha menengah.

c) Golongan Rendah

Yang termasuk dalam kelas ini antara lain: buruh-buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak, dan pedagang kecil.

<sup>29</sup> James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Perilaku.*, hal. 47.

<sup>30</sup> Basu Swastha, "Azas-azas Marketing", diedit dalam Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, edisi pertama, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hal.64.

Perilaku kelas social yang satu berbeda dengan kelas social yang lain, karena golongan social ini menyangkut aspek-aspek sikap yang berbeda-beda dalam perilaku pembeliannya.

### 3) Kelompok Sosial (*social group*) dan Kelompok Referensi (*reference group*)

Kelompok social adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan diantara mereka.<sup>31</sup>

Sedangkan yang dimaksud dengan kelompok referensi (*reference group*) adalah kelompok social yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya.<sup>32</sup>

Kelompok referensi atau kelompok acuan (*reference group*) memberikan standar (norma) dan nilai yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang berpikir atau berperilaku.<sup>33</sup>

Tiga bentuk pengaruh kelompok referensi atau kelompok acuan yang mempengaruhi pilihan konsumen, yaitu:<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal.66.

<sup>32</sup> *Ibid.*, hal.68.

<sup>33</sup> James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Perilaku.*, hal.167.

a) Pengaruh *Utilitarian* (normatif)

Pengaruh kelompok acuan dapat diekspresikan melalui tekanan untuk tunduk pada norma kelompok, oleh karena itu lazim untuk mengacu pada pengaruh normatif . Yang dimaksud dengan norma kelompok adalah harapan stabil yang dicapai melalui consensus berkenaan dengan kaidah perilaku untuk anggota individual.

b) Pengaruh nilai-ekspresif

Pengaruh nilai-ekspresif dimaksudkan untuk menaikkan citra di mata orang lain.

c) Pengaruh informasi

Untuk menarik pelanggan, biasanya pemasar memanfaatkan iklan sebagai alat komunikasi, dengan menonjolkan jurubicara yang ahli sebagai daya tarik *persuasive primer*.

4) Keluarga (*family*)

Keluarga sangat penting di dalam studi perilaku konsumen karena dua alasan. Pertama, keluarga adalah unit pemakaian dan pembelian

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, hal.170-174.

untuk banyak produk konsumen. Kedua, keluarga adalah pengaruh utama pada sikap dan perilaku individu.<sup>35</sup>

b. Faktor-faktor Internal yang Menentukan Perilaku

Selain faktor-faktor lingkungan ektern, faktor-faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu, sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Faktor-faktor psikologis yang menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen adalah:<sup>36</sup>

1) Motivasi

Secara definitif dapat dikatakan bahwa motif adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.<sup>37</sup> Motif-motif manusia dalam melakukan pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya dapat dibedakan sebagai berikut:<sup>38</sup>

a) Motif pembelian primer dan selektif

Motif pembelian primer (*primary buying motive*) adalah motif yang menimbulkan perilaku pembelian terhadap kategori-kategori

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hal.230.

<sup>36</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal.77.

<sup>37</sup> *Ibid.*, hal.78.

<sup>38</sup> *Ibid.*,hal. 79.

umum (biasa) pada suatu produk, seperti membeli televisi atau pakaian.

Sedangkan motif pembelian selektif (*selective buying motive*) adalah motif yang mempengaruhi keputusan tentang model dan merek dari kelas-kelas produk, atau macam penjual yang dipilih untuk suatu pembelian.

b) ~~Motif rasional dan emosional~~

Motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen.

Motif emosional adalah motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu, seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan kepraktisan.

2) Pengamatan

Pengamatan adalah suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya. Terjadinya pengamatan ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau dan sikap

sekarang dari individu. Hasil dari pengalaman individu akan membentuk suatu pandangan tertentu terhadap suatu produk.<sup>39</sup>

### 3) Belajar

Belajar adalah proses dimana individu-individu mengorganisasikan penguasaan dan pengalamannya sehingga menyebabkan perubahan yang permanen dalam perilakunya.<sup>40</sup> Belajar juga dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.

Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan sebuah proses belajar, di mana hal ini sebagai bagian dari hidup konsumen. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa kecewakan oleh produk yang kurang baik.<sup>41</sup>

### 4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara bertingkah laku, terutama

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, hal.84-85.

<sup>40</sup> David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, *Consumer .*, hal. 438.

<sup>41</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal.86-87.

sebagaimana tingkah lakunya dapat dijelaskan oleh orang lain dengan cara yang cukup konsisten (tetap).<sup>42</sup>

Ada tiga unsur pokok dalam kepribadian individu, yaitu:<sup>43</sup>

- a) Pengetahuan, yaitu unsur-unsur yang mengisi akal dan alam jiwa seorang manusia yang sadar, secara nyata terkandung dalam otaknya.
- b) Perasaan, yaitu suatu keadaan dalam kesadaran manusia yang karena pengaruh pengetahuannya dinilainya sebagai keadaan positif dan negatif.
- c) Dorongan naluri, yaitu kemajuan yang sudah merupakan naluri pada tiap makhluk manusia, yang sering disebut "*drive*".

Sedangkan yang dimaksud dengan konsep diri adalah individu yang diterima oleh individu itu sendiri dalam kerangka kehidupannya dalam suatu masyarakat yang menentukan. Konsep diri mempunyai implikasi dan aplikasi (penerapan) yang luas pada perilaku konsumen. Konsep ini dapat dipergunakan dalam segmentasi pasar, periklanan,

---

<sup>42</sup> *Ibid.*, hal. 88.

<sup>43</sup> *Ibid.*, hal. 89.

pembungkusan, personal selling, pengembangan produk, dan penyaluran.<sup>44</sup>

## 5) Sikap

Secara definitif sikap berarti suatu keadaan jiwa (*mental*) dan keadaan pikir (*neural*) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku.<sup>45</sup>

### c. Proses Pengambilan Keputusan untuk Membeli

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, baik pembelian barang maupun penggunaan jasa. Proses tersebut terdiri dari lima tahap.<sup>46</sup>

#### 1) Menganalisa Kebutuhan dan Keinginan

Penganalisaan kebutuhan dan keinginan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Adanya kebutuhan yang belum terpenuhi tersebut sering diketahui secara tiba-tiba pada saat konsumen sedang

---

<sup>44</sup> *Ibid.*, hal.91-92.

<sup>45</sup> James F. Engel, David T. Kollat & Roger D. Blackwell, "Consumer Behavior", diedit dalam Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, edisi pertama, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hal.93.

<sup>46</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal.106.

berjalan-jalan ke toko atau sedang berbelanja, atau pada saat memperoleh informasi dari sebuah iklan, media lain, tetangga ataupun kawan-kawan.<sup>47</sup>

## 2) Pencarian Informasi dan Penilaian Sumber-sumber

Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal. Pencarian informasi aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif, mungkin hanya dengan membaca suatu pengiklanan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus dalam pikirannya tentang gambaran produk yang diinginkan. Pencarian informasi intern dapat berasal dari komunikasi perorangan dan pengaruh perorangan. Sedangkan informasi ekstern dapat berasal dari media masa.

Penilaian sumber-sumber yang diperoleh dari berbagai informasi berkaitan dengan lamanya waktu dan jumlah uang yang tersedia untuk membeli. Dari penilaian sumber-sumber pembelian ini akan diperoleh beberapa alternative pembelian yang dapat dilakukan konsumen.<sup>48</sup>

## 3) Penilaian dan Seleksi terhadap Alternatif Pembelian

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, hal.107.

<sup>48</sup> *Ibid.*, hal.108-109.

Tahap ini meliputi dua tahap, yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternative pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Setelah tujuan pembelian ditetapkan, konsumen perlu mengidentifikasi alternative-alternatif pembeliannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternative-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi, dinilai dan diseleksi menjadi alternative pembelian yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.<sup>49</sup>

#### 4) Keputusan untuk Membeli

Keputusan untuk membeli di sini merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak.<sup>50</sup>

#### 5) Perilaku Sesudah Pembelian

Semua tahap yang ada di dalam proses pembelian sampai dengan tahap kelima adalah bersifat operatif. Bagi perusahaan, perasaan dan perilaku sesudah pembelian juga sangat penting. Perilaku mereka dapat mempengaruhi penjualan ulang dan juga mempengaruhi ucapan-ucapan pembeli kepada pihak lain tentang produk perusahaan.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, hal. 109-110.

<sup>50</sup> *Ibid.*, hal. 110.

<sup>51</sup> *Ibid.*, hal. 111.

## B. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam

### 1. Batasan Konsumsi dalam Syariah<sup>52</sup>

Menurut Ibnu Khaldun, dalam membangun kesejahteraan masyarakat, ekonomi tidak bias hanya tergantung dari variable-variabel politik, sosial, ekonomi dan demografi, tetapi juga sangat tergantung pada variable syariah.

Ketika ekonomi bidang konsumsi terintegrasi dalam syariah, orientasinya tidak lepas dari menyeimbangkan kebutuhan dunia dan akherat. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi.

Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kualitas, dan kuantitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi.

Batasan-batasan konsumsi umat muslim telah dijelaskan di dalam Al Qur'an, yaitu:<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Ed. 1, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hal.11-16.

- a. QS. Al Baqarah (2): 168-169<sup>54</sup>

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوْءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena setan itu adalah musuh yang nyata bagi kamu. Sesungguhnya setan hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.”*

- b. QS. Al Baqarah (2): 173<sup>55</sup>

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةَ وَالْدَّمَ وَالْحَمَّ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهْلَ بِهِ مِنْ غَيْرِ اللَّهِ  
فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

*“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimmu darah, bangkai, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Akan tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa*

<sup>53</sup> Ibid., hal.13-15.

<sup>54</sup> QS. Al-Baqarah (2): 168-169, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Ed. Revisi, (Semarang: CV. Toha Putra, 1989), hal. 26.

<sup>55</sup> QS Al-Baqarah (2): 173, *Al Qur'an.*, hal. 27

(memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

- c. QS. Al Maidah (5): 4<sup>56</sup>

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمْ الْطَّيِّبَاتُ وَمَا عَلَّمْتُم مِّنَ الْجَوَارِحِ

مُكَلِّبِينَ تَعْلَمُونَهُنَّ مِمَّا عَلَّمَكُمُ اللَّهُ فَكُلُوا مِمَّا أَمْسَكْنَ عَلَيْكُمْ

وَأَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ ﴿٤﴾

“Mereka menanyakan kepadamu: Apakah yang dihalalkan bagi mereka? Katakanlah dihalalkan bagimu yang baik-baik.”

- d. QS. Al Maidah (5): 90<sup>57</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ

مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (minuman) khamr, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib adalah

<sup>56</sup> QS Al Maidah (5): 4, *Al Qur'an.*, hal. 108.

<sup>57</sup> QS Al Maidah (5): 90, *Al Qur'an.*, hal. 124.

*perbuatan keli termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu beruntung.”*

e. QS. Al A'raaf (7): 31<sup>58</sup>

﴿ يَبْنِي ۚ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

*“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”*

f. QS. Al Maidah (5): 87<sup>59</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ

إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”*

<sup>58</sup> QS Al A'Raaf (7): 31, *Al Qur'an.*, hal. 155.

<sup>59</sup> QS Al Maidah (5): 87, *Al Qur'an.*, hal.123.

## 2. Konfigurasi Kebutuhan Manusia<sup>60</sup>

Hingga saat ini, umumnya manusia berpendapat bahwa kebutuhan pokok manusia terdiri dari pangan, sandang, dan papan saja, belum ada muatan spiritual yang seharusnya tidak boleh diabaikan. Menurut Al- Syathibi, rumusan kebutuhan dalam Islam terdiri dari tiga jenjang, yaitu:

### a. *Dharuriyat* yang mencakup:

- 1) Agama (*din*)
- 2) Kehidupan (*nafs*)
- 3) Pendidikan (*'aql*)
- 4) Keturunan (*nasl*)
- 5) Harta (*maal*)



### b. *Hajiyat*

Jenjang ini merupakan pelengkap yang mengokohkan, menguatkan, dan melindungi jenjang *dharuriyat*.

### c. *Tahsiniyat*

Jenjang ini merupakan penambah bentuk kesenangan dan keindahan *dharuriyat* dan *hajiyat*.

---

<sup>60</sup> *Ibid.*, hal. 66-67.

### 3. Kepribadian dan Perilaku Konsumen Muslim<sup>61</sup>

Seorang konsumen muslim harusnya dapat bersikap *qana'ah*. *Qana'ah* merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah. Konsumen muslim yang *qana'ah* mendorong sikap adilnya, maka konsumsinya selalu terukur dan tersnalisasi dengan baik, baik untuk masalah saat ini maupun masalah akan datang.

### 4. Konsep Berpikir Konsumen Muslim yang Berkaitan dengan Keputusan Membeli

- a. Ada dua bentuk konsep berpikir konsumen yang hadir dalam dunia ilmu ekonomi hingga saat ini, yaitu:<sup>62</sup>

#### 1) Konsep *Utility*

Konsep ini hadir dalam ilmu ekonomi konvensional. Konsep *utility* diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang dan jasa. Pada konsep ini, norma agama sengaja dikesampingkan.

#### 2) Konsep *Mashlahah*

Konsep ini hadir dalam ilmu ekonomi Islam. Konsep *mashlahah* diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan

---

<sup>61</sup> *Ibid.*, hal. 86-87.

<sup>62</sup> *Ibid.*, hal. 93.

asas kebutuhan dan prioritas, dia sangat berbeda dengan *utility* yang pemetaan majemuknya tidak terbatas.

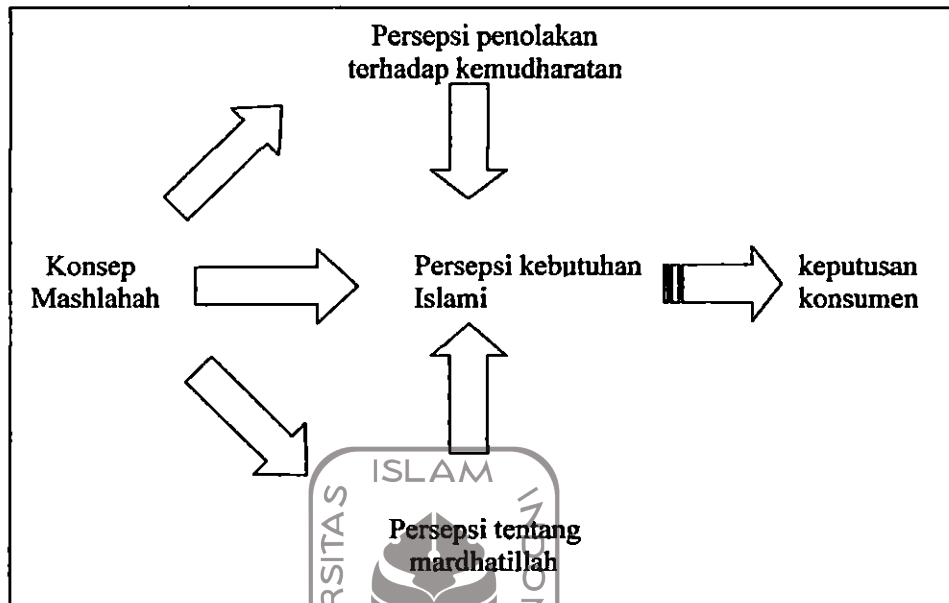
b. Proposisi tentang perilaku konsumen Muslim.<sup>63</sup>

- 1) Konsep *mashlahah* membentuk persepsi kebutuhan manusia.
- 2) Konsep *mashlahah* membentuk persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan.
- 3) Konsep *mashlahah* memanifestasikan persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya *mardhatillah*.
- 4) Persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan, membatasi persepsinya hanya pada kebutuhan.
- 5) Upaya *mardhatillah* mendorong terbentuknya persepsi kebutuhan Islami.
- 6) Persepsi seorang konsumen dalam memenuhi kebutuhannya menentukan keputusan konsumsinya.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*, hal.96.

c. Teori Mashlahah<sup>64</sup>



Gambar 2.1 Teori Mashlahah

Sumber: *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, 2006

Teori mashlahah pada dasarnya merupakan integrasi dari fakir dan dzikir. Konsep mashlahah tidak selaras dengan kemudharatan, itulah sebabnya dia melahirkan persepsi yang menolak kemudharatan seperti barang-barang yang haram.

## C. Sikap

### 1. Pengertian Sikap

Sikap merupakan organisasi kognitif yang dinamis, yang banyak dimuati unsur-unsur emosional (*afektif*) dan disertai kesiagaan untuk beraksi.<sup>65</sup>

<sup>64</sup> *Ibid.*, hal. 97.

Menurut Thurstone sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) ataupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada obyek tersebut.<sup>66</sup>

Sikap sebagai suatu kecenderungan untuk bertindak adalah kesediaan bereaksi terhadap suatu obyek dan disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap obyek tersebut. Sikap akan menempatkan seseorang ke dalam suatu pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauhi sesuatu tersebut.<sup>67</sup>

Sikap (*attitude*) seseorang adalah *predeposisi* (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan, yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut. Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar, dan selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk.<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> Kartino Kartono, *Psikologi Sosial untuk Manajemen Perusahaan dan Industri*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994), hal.297.

<sup>66</sup> S. Azwar, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Ed. Kedua, (Yogyakarta: Pusataka Pelajar, 2002), hal.3.

<sup>67</sup> Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusataka Utama, 2000), hal.25.

<sup>68</sup> Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal.93.

William G. Nickels mengartikan sikap sebagai suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen.<sup>69</sup>

## 2. Struktur Sikap

Dilihat dari strukturnya, sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang, yaitu:<sup>70</sup>

### a. Komponen Kognitif (*cognitive*)

Komponen ini berisi kepercayaan seseorang mengenai obyek sikap. Seseorang mempunyai keyakinan berdasarkan apa yang dilihat atau apa yang diketahui. Dari hal tersebut kemudian akan terbentuk suatu idea tau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu obyek. Sekali keyakinan itu terbentuk, maka akan menjadi dasar seseorang mengenai apa yang diharapkan dan tidak diharapkannya dari obyek tertentu.

### b. Komponen Afektif (*affective*)

Komponen ini menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Pada umumnya, reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak ditentukan oleh kepercayaan atau

---

<sup>69</sup> William G. Nickels, "*Principles of Marketing*" diedit dalam Basu Swastha Dharmanesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen.*, hal. 94.

<sup>70</sup> S. Azwar, *Sikap.*, hal. 17-22.

apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi obyek yang dimaksud.

c. Komponen Konatif (*conative*)

Komponen konatif atau komponen perilaku adalah komponen yang menggambarkan tindakan dari maksud perilaku dalam member respek terhadap produk. Jika seseorang bertindak positif terhadap produk, maka ia akan cenderung mendukung obyek tersebut dan sebaliknya.

3. Pembentukan dan Perubahan Sikap

Sikap sosial terbentuk dari adanya interaksi social yang dialami oleh individu. Dalam interaksi social terjadi hubungan, sehingga mempengaruhi diantara individu yang satu dengan individu yang lain. Dalam interaksi sosialnya, individu bereaksi membentuk suatu pola sikap tertentu terhadap berbagai obyek yang dihadapinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah sebagai berikut:<sup>71</sup>

a. Pengalaman Pribadi

Suatu yang telah atau sedang terjadi mempengaruhi penghayatan kita terhadap stimulus social. Tanggapan akan menjadi salah satu dasar

---

<sup>71</sup> *Ibid.*, hal.30.

terbentuknya sikap, yang berdasarkan pengalaman yang berkaitan dengan obyek yang bersangkutan.

b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap yang searah dengan sikap orang yang dianggap penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk menghindari konflik dengan orang lain yang dianggap penting tersebut.

c. Pengaruh kebudayaan

Kebudayaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembentukan sikap individu. Terutama kebudayaan di mana individu yang bersangkutan hidup dan dibesarkan.

d. Media masa

Komunikasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap opini dan kepercayaan individu. Adanya informasi baru mengenai suatu hal, akan memberikan sikap baru individu terhadap hal tersebut.

e. Lembaga pendidikan dan agama

Lembaga ini memberikan dasar pengertian dan moral dalam diri individu, sehingga sikap individu juga dipengaruhi oleh lembaga ini.

Agama memberikan pemahaman antara hal yang baik dan hal yang buruk, yang boleh dikerjakan dan yang tidak boleh.

f. Pengaruh faktor emosional

Emosi kadang mendasari terbentuknya suatu sikap, yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustasi atau pengalihan bentuk penyaluran ego.

4. Karakteristik Sikap

Sikap mempunyai empat karakter, yaitu:<sup>72</sup>

a. Sikap mempunyai obyek

Obyek sikap dapat berupa suatu konsep yang abstrak seperti konsumerisme atau suatu benda yang berwujud seperti sepeda motor. Selain itu obyeknya dapat pula barang yang nyata seperti produk, atau dapat pula merupakan suatu tindakan seperti pembelian produk. Obyek sikap dapat berupa seorang dan dapat juga sekumpulan orang.

b. Sikap mempunyai arah, derajat, dan intensitas

Sikap mengungkapkan bagaimana perasaan seseorang terhadap suatu obyek. Sikap mempunyai arah dengan menyatakan rasa suka atau tidak

---

<sup>72</sup> David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, *Consumer* ., hal.505-506.

sukanya terhadap suatu obyek. Sedangkan derajat sikap dinyatakan dengan seberapa suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu obyek. Kemudian intensitas merupakan tingkat kepastian dan kepercayaan seseorang terhadap obyeknya. Meskipun derajat dan intensitas tampak sama dan sangat berkaitan, namun kedua hal tersebut tidaklah sinonim.

c. Sikap mempunyai struktur

Sikap merupakan suatu organisasi yang berstruktur di mana nilai-nilai penting individu dan konsep diri adalah strukturnya. Sikap yang dekat dengan pusat struktur disebut mempunyai tingkat sentralisasi yang tinggi, sedang yang jauh disebut mempunyai tingkat sentralisasi rendah.

d. Sikap merupakan hasil belajar

Sikap terbentuk dari pengalaman-pengalaman yang betul-betul dialami seseorang, dan juga informasi-informasi dari teman-teman, wiraniaga dan media masa. Sikap juga didapat dari pengalaman-pengalaman dalam hidup, baik yang langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu adalah penting mengenali pembelajaran yang mendahului pembentukan dan perubahan sikap yang mana dapat membantupemasar dalam membangun dan merubah sikap konsumen. Perusahaan seyogyanya merubah karakteristik sikap karena akan bermanfaat dalam upaya memahami sikap secara mendalam.

## 5. Fungsi Sikap

Fungsi sikap dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:<sup>73</sup>

### a. Fungsi Instrumental

Fungsi ini menyatakan bahwa individu dengan sikapnya berusaha untuk memaksimalkan hal-hal yang diinginkan. Individu akan membentuk sikap positif terhadap hal-hal yang dirasakannya akan mendatangkan keuntungan, dan membentuk sikap negative terhadap hal-hal yang dirasakannya akan mendatangkan kerugian.

### b. Fungsi Pertahanan Ego

Sewaktu individu mengalami hal yang menyenangkan dan dirasa akan mengancam egonya, atau sewaktu ia mengetahui fakta dan kebenaran yang tidak mengenakkan bagi dirinya, maka sikapnya dapat berfungsi sebagai mekanisme pertahanan ego yang akan melindunginya dari kenyataan tersebut.

### c. Fungsi Pernyataan Nilai

Nilai adalah konsep dasar mengenai apa yang dipandang baik dan diinginkannya. Dengan fungsi ini seseorang seringkali mengembangkan sikap tertentu untuk memperoleh kepuasan dalam menyatakan nilai yang

---

<sup>73</sup> S. Azwar, *Sikap.*, hal.53.

dianutnya yang sesuai dengan penilaian pribadi dan konsep dirinya. Sikap digunakan sebagai ekspresi nilai sentral dalam dirinya.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara pada suatu masalah penelitian, dirumuskan berdasarkan pernyataan yang dapat diuji dan dapat menjelaskan hubungan antara dua perubahan atau lebih. Dalam penelitian ini akan dihasilkan hipotesis berupa anggapan sementara yang berfungsi sebagai pedoman untuk mempermudah jalannya penelitian, yakni:

1. Alasan atau atribut yang paling berperan dalam membentuk sikap PNS untuk mengajukan pembiayaan di BMT adalah keyakinan untuk menghindari riba.
2. Adanya perbedaan sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT, berdasarkan atas karakteristik-karakteristik PNS.

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek dan Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah warga Perum Dopleng yang berprofesi sebagai PNS, dan beragama Islam. Lokasi penelitian yaitu di Perum Dopleng, Purworejo, Jawa Tengah.

#### B. Populasi, Sampel, dan Metode Penentuan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari obyek yang diteliti.<sup>74</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah semua warga Perum Dopleng yang berprofesi sebagai PNS, dan beragama Islam, yaitu berjumlah 110 orang.

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian yang menjadi obyek sesungguhnya dari suatu penelitian.<sup>75</sup> Pada penelitian ini, jumlah sampel sama dengan jumlah populasi, yaitu 110 orang.

---

<sup>74</sup> Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis, cet.4*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2003), hal. 109.

### 3. Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dengan menggunakan metode *Saturation Sampling* (sampling jenuh), yaitu pengambilan sampel dengan cara menjadikan seluruh anggota populasi menjadi sampel. Sampling jenuh dapat dilakukan bagi kelompok yang kecil, yaitu jika jumlah populasi jauh di bawah 1000 orang.<sup>76</sup>

### C. Variable Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variable, yaitu variable karakteristik PNS dan variabel sikap yang berkaitan dengan pembiayaan.

#### 1. Variabel karakteristik PNS:

- a. Jenis kelamin
- b. Umur
- c. Latar belakang pendidikan
- d. Tingkat pendapatan

#### 2. Variabel sikap yang berkaitan dengan pembiayaan:

- a. Syarat administrasi yang mudah
- b. Keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah

---

<sup>75</sup> *Ibid.*

<sup>76</sup> *Ibid.*, hal. 120.

- c. Keyakinan untuk menghindari riba
- d. Produk pembiayaan yang ditawarkan BMT sesuai dengan kebutuhan masyarakat

#### D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

###### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya.<sup>77</sup> Pada penelitian ini, data-data primer dikumpulkan oleh peneliti pada saat mengadakan wawancara dan pembagian angket atau kuesioner di lingkungan Perum Dopleng.

###### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.<sup>78</sup> Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku-buku, brosur, jurnal, serta karya ilmiah yang tidak dipublikasikan secara umum.

---

<sup>77</sup> *Ibid.*, hal. 76.

<sup>78</sup> *Ibid.*

## 2. Teknik Pengumpulan Data

### a. Data Primer

#### 1) Wawancara

Wawancara dilakukan di dua tempat, yaitu wawancara terhadap responden di lokasi penelitian dan wawancara terhadap pegawai di beberapa BMT. Wawancara dengan responden bertujuan untuk mendapatkan data mengenai tanggapan masyarakat terhadap produk pembiayaan BMT. Sedangkan wawancara yang dilakukan di beberapa BMT, bertujuan untuk memperoleh data tentang seluk beluk BMT. Antara lain untuk mengetahui jumlah BMT yang terdapat di Purworejo, produk-produk yang ditawarkan BMT, program-program yang diterapkan di BMT, serta untuk mengetahui sejauh mana minat masyarakat Purworejo terhadap BMT.

#### 2) Angket atau kuesioner

Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis angket tertutup, yang mengacu pada skala likert. Angket yang dibagikan terdiri dari dua bagian, bagian pertama terdiri dari pertanyaan bebas, yang merupakan data-data pribadi tentang responden. Sedangkan pada bagian kedua berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan atribut-atribut BMT. Responden

diwajibkan untuk mengisi jawaban dengan cara memilih salah satu dari lima alternative jawaban yang tersedia.

Sistem pemberian skor pada pertanyaan bagian kedua adalah sebagai berikut:<sup>79</sup>

a) Untuk Pertanyaan Favorabel

Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

Jawaban Setuju (S) diberi skor 4

Jawaban Netral (N) diberi skor 3

Jawaban Tidak Setuju diberi skor 2

Jawaban Tidak Setuju Sekali diberi skor 1

b) Untuk Pertanyaan Unfavorabel

Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 1

Jawaban Setuju (S) diberi skor 2

Jawaban Netral (N) diberi skor 3

Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 4

---

<sup>79</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, cet. Ketiga, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 46-49.

Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 5

b. Data sekunder

Pada data sekunder, teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, yaitu cara memperoleh data dengan cara mengutip atau mencatat secara langsung dari data-data yang ada.

**E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Untuk menguji apakah pertanyaan yang diberikan cukup valid dan reliabel, digunakan analisis validitas dan reliabilitas. Pengujian dilakukan terhadap data hasil pengisian kuesioner oleh responden.

1. Uji Validitas

Uji validitas atau analisis validitas, merupakan analisis kecermatan suatu test dalam melakukan ukurnya. Uji validitas yang dilakukan adalah validitas internal, yaitu menguji kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen keseluruhan. Proses perhitungan validitas ditinjau dari korelasi butir tertentu terhadap skor total dalam variabel. Hasil dari perhitungan uji validitas dapat dilihat pada Lampiran III, yang menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan valid, sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas merupakan suatu pengujian yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat menunjukkan hasil yang relatif tidak berbeda (konsisten) bila dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subyek yang sama. Dalam penelitian ini, reliabilitas dicari dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

## F. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisa data dengan menggunakan:

### 1. Analisa Deskriptif

Yaitu analisa yang didasarkan pada hasil jawaban dari responden dengan menggunakan tabulasi data.

### 2. Analisa Verifikatif

Yaitu analisa yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Adapun alat analisa yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### a. Analisa Indeks Sikap

Untuk mengukur sikap konsumen digunakan analisis rata-rata (*mean aritmatic*)

$$\text{Sikap} = \bar{X} = \frac{\sum X_i}{N}$$

#### b. Uji *Chi-Square* (Kai kuadrat)

Uji *Chi Square* dapat juga dikatakan sebagai uji proporsi untuk dua peristiwa atau lebih. Dalam pengujian ini, kita akan menghadapi suatu pengujian, apakah perbedaan antar frekuensi hasil observasi ( $f_o$ ) dengan frekuensi yang diharapkan oleh peneliti ( $f_h$ ) dari sampel yang terbatas itu merupakan perbedaan yang signifikan atau tidak.

Adapun Uji *Chi Square* dirumuskan sebagai berikut:<sup>80</sup>

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Di mana:

$X^2$  = Chi Square

$f_o$  = frekuensi hasil observasi

$f_h$  = frekuensi yang diharapkan

besarnya frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$f_h = \frac{\text{jumlah sekolom} \times \text{jumlah sebaris}}{\text{jumlah data}}$

---

<sup>80</sup> Zainal Mustafa Eq., *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi*, Edisi kedua, (Yogyakarta: BPFU UII, 1995), hal. 89.

Kemudian untuk melihat apakah ada perbedaan penilaian konsumen, dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1) Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$ :

$H_0$  = tidak ada perbedaan penilaian PNS ditinjau dari jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, dan tingkat pendapatan.

$H_1$  = ada perbedaan penilaian PNS ditinjau dari jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, dan tingkat pendapatan.

2) Menentukan daerah kritis dengan menggunakan distribusi  $X^2$  (Chi Square). Nilai  $X^2$  dapat dicari dengan menggunakan tabel distribusi  $X^2$ , yang ditentukan oleh nilai tingkat signifikan ( $\alpha$ ) dan derajat kebebasan ( $df$ ). Adapun nilai  $\alpha$  dan  $df$  adalah;

$\alpha$  = dalam penelitian ini ditentukan 5%

$df = (\text{baris}-1) \times (\text{kolom}-1)$

3) Menentukan keputusan

$H_0$  diterima bila  $X^2_{\text{hitung}} < X^2_{\text{tabel}}$ .

Artinya tidak ada perbedaan sikap PNS ditinjau dari jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, dan tingkat penghasilan.

$H_0$  ditolak bila  $X^2_{\text{hitung}} > X^2_{\text{tabel}}$

Artinya ada perbedaan sikap PNS ditinjau dari jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, dan tingkat pendapatan.

4) Korelasi kontingensi

Koefisien kontingensi merupakan salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya atau erat tidaknya hubungan antara dua variabel yang digolongkan ke dalam beberapa kategori. Koefisien kontingensi dirumuskan sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

Dimana :

KK : Koefisien kontingensi

$X^2$  : harga chi square

n : banyaknya sampel yang digunakan

Agar harga koefisien kontingensi dapat digunakan untuk menilai kuat tidaknya hubungan antara variabel-variabel itu, maka harga koefisien kontingensi perlu dibandingkan dengan harga koefisien kontingensi maksimumnya. Harga koefisien kontingensi maksimum dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : <sup>81</sup>

$$KK_{max} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana :

$m$  = banyaknya kolom atau baris dalam tabel kontingensi yang minimum (atau minimum antara banyaknya kolom dan baris).

---

<sup>81</sup> *Ibid.*, hal.162.

Semakin dekat harga koedisien kontingensi (KK) dengan harga koefisien kontingensi maksimumnya (KKmax), maka semakin kuat pula hubungan antara variabel-variabel tersebut.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUM DOPLANG

#### 1. Sejarah Berdirinya Perum Dopleng

Perum Dopleng merupakan sebuah perumahan rakyat, yang didirikan oleh PT. Sinar Waluyo pada tahun 1985. Awal berdirinya perumahan ini berjumlah sekitar 119 unit. Dari tahun ke tahun, pembangunan unit perumahan baru selalu dilakukan, hingga sekarang total unit rumah yang ada disana berjumlah 230 unit.

Perkembangan bisnis property semakin hari semakin mengalami peningkatan yang pesat. Semakin bertambahnya jumlah penduduk, maka semakin banyak pula masyarakat yang membutuhkan tempat tinggal. Hal inilah yang menjadikan PT. Sinar Waluyo selalu mengembangkan pembangunan unit-unit perumahan yang baru.

Pertama kali berdiri, terdapat tiga tipe rumah di Perumahan Dopleng, yaitu tipe 70, tipe 45 dan tipe 36. Pada pertengahan tahun 1995, PT. Sinar Waluyo kembali membangun unit-unit perumahan yang baru, dengan tipe yang lebih kecil yaitu tipe 34 dan tipe 21. Hal ini dilakukan dengan alasan supaya Perumahan Dopleng dapat terjangkau oleh semua lapisan masyarakat dan agar PT. Sinar Waluyo dapat tetap bertahan dalam persaingan bisnis property, yang pada saat itu sempat terkena imbas krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997.

## 2. Lokasi Perum Doplang

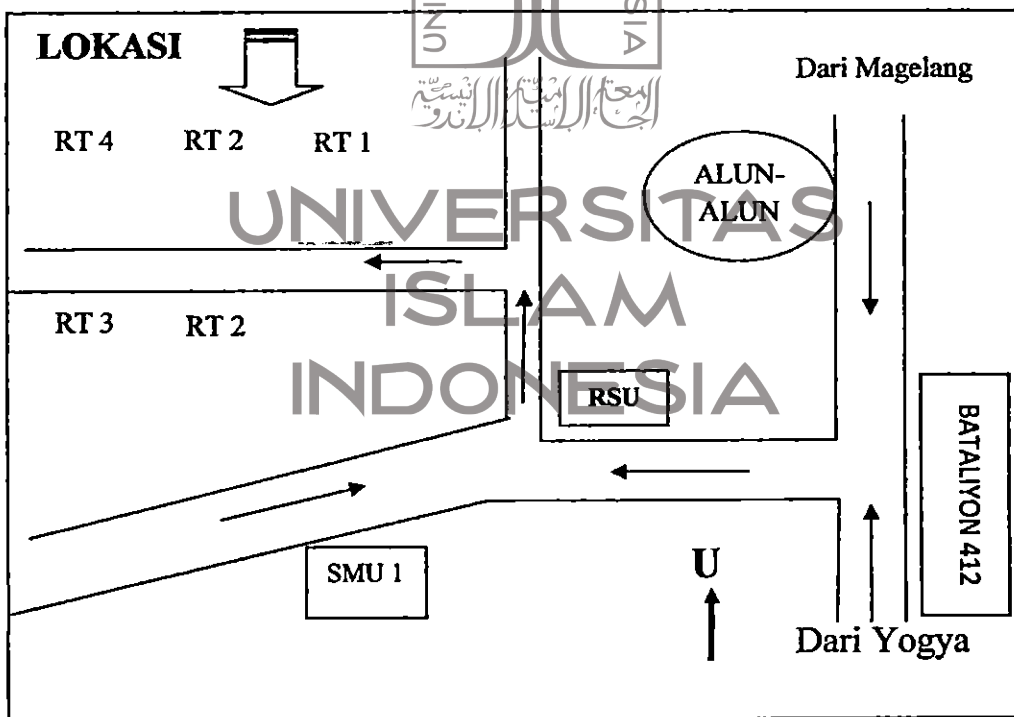
Perumahan Doplang berada di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Perumahan ini terletak di dua kelurahan yang berbeda, bagian sebelah timur terletak di Kelurahan Doplang, dan bagian sebelah barat terletak di Kelurahan Kledung Karangdalem.

Perbedaan letak Kelurahan ini terjadi karena pada saat PT. Sinar Waluyo mengadakan pembebasan lahan pada awal pembukaan Perumahan Doplang, pihak Kelurahan Kledung Karangdalem tidak mengizinkan wilayahnya diikutkan ke dalam wilayah Kelurahan Doplang. Sehingga sampai sekarang letak Perumahan Doplang berada pada dua Kelurahan dan Kecamatan yang berbeda. Kelurahan Doplang masuk ke dalam Kecamatan Purworejo, sedangkan Kelurahan Kledung Karangdalem termasuk dalam wilayah Kecamatan Bayan, akan tetapi keduanya masih tetap berada dalam kabupaten yang sama, yaitu Kabupaten Purworejo.

Dalam bidang pemasaran letak lokasi perusahaan sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan tersebut, hal ini juga sangat diperhatikan oleh PT, Sinar Waluyo selaku pengembang (*developer*). Perumahan Doplang berada pada lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau, tepatnya dari jalan raya (Jl. Tentara Pelajar, sebelah barat RSUD Purworejo), masuk ke utara sekitar 500meter.

Fasilitas yang ditawarkan juga cukup memadai, seperti aliran listrik dari PLN, persediaan air bersih dari PDAM, serta jaringan telekomunikasi dari PT. TELKOM. Di Lingkungan Perum Doplang juga terdapat lapangan badminton, tempat ibadah, dan juga sekolahan Taman Kanak-kanak. Lokasi Perumahan Doplang tidak terlalu jauh dari pusat kota, sehingga sangat mudah untuk dijangkau. Selain itu, letaknya juga tidak terlalu dekat dengan jalan raya, tidak dekat dengan pabrik, sehingga keadaan lingkungannya masih nyaman untuk digunakan sebagai tempat tinggal.

Untuk lebih jelasnya, letak lokasi Perum Doplang dapat dilihat pada peta lokasi berikut ini:



Gambar 3.1 Denah Lokasi Perum Doplang Purworejo  
Sumber: Data PT. Sinar Waluyo

### 3. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Perum Doplang untuk saat ini, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Perum Doplang**

lokasi	Jumlah rumah/ unit	Jumlah KK	Jumlah penduduk	Jumlah PNS muslim
RT.01 RW. 06	55	60	198	46
RT.02 RW.06	90	80	290	30
RT.03 RW.06	30	30	95	9
RT.03 RW.03	55	57	191	25
	230	227	774	110

Sumber: Data PT. Sinar Waluyo dan Data Kantor Kelurahan Doplang

### 4. Keadaan Sosial Ekonomi

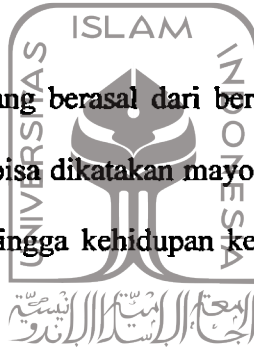
Perum Doplang merupakan perumahan nasional, di mana masyarakat yang tinggal di sana berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Ada yang berasal dari kalangan bawah, menengah dan dari kalangan atas. Memang sebagian besar dari masyarakat yang tinggal di sana berprofesi sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil)

pada berbagai instansi pemerintahan, sehingga kehidupan masyarakat di sana hampir sama rata.

Seperti yang telah dijelaskan di dalam bab II, bahwa masyarakat kita pada dasarnya dapat dikelompokkan ke dalam tiga golongan, yaitu golongan atas, menengah, dan golongan rendah. Dari penjelasan tersebut, maka masyarakat Perum Doplang termasuk dalam golongan menengah.

## 5. Kegiatan Keagamaan

Masyarakat Perum Doplang berasal dari berbagai macam suku dan agama. Akan tetapi masyarakatnya bisa dikatakan mayoritas berasal dari suku Jawa dan menganut agama Islam, sehingga kehidupan keagamaan di sana sangat kental dengan nuansa Islami.



Di Perum Doplang terdapat dua buah masjid yaitu Masjid Darussa'adah dan Masjid Al Ikhlas. Masjid Darussa'adah terletak di Perumahan sebelah timur, sedangkan Masjid Al Ikhlas terletak di sebelah barat. Kedua masjid tersebut letaknya dekat dengan rumah-rumah penduduk, sehingga sangat terjangkau oleh warga.

Kedua masjid tersebut dikelola oleh para takmir masjid, yang terdiri dari bapak-bapak warga Perum Doplang. Takmir masjid bertugas mengurus semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan keagamaan. Beberapa tugas mereka antara lain, mengelola dana ZIS (zakat, infaq, dan sadhaqah), mengelola

pembangunan masjid, serta mempersiapkan acara-acara keagamaan yang dilaksanakan di masjid tersebut, seperti acara pengajian yang rutin diadakan sebulan sekali.

Kegiatan TPA(Tempat Pendidikan Al Qur'an) juga dilaksanakan di kedua masjid tiap sore hari. Pada hari Kamis dan Jum'at, ibu-ibu Perum Dopleng mengadakan acara pengajian rutin ibu-ibu. Pengajian tersebut mencakup beberapa kegiatan, antara lain kegiatan belajar membaca Al Qur'an, santapan rohani, serta ada kegiatan menabung untuk kegiatan Qurban pada Idul'Adha.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah PNS yang berada di lingkungan Perum Dopleng, Purworejo, Jawa Tengah, sebanyak 110 orang. Pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu 6 pertanyaan tentang karakteristik PNS, dan 18 pertanyaan tentang sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT. Nantinya jawaban dari kuesioner tersebut ditabulasi kedalam tabel tersendiri untuk dianalisis secara deskriptif dan verifikatif.

Hasil dari analisis data tersebut, digunakan untuk menjawab beberapa permasalahan penelitian, yaitu untuk mengetahui alasan utama yang paling memengaruhi sikap PNS dalam mengajukan pembiayaan di BMT, dan untuk mengetahui perbedaan sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT.

#### **A. Analisa Deskriptif**

Analisa deskriptif adalah analisa dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel, dan analisis didasarkan pada data tabel tersebut.

#### **1. Karakteristik Responden**

##### **a. Jenis Kelamin Responden**

Tabel 5.1

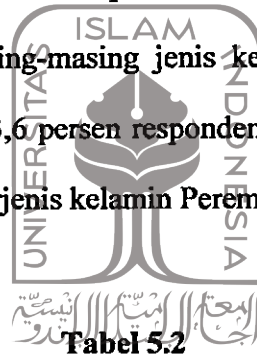
## Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	59	53.6%
Wanita	51	46.4%
Total	110	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Berdasarkan Tabel 5.1, dapat diketahui bahwa 53,6 persen responden berjenis kelamin Laki-laki dan 46,4 persen responden berjenis kelamin Perempuan.

## b. Umur Responden



Tabel 5.2

## Umur Responden

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 30 tahun	8	7.3%
31 - 40 tahun	22	20.0%
41 - 50 tahun	51	46.4%
> 50 tahun	29	26.4%
Total	110	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dari tabel 5.2 diketahui bahwa, dari 110 responden yang diteliti terdapat 8 orang yang berumur kurang dari 30 tahun, 22 orang berumur antara 31-40

tahun, 51 orang berumur 41-50 tahun, dan 29 orang yang berumur lebih dari 50 tahun.

c. Latar Belakang Pendidikan Responden

**Tabel 5.3**

**Tingkat Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Pendidikan Menengah Atas	42	38.2%
Perguruan Tinggi	68	61.8%
Total	110	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dari tabel 5.3 dapat diketahui bahwa dari 110 responden yang diteliti terdapat 42 orang berpendidikan Menengah Atas, dan 68 orang berpendidikan Akademi atau Perguruan Tinggi.

d. Penghasilan Responden

**Tabel 5.4**

**Penghasilan / Pendapatan per Bulan**

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp.1.500.000	6	5.5%
Rp.1.500.000 - Rp.2.500.000	26	23.6%
Rp.2.500.00 - Rp.5.000.000	61	55.5%
> Rp.5.000.000	17	15.5%
Total	110	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, dari 110 responden yang diteliti terdapat 6 orang yang berpenghasilan kurang dari Rp. 1.500.000,- per bulan, 27 orang berpenghasilan antara Rp.1.500.000,- sampai dengan Rp.2.500.000,- per

bulan, 61 orang berpenghasilan antara Rp.2.500.000,- sampai dengan Rp.5.000.000,- per bulan, dan 17 orang lainnya berpenghasilan lebih dari Rp.5.000.000,- per bulan.

e. Jenis Produk atau Jasa Yang Dipilih

**Tabel 5.5**

**Jenis Produk BMT yang Dipilih**

Jenis Produk dan Jasa BMT	Frekuensi	Persentase (%)
Tabungan	26	23.6%
Pembiayaan	4	3.6%
Tabungan dan pembiayaan	41	37.3%
Jasa Lainnya	39	35.5%
Total	110	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dilihat dari tabel di atas, diketahui bahwa 26 orang memilih produk tabungan di BMT, 4 orang memilih produk pembiayaan, 41 orang memilih produk tabungan dan pembiayaan, dan 39 orang memilih jasa lain di BMT.

f. Alasan Memilih Produk BMT

**Tabel 5.6**

**Alasan Memilih Produk BMT**

Alasan	Frekuensi	Persentase (%)
Persyaratan mudah	27	24.5%
Pegawai ramah	10	9.1%
Menghindari riba	60	54.5%
Produk sesuai kebutuhan	13	11.8%
Total	110	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa sebanyak 27 orang memilih produk BMT karena persyaratannya mudah, 10 orang beralasan karena pegawai BMT melayani nasabah dengan ramah. 60 orang beralasan untuk menghindari riba, dan 13 orang mengatakan bahwa alasan mereka memilih produk BMT karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan PNS.

## 2. Sikap PNS terhadap Produk Pembiayaan BMT

### a. Variabel Sikap

Dari 110 kuesioner yang disebar, diperoleh data tentang penilaian PNS dalam menyikapi produk pembiayaan BMT, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 5.7**

### Tingkat Penilaian PNS dalam Menyikapi Produk Pembiayaan BMT

No	Tingkat Penilaian	Jumlah Responden Pada:	
		Q1	
1	Sangat Setuju	37	
2	Setuju	43	
3	Netral	30	
4	Tidak Setuju	-	
5	Sangat Tidak Setuju	-	
Total Responden		110	

Sumber: data primer

Dari tabel tingkat penilaian responden dalam menyikapi produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT, dari 110 responden untuk pertanyaan pertama (Q1), yaitu bahwa PNS menyikapi dengan baik adanya produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT: sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, 43 responden menjawab setuju, 30 orang menjawab netral, dan tidak ada seorang respondenpun yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

b. Variabel Syarat Administrasi Yang Mudah

Dari 110 kuesioner yang disebarkan, diperoleh data tentang penilaian PNS terhadap Atribut Syarat Administrasi Mudah sebagai berikut:

Tabel 5.8

**Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Syarat Administrasi Mudah**

No	Tingkat Penilaian	Jumlah Responden Pada:				
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
1	Sangat Setuju	37	16	32	1	-
2	Setuju	46	66	53	10	10
3	Netral	20	22	20	43	38
4	Tidak Setuju	6	6	5	39	46

5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	17	16
Total Responden		110	110	110	110	110

Sumber: data primer

Dari tabel tingkat penilaian responden terhadap atribut syarat administrasi yang mudah, dari 110 responden untuk pertanyaan pertama (Q1), yaitu alasan PNS bermitra dengan BMT dikarenakan persyaratannya mudah: sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, 46 responden menjawab setuju, 20 responden menjawab netral, 6 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kedua (Q2), yaitu pengajuan pembiayaan di BMT prosesnya cepat dan mudah: sebanyak 16 responden menjawab sangat setuju, 66 responden menjawab setuju, 22 responden menjawab netral, 6 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan ketiga (Q3), yaitu berlakunya sistem potong gaji dalam pembayaran angsuran pembiayaan di BMT bagi para PNS sangat mempermudah nasabah: terdapat sebanyak 32 respondeng yang menjawab sangat setuju, 53 responden menjawab setuju, 20 responden menjawab netral, dan 5 responden menjawab tidak setuju.

Untuk pertanyaan keempat (Q4), yaitu bahwa syarat adanya agunan dianggap menyulitkan nasabah: sebanyak 1 orang menjawab sangat setuju, 10

responden menjawab setuju, 43 responden menjawab netral, 39 responden menjawab tidak setuju, dan 17 orang menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kelima (Q5), yaitu adanya wawancara dan survey karyawan BMT sebagai syarat dalam pengajuan pembiayaan menimbulkan kesan tidak percaya terhadap nasabah: terdapat 10 responden yang menjawab setuju, 38 responden menjawab netral, 46 responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 16 responden menjawab sangat tidak setuju.

c. Variabel Keramahan Pelayanan Pegawai BMT Kepada Nasabah

**Tabel 5.9**

**Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Keramahan Pelayanan Pegawai BMT Kepada Nasabah**

No	Tingkat Penilaian	Jumlah Responden Pada:		
		Q1	Q2	Q3
1	Sangat Setuju	33	37	1
2	Setuju	44	53	15
3	Netral	28	16	32
4	Tidak Setuju	4	4	38
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	24
Total Responden		110	110	110

Sumber: data primer

Dari tabel tingkat penilaian PNS terhadap keramahan pelayanan pegawai BMT, dari 110 responden, untuk pertanyaan pertama (Q1), yaitu bahwa pegawai BMT melayani nasabah dengan profesional: terdapat 33 responden menjawab sangat setuju, 44 responden menjawab setuju, 28 responden menjawab netral, 4 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kedua (Q2), yaitu pegawai BMT melayani nasabah dengan ramah dan sabar: sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, 53 responden menjawab setuju, 16 responden menjawab netral, dan 4 responden menjawab tidak setuju.

Untuk pertanyaan ketiga (Q3), yaitu sistem pelayanan yang diberikan pihak BMT lambat dan mengecewakan: sebanyak 1 orang responden menjawab sangat setuju, 15 responden menjawab setuju, 32 responden menjawab netral, 38 responden menjawab tidak setuju, dan 24 responden memberikan jawaban sangat tidak setuju.

d. Variabel Keyakinan Untuk Menghindari Riba

**Tabel 510**

**Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Keyakinan Untuk Menghindari Riba**

No	Tingkat Penilaian	Jumlah Responden Pada:				
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5

1	Sangat Setuju	48	-	21	50	25
2	Setuju	45	2	49	32	52
3	Netral	13	25	28	24	30
4	Tidak Setuju	3	41	9	3	3
5	Sangat Tidak Setuju	1	42	3	1	-
Total Responden		110	110	110	110	110

Sumber: data primer

Dari tabel tingkat penilaian PNS terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba, pada pertanyaan pertama (Q1), alasan PNS mengajukan pembiayaan di BMT karena mendapatkan manfaat di dunia dan akherat, dari 110 responden terdapat 48 responden yang menjawab sangat setuju, 45 responden menjawab setuju, 13 responden menjawab netral, 3 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kedua (Q2), yaitu alasan PNS menjadi nasabah BMT hanya karena ingin coba-coba saja, dari 110 responden, sebanyak 2 orang responden menjawab setuju, 25 responden menjawab netral, 41 responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 42 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan ketiga (Q3), alasan PNS menjadi nasabah BMT karena bagi hasil yang diberikan lebih besar dari bunga bank konvensional, dari 110 responden, terdapat 21 orang yang menjawab sangat setuju, 49 responden

menjawab setuju, 28 responden menjawab netral, 9 responden menjawab tidak setuju, dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan keempat (Q4), tidak adanya prinsip bunga membuat PNS tenang bermitra dengan BMT, dari 110 kuesioner yang telah disebar, sebanyak 50 responden menjawab sangat setuju, 32 responden menjawab setuju, 24 responden menjawab netral, 3 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kelima (Q5), alasan PNS menjadi nasabah BMT karena adanya prinsip bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam, dari 110 responden, sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, 52 responden menjawab setuju, 30 responden menjawab netral, dan terdapat 3 responden yang menjawab tidak setuju.

e. Variabel Produk Pembiayaan BMT Sesuai Dengan Kebutuhan Masyarakat

Tabel 5.11

**Tingkat Penilaian PNS terhadap Variabel Produk Pembiayaan BMT sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat**

No	Tingkat Penilaian	Jumlah Responden Pada:			
		Q1	Q2	Q3	Q4
1	Sangat Setuju	33	30	19	-
2	Setuju	40	56	51	5
3	Netral	30	19	29	31

4	Tidak Setuju	5	5	10	41
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	1	33
Total Responden		110	110	110	110

Sumber: data primer

Dari tabel tingkat penilaian PNS terhadap atribut produk pembiayaan BMT sesuai dengan kebutuhan masyarakat, berdasarkan dari 110 kuesioner yang telah disebar, pada pertanyaan pertama (Q1), yaitu bahwa produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT sesuai dengan kebutuhan PNS, terdapat 34 responden yang menjawab sangat setuju, 40 responden menjawab setuju, 30 responden menjawab netral, 5 responden menjawab tidak setuju, dan hanya 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kedua (Q2), yaitu produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT menarik karena risiko usaha tidak hanya dibebankan kepada nasabah, dari 110 responden terdapat 30 responden menjawab sangat setuju, 56 responden menjawab setuju, 19 responden menjawab netral, dan 5 responden menjawab tidak setuju.

Untuk pertanyaan ketiga (Q3), alasan PNS mengajukan pembiayaan di BMT karena sistem bagi hasil yang diterapkan tidak memberatkan nasabah, dari 110 responden, sebanyak 19 responden menjawab sangat setuju, 51 responden menjawab setuju, 29 responden menjawab netral, dan 10 responden menjawab tidak setuju.

Untuk pertanyaan terakhir (Q4), yaitu pertanyaan unfavorabel, yang menyatakan bahwa prosentase bagi hasil yang harus diseorkan kepada pihak BMT terlalu besar sehingga merugikan nasabah, dari 110 responden, sebanyak 5 orang menjawab setuju, 31 responden menjawab netral, 41 responden menjawab tidak setuju, dan 33 responden menjawab sangat tidak setuju

## B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Dalam pengujian instrumen ini dilakukan terhadap responden sebanyak 110 responden sebagai data penelitian. Pengujian instrumen ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui alat ukur yang digunakan adalah valid, valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur sesuai atau tidak sesuai dengan variabel yang diukur. Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi *product moment*.

Uji Validitas dilakukan terhadap responden sebanyak 110 orang, sebagai data uji coba. Hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 5.12**  
**Hasil Uji Validitas**

Atribut	Indikator	Koef. Korelasi	p-value	r tabel	Keterangan
Sikap keseluruhan	S1	0.330	0.000	0.157	Valid
Syarat administrasi mudah	S2	0.523	0.000	0.157	Valid
	S3	0.575	0.000	0.157	Valid
	S4	0.534	0.000	0.157	Valid
	S5	0.358	0.000	0.157	Valid
	S6	0.385	0.000	0.157	Valid
	Keramahan pelayanan	S7	0.589	0.000	0.157
S8		0.566	0.000	0.157	Valid
S9		0.441	0.000	0.157	Valid
Menghindari riba	S10	0.659	0.000	0.157	Valid
	S11	0.469	0.000	0.157	Valid
	S12	0.427	0.000	0.157	Valid
	S13	0.435	0.000	0.157	Valid
	S14	0.466	0.000	0.157	Valid
Sesuai kebutuhan	S15	0.484	0.000	0.157	Valid
	S16	0.591	0.000	0.157	Valid
	S17	0.494	0.000	0.157	Valid

	S18	0.510	0.000	0.157	Valid
--	-----	-------	-------	-------	-------

Keterangan : Valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau  $p$ -value  $<$  0,05

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 5.12 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar daripada  $r$  tabel (0,157) dan nilai probabilitas  $<$  0,05. Dengan demikian seluruh item pertanyaan yang berhubungan dengan sikap pembiayaan lembaga keuangan syariah (BMT) dapat dinyatakan valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji ini diterapkan untuk mengetahui apakah responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Instrument yang sudah dipercaya dapat menghasilkan data yang terpercaya. Untuk melihat reliabilitas instrument akan dihitung *cronbach alpha* masing-masing instrument. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Hasil Uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5.13

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Nilai kritis	Keterangan
Syarat administrasi mudah	0,639	0,6	Reliabel
Keramahan pelayanan	0,738	0,6	Reliabel

Menghindari riba	0,625	0,6	Reliabel
Produk pembiayaan sesuai dengan kebutuhan	0,623	0,6	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 5.13 menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha Cronbach pada seluruh atribut sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT lebih besar dari nilai kritis (0,6), maka seluruh variabel yang tertuang dalam kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

### C. Analisa Verifikatif

#### 1. Analisa Indeks Sikap

Terdapat 4 variabel yang ada pada produk pembiayaan BMT yang dinilai oleh responden sebagai suatu hal yang penting untuk disikapi ketika responden menggunakan jasa bank tersebut. Dalam menentukan sikap responden didasarkan atas jawaban responden pada kuesioer yang telah disebar. Sebelum dilakukan analisis sikap nasabah, terlebih dahulu ditentukan batasan tentang penilaian sikap konsumen berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi. Batasan interval dapat dijelaskan sebagai berikut:

Minimal standar : 1

Maksimal standar : 5

Maka jarak antar sikap dalam skala adalah:

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh batas skala:

1,00 sampai dengan 1,80 adalah sangat negatif

2,81 sampai dengan 2,60 adalah negatif

2,61 sampai dengan 3,40 adalah Cukup

3,41 sampai dengan 4,20 adalah Positif

4,21 sampai dengan 5,00 adalah Sangat Positif

Batasan-batasan tersebut, merupakan pedoman untuk menentukan bahwa sikap PNS terhadap produk pembiayaan pada BMT dapat dikategorikan baik atau tidak baik.

#### a. Analisis Sikap PNS Terhadap Setiap Variabel

Analisis ini digunakan untuk mengetahui secara parsial sikap PNS terhadap masing-masing variabel. Hal ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang lebih dipentingkan oleh PNS ketika menggunakan jasa pembiayaan BMT . Hasil analisis sikap terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

##### 1) Analisis sikap PNS terhadap variabel syarat administrasi yang mudah

Hasil analisis sikap PNS terhadap atribut syarat administrasi yang mudah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.14

**Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Syarat Administrasi yang Mudah**

No	Indikator	Sikap PNS	Kategori
1	Syarat administrasi mudah	4.02	Positif
2	Prosesnya cepat dan mudah	3.84	Positif
3	Berlaku sistem potong gaji	4.03	Positif
4	Syarat agunan	3.55	Positif
5	Persyaratan survey	3.62	Positif
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.81</b>	<b>Positif</b>

Sumber : Data primer diolah, 2010

Berdasarkan tabel di atas didapatkan rata-rata skor sikap PNS terhadap atribut syarat administrasi yang mudah sebesar 3,81. Sikap PNS ini termasuk kriteria yang **Positif**, karena berada pada rentang 3,4 sampai dengan 4,2. Sikap tertinggi terjadi pada item berlakunya sistem potong gaji dengan indeks sikap sebesar 4,03 (**positif**). Sedangkan sikap terendah terjadi untuk item syarat agunan sebagai syarat dalam mengajukan pembiayaan dengan indeks sikap sebesar 3,55 (**positif**).

Hal ini disebabkan karena nasabah adalah para anggota PNS, sehingga sistem potong gaji merupakan model yang tepat dalam melakukan pembayaran angsuran pembiayaan di BMT. Sedangkan agunan yang diberlakukan oleh pihak BMT dirasa agak memberatkan, karena status PNS sendiri sudah merupakan agunan yang cukup kuat, sehingga tidak perlu lagi menggunakan agunan yang lain.

**2) Analisis sikap PNS terhadap variabel keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah**

Hasil analisis sikap PNS terhadap atribut keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.15**

**Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Keramahan Pelayanan Pegawai BMT kepada Nasabah**

No	Indikator	Sikap PNS	Kategori
1	Pelayanan nasabah yang profesional	3.95	Positif
2	Pegawai BMT yang sabar dan ramah	4.12	Positif
3	Sistem pelayanan yang tidak mengecewakan	3.63	Positif
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.90</b>	<b>Positif</b>

Sumber : Data primer diolah, 2010

Berdasarkan tabel di atas didapatkan rata-rata skor sikap PNS terhadap variabel pelayanan yang ramah sebesar 3,90. Sikap konsumen ini termasuk kriteria yang positif karena berada pada rentang 3,4 sampai dengan 4,2. Sikap tertinggi terjadi pada item pegawai yang sabar dengan indeks sikap sebesar 4,12 (positif). Sedangkan untuk item pelayanan yang cepat dan tidak mengecewakan dengan indeks sikap sebesar 3,63 (positif).

Hal ini disebabkan karena pegawai BMT sebagian besar merupakan pegawai yang telah dididik untuk sabar dan selalu ramah kepada setiap calon nasabah termasuk para PNS. Namun demikian karena sifatnya yang selalu sabar, terkadang dalam memberikan pelayanan justru menjadi lambat, karena sifat yang tidak perlu terburu-buru.

### 3) Analisis sikap PNS terhadap variabel keyakinan untuk menghindari riba

Hasil analisis sikap nasabah terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.16**

**Hasil Analisis Sikap PNS  
pada Variabel Keyakinan untuk Menghidari Riba**

No	Indikator	Sikap PNS	Kategori
1	Mendapatkan manfaat dunia akhirat	4.24	Sangat Positif
2	Tidak ingin coba-coba	4.12	Positif
3	Bagi hasil yang lebih besar dari bunga	3.69	Positif
4	Tidak ada prinsip bunga	4.15	Positif
5	Sesuai dengan syariat islam	3.90	Positif
	<b>Rata-rata</b>	<b>4.02</b>	<b>Positif</b>

Sumber : Data primer diolah, 2010

Berdasarkan tabel di atas didapatkan rata-rata skor sikap konsumen terhadap variabel Keyakinan untuk menghindari riba sebesar 4,02. Sikap konsumen ini termasuk kriteria yang Positif karena berada pada rentang 3,4 sampai dengan 4,2. Sikap tertinggi terjadi pada item mendapatkan manfaat dunia akhirat dengan indeks sikap sebesar 4,24 (**Sangat positif**). Sedangkan item yang memiliki sikap paling rendah adalah bagi hasil yang lebih besar dari bunga dengan indeks sikap sebesar 3,69 (**positif**).

Hal ini disebabkan karena ciri khas dari pembiayaan BMT berbasis syariah, sehingga sangat menghindari riba, sebagai wujud agar sesuai

dengan syariat Islam untuk mendapatkan manfaat baik di dunia maupun di akhirat. Dalam hal ini sistem kerjasama ini merupakan bentuk kerjasama yang saling menguntungkan sehingga besar kecilnya bagi hasil tidak terlalu dipertimbangkan apakah lebih besar dari bunga bank atau lebih kecil, karena yang terpenting adalah sistem keadilan.

**4) Analisis sikap PNS terhadap variabel produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat**

Hasil analisis sikap nasabah terhadap atribut produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.17**

**Hasil Analisis Sikap PNS pada Variabel Produk yang Ditawarkan Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat**

No	Indikator	Sikap PNS	Kategori
1	Produk sesuai kebutuhan PNS	3.92	Positif
2	Risiko usaha tidak hanya dibebankan pada nasabah	4.01	Positif
3	Sistem bagi hasil tidak memberatkan	3.70	Positif
4	Setoran tidak merugikan	3.93	Positif
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.89</b>	<b>Positif</b>

Sumber : Data primer diolah, 2010

Berdasarkan tabel di atas didapatkan rata-rata skor sikap konsumen terhadap variabel produk yang sesuai dengan kebutuhan sebesar 3,89. Sikap konsumen ini termasuk kriteria yang **positif**, karena berada pada rentang 3,4 sampai dengan 4,2. Sikap tertinggi terjadi pada produk yang menarik, dimana risiko usaha tidak hanya dibebankan pada nasabah saja

dengan indeks sikap sebesar 4,01 (**positif**). Selanjutnya untuk item yang paling rendah sikapnya terjadi sistem bagi hasil yang memberatkan dengan indeks sikap sebesar 3,70 (**positif**).

Hal ini disebabkan karena sistem bagi hasil yang diterapkan pada Lembaga Keuangan Syariah (BMT) berprinsip pada tingkat keadilan, sehingga keuntungan usaha dari pembiayaan oleh PNS ini dibagi dengan persentase tertentu agar memberikan keadilan bagi pihak BMT maupun PNS selaku pelaku bisnis / usaha. Namun jika usahanya gagal, risiko yang ditanggungpun tidak semua ditanggung oleh nasabah, tetapi juga ditanggung oleh pihak BMT dengan persentase tertentu sesuai dengan kesepakatan. Namun demikian untuk sistem angsuran yang kurang mempertimbangkan waktu, sehingga sebelum usahanya dirasa menguntungkan, mereka sudah diwajibkan untuk membayar angsuran sehingga terasa memberatkan.

#### b. Analisis Sikap PNS Secara Keseluruhan

Berdasarkan kelima hasil analisis sikap terhadap masing-masing variable atau atribut, maka dapat diperoleh hasil ranking sikap PNS seperti pada tabel berikut:

Tabel 5.18

Tabel Ranking Sikap Responden

No Ranking	Variabel	Rata-rata Sikap	Kategori
1	Syarat administrasi	3.81	Positif

	mudah		
2	Pelayanan yang ramah	3.90	Positif
3	Keyakinan untuk menghindari riba	4.02	Positif
4	Produk sesuai kebutuhan	3.89	Positif
	<b>Rata-rata Sikap</b>	<b>3.90</b>	<b>Positif</b>

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dari beberapa langkah analisis di atas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan sikap nasabah terhadap produk pembiayaan BMT dalam kriteria yang baik dengan indeks sikap sebesar 3,90. Sikap ini termasuk dalam kriteria yang **positif** karena berada pada interval 3,40 sampai dengan 4,2. Sedangkan variabel yang paling dominan mempengaruhi sikap PNS terhadap pelayanan BMT adalah atribut keyakinan untuk menghindari riba, dengan indeks sikap terbesar yaitu 4,02 yang berada pada kriteria **positif**. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh variabel pelayanan yang ramah dengan indeks sikap sebesar 3,90 (**positif**), variabel produk yang sesuai dengan kebutuhan dengan indeks sikap sebesar 3,89 (**Positif**) dan sikap terendah terjadi pada variabel sistem administrasi yang mudah 3,81 (**Positif**). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “alasan/atribut yang paling berperan dalam membentuk sikap PNS untuk menjadi nasabah BMT adalah untuk menghindari riba” **dapat didukung**.

## 2. Analisa Chi Square

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan analisis *Chi Square*. Analisis ini digunakan untuk membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan “Adanya perbedaan sikap PNS terhadap produk pembiayaan BMT berdasarkan karakteristik konsumen”

Untuk menguji kebenaran hipotesis di atas, digunakan uji statistik *Chi Square*. Tujuan digunakan analisis tersebut untuk mengetahui perbedaan sikap PNS berdasarkan karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, dan tingkat penghasilan. Jika ditemukan adanya perbedaan sikap yang signifikan maka selanjutnya dianalisis dengan koefisien kontingensi untuk melihat keeratan hubungan antara karakteristik dengan atribut-atribut produk pembiayaan BMT.

### a. Perbedaan Sikap PNS pada Atribut Syarat Administrasi yang Mudah Berdasarkan Karakteristik Responden.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 12.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut syarat administrasi yang mudah berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

**Tabel 5.19**

**Hasil Uji *Chi Square*  
Pada Atribut Syarat Administrasi yang Mudah**

Karakteristik	X <sup>2</sup> hitung	DF	X <sup>2</sup> tabel	KK	Keterangan

Jenis Kelamin	2.302	3	7.81	0.143	Tidak signifikan
Usia	12.760	9	16.92	0.322	Tidak signifikan
Pendidikan	4.105	3	7.81	0.190	Tidak signifikan
Penghasilan	2.657	9	16.92	0.154	Tidak signifikan

Sumber: data primer diolah, 2010

Dari tabel 5.19 di atas dapat diketahui bahwa sikap PNS terhadap atribut syarat administrasi yang mudah pada BMT berdasarkan jenis kelamin diperoleh  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel ( $2,302 < 7,81$ ), sehingga  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap PNS pada produk pembiayaan BMT berdasarkan jenis kelamin. Artinya baik pria maupun wanita telah memiliki sikap yang sama yaitu positif terhadap sistem administrasi yang ditetapkan yang dirasa sangat mudah dan membantu nasabah.

Berdasarkan usia responden hasil *chi square* pada atribut syarat administrasi yang mudah mempunyai  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel ( $12,760 < 16,92$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut syarat administrasi yang mudah pada BMT berdasarkan tingkat usia. Dengan demikian baik PNS yang berusia muda maupun yang sudah berusia lebih tua telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap sistem administrasi ini.

Berdasarkan tingkat pendidikan responden hasil *chi square* pada atribut syarat administrasi yang mudah mempunyai  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel

(4,105 < 7,81) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut syarat administrasi yang mudah pada BMT berdasarkan tingkat pendidikan. Dengan demikian baik PNS yang berpendidikan terakhir adalah tamatan SLTA maupun perguruan tinggi telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap sistem administrasi ini.

Berdasarkan penghasilan PNS hasil *chi square* pada atribut syarat administrasi yang mudah mempunyai  $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel (2,657 < 16,92) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut syarat administrasi yang mudah pada BMT berdasarkan tingkat penghasilan. Dengan demikian baik PNS yang sudah berpenghasilan tinggi maupun rendah telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap sistem administrasi ini.

Hasil *chi square* ini menunjukkan bahwa syarat administrasi yang mudah yang diberlakukan pada BMT ini, telah memberikan kemudahan bagi seluruh PNS baik pria maupun wanita, PNS muda atau yang sudah senior, berpendidikan rendah atau tinggi dan berpenghasilan rendah atau yang sudah mapan. Hal ini disebabkan karena mereka adalah Pegawai pemerintah yang sifatnya tetap, sehingga tidak perlu lagi prosedur yang menyulitkan bagi PNS dalam pengajuan pembiayaan, karena statusnya sangat jelas.

- b. Perbedaan Sikap PNS pada Atribut Keramahan Pelayanan Pegawai BMT Kepada Nasabah Berdasarkan Karakteristik Responden.**

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 12.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut pelayanan yang ramah berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

**Tabel 5.20**

**Hasil Uji Chi Square Pada Atribut Keramahan Pelayanan Pegawai BMT Kepada Nasabah**

Karakteristik	X <sup>2</sup> hitung	DF	X <sup>2</sup> tabel	KK	Keterangan
Jenis Kelamin	3.281	4	9.49	0.170	Tidak signifikan
Usia	27.317	12	21.03	0.446	Signifikan
Pendidikan	3.573	4	9.49	0.177	Tidak signifikan
Penghasilan	8.846	12	21.03	0.273	Tidak signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dari tabel 5.20 di atas dapat diketahui bahwa sikap PNS terhadap atribut pelayanan yang ramah pada BMT berdasarkan jenis kelamin diperoleh X<sup>2</sup> hitung < X<sup>2</sup> tabel (3,281 < 9,49), sehingga Ho diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap PNS pada produk pembiayaan BMT atas pelayanannya yang ramah berdasarkan jenis kelamin. Artinya baik pria maupun wanita telah memiliki sikap yang sama yaitu positif terhadap pelayanan yang diberikan sebagai pelayanan profesional, sabar, ramah dan tidak mengecewakan.

Berdasarkan usia responden, hasil *chi square* pada atribut pelayanan yang ramah mempunyai X<sup>2</sup> hitung > X<sup>2</sup> tabel (27,317 > 21,03) sehingga Ho ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut pelayanan

yang ramah pada BMT berdasarkan tingkat usia. Dengan demikian baik PNS yang berusia muda memiliki sikap yang berbeda dibandingkan dengan PNS yang sudah berusia lebih tua dalam memperoleh pelayanan dari BMT.

Hasil menunjukkan bahwa PNS yang lebih muda cenderung memiliki sikap yang lebih rendah dibandingkan dengan PNS yang lebih tua. Untuk mengetahui keeratan hubungan ini dapat digunakan uji Koefisien kontingensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{27,317}{27,317+110}} = 0,446$$

$$KK \text{ mak} = \sqrt{\frac{4-1}{4}} = 0,866$$

Nilai koefisien kontigensi sebesar 0,446 cenderung mendekati angka KK maksnya yaitu sebesar 0,866. Dengan demikian hubungan antara usia dengan pelayanan yang ramah termasuk dalam kriteria yang erat.

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, hasil *chi square* pada atribut pelayanan yang ramah mempunyai  $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel ( $3,573 < 9,49$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut pelayanan yang ramah pada BMT berdasarkan tingkat pendidikan. Dengan demikian baik PNS yang berpendidikan terakhir adalah tamatan SLTA maupun perguruan tinggi telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap pelayanan dari karyawan BMT.

Berdasarkan penghasilan PNS, hasil *chi square* pada atribut pelayanan yang ramah mempunyai  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel ( $8,846 < 21,03$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut pelayanan yang ramah pada BMT berdasarkan tingkat penghasilan. Dengan demikian baik PNS yang sudah berpenghasilan tinggi maupun rendah telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap sistem pelayanan ini.

Hasil *chi square* terhadap atribut pelayanan yang ramah ini memberikan strategi manajerial, khususnya dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah, hendaknya memperhatikan usia responden, terutama bagi PNS yang lebih muda. Hal ini disebabkan karena PNS yang berusia muda masih merasakan sikap yang lebih rendah dibandingkan dengan PNS yang lebih tua.

Untuk itu perlu adanya pendekatan yang lebih baik dalam menjalin hubungan antara karyawan dan nasabah ini, sehingga PNS yang lebih dikenal oleh pihak petugas BMT, misalnya dengan menyebut nama, sehingga keberadaan PNS muda ini merasa dihargai, dan dikenal oleh pihak BMT. Hal ini tentunya akan memotivasi bagi PNS yang selaku nasabah tersebut untuk menerima pelayanan yang diberikan karyawan BMT.

**c. Perbedaan Sikap PNS pada Atribut Keyakinan Untuk Menghindari Riba Berdasarkan Karakteristik Responden.**

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 12.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada variabel keyakinan untuk

menghindari riba berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

**Tabel 5.21**

**Hasil Uji *Chi Square*  
Pada Atribut Keyakinan untuk Menghindari Riba**

Karakteristik	X <sup>2</sup> hitung	DF	X <sup>2</sup> tabel	KK	Keterangan
Jenis Kelamin	0.557	3	7.81	0.071	Tidak signifikan
Usia	22.053	9	16.92	0.409	Signifikan
Pendidikan	9.411	3	7.81	0.281	Signifikan
Penghasilan	19.130	9	16.92	0.385	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2010

Dari tabel 5.21 di atas dapat diketahui bahwa sikap PNS terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba pada BMT berdasarkan jenis kelamin diperoleh  $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel (0,557 < 7,81), sehingga  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap PNS pada produk pembiayaan BMT terhadap keyakinannya untuk menghindari riba berdasarkan jenis kelamin. Artinya baik pria maupun wanita telah memiliki sikap yang sama yaitu positif terhadap keyakinannya untuk menghindari riba, sehingga mereka tertarik mengajukan pembiayaan di BMT karena mendapatkan manfaat dunia akhirat, melalui konsep bagi hasil bukan konsep bunga.

Berdasarkan usia responden, hasil *chi square* pada atribut keyakinan untuk menghindari riba mempunyai  $X^2$  hitung >  $X^2$  tabel (22,053 > 16,92) sehingga

Ho ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba pada BMT berdasarkan tingkat usia. Dengan demikian baik PNS yang berusia muda memiliki sikap yang berbeda dibandingkan dengan PNS yang sudah berusia lebih tua dalam keyakinannya untuk menghindari riba.

Hasil menunjukkan bahwa PNS yang lebih muda cenderung memiliki sikap yang lebih rendah dibandingkan dengan PNS yang lebih tua. Untuk mengetahui keeratan hubungan ini dapat digunakan uji Koefisien kontigensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{22,053}{22,053 + 110}} = 0,409$$

$$KK \text{ mak} = \sqrt{\frac{4-1}{4}} = 0,866$$

Nilai koefisien kontigensi sebesar 0,409 cenderung menjauhi angka KK maksnya yaitu sebesar 0,866. Dengan demikian hubungan antara usia dengan keyakinan untuk menghindari riba termasuk dalam kriteria yang kurang erat.

Berdasarkan tingkat pendidikan responden hasil *chi square* pada atribut keyakinan untuk menghindari riba mempunyai  $X^2$  hitung  $> X^2$  tabel ( $9,411 < 7,81$ ) sehingga Ho ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba pada BMT berdasarkan tingkat pendidikan. Dengan demikian baik PNS yang berpendidikan terakhir adalah tamatan SLTA akan memiliki sikap yang

berbeda dengan PNS yang lulusan perguruan tinggi dalam keyakinannya untuk menghindari riba.

Hasil menunjukkan bahwa PNS yang berpendidikan rendah cenderung memiliki sikap yang lebih rendah dibandingkan dengan PNS yang berpendidikan tinggi. Untuk mengetahui keeratan hubungan ini dapat digunakan uji Koefisien kontigensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{9,411}{9,411+110}} = 0,281$$

$$KK \text{ mak} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = 0,707$$

Nilai koefisien kontigensi sebesar 0,281 cenderung menjauhi angka KK maksnya yaitu sebesar 0,707. Dengan demikian hubungan antara pendidikan terakhir dengan keyakinan untuk menghindari riba termasuk dalam kriteria yang kurang erat.

Berdasarkan penghasilan PNS hasil *chi square* pada atribut keyakinan untuk menghindari riba mempunyai  $X^2$  hitung  $> X^2$  tabel ( $19,130 > 16,92$ ) sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba pada BMT berdasarkan tingkat penghasilan. Dengan demikian baik PNS yang sudah berpenghasilan tinggi akan memiliki sikap yang berbeda dengan PNS yang berpenghasilan rendah keyakinannya untuk menghindari riba.

Hasil menunjukkan bahwa PNS yang berpenghasilan rendah cenderung memiliki sikap yang lebih rendah dibandingkan dengan PNS yang berpenghasilan tinggi. Untuk mengetahui keeratan hubungan ini dapat digunakan uji Koefisien kontigensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{19,130}{19,130+110}} = 0,385$$

$$KK \text{ mak} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = 0,707$$

Nilai koefisien kontigensi sebesar 0,385 cenderung mendekati angka KK maksnya yaitu sebesar 0,385. Dengan demikian hubungan antara penghasilan dengan keyakinan untuk menghindari riba termasuk dalam kriteria yang erat.

Hasil chi square terhadap atribut keyakinan untuk menghindari riba ini memberikan strategi manajerial, khususnya dalam meningkatkan pelayanannya kepada nasabah terutama pada PNS yang berusia muda, berpendidikan rendah dan berpenghasilan rendah. Hendaknya dalam memberikan ketetapan bagi hasil, pihak BMT harus menggunakan prinsip keadilan. Sehingga para PNS akan lebih tertarik untuk bermitra dengan BMT, daripada dengan lembaga keuangan konvensional lainnya.

**d. Perbedaan Sikap PNS pada Atribut Produk Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kebutuhan Berdasarkan Karakteristik Responden.**

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 12.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada variabel produk yang

sesuai dengan kebutuhan berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

**Tabel 5.22**  
**Hasil Uji *Chi Square***  
**Pada Atribut Produk yang sesuai dengan kebutuhan**

Karakteristik	X <sup>2</sup> hitung	DF	X <sup>2</sup> tabel	KK	Keterangan
Jenis Kelamin	5.113	4	9.49	0.211	Tidak signifikan
Usia	22.974	12	21.03	0.416	Signifikan
Pendidikan	3.936	4	9.49	0.186	Tidak signifikan
Penghasilan	10.628	12	21.03	0.297	Tidak signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2010

Dari tabel 5.22 di atas dapat diketahui bahwa sikap PNS terhadap atribut produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat berdasarkan jenis kelamin diperoleh  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel ( $5,113 < 9,49$ ), sehingga  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap PNS pada produk pembiayaan BMT yang sesuai dengan kebutuhan berdasarkan jenis kelamin. Artinya baik pria maupun wanita telah memiliki sikap yang sama yaitu positif terhadap produk BMT misalnya risiko yang ditanggung tidak hanya dibebankan oleh nasabah, dan besarnya bagi hasil inipun tidak memberatkan nasabah.

Berdasarkan usia responden hasil *chi square* pada atribut produk yang sesuai kebutuhan mempunyai  $X^2$  hitung  $>$   $X^2$  tabel ( $22,974 > 21,03$ ) sehingga

$H_0$  ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut produk yang sesuai kebutuhan pada BMT berdasarkan tingkat usia. Dengan demikian baik PNS yang berusia muda memiliki sikap yang berbeda dibandingkan dengan PNS yang sudah berusia lebih tua terhadap produk pembiayaan BMT.

Hasil menunjukkan bahwa PNS yang lebih muda cenderung memiliki sikap yang lebih tinggi dibandingkan dengan PNS yang lebih tua. Untuk mengetahui keeratan hubungan ini dapat digunakan uji Koefisien kontigensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{22,974}{22,974 + 110}} = 0,416$$

$$KK \text{ mak} = \sqrt{\frac{4-1}{4}} = 0,866$$



Nilai koefisien kontigensi sebesar 0,416 cenderung menjauhi angka KK maksnya yaitu sebesar 0,866. Dengan demikian hubungan antara usia dengan produk yang sesuai kebutuhan termasuk dalam kriteria yang kurang erat.

Berdasarkan tingkat pendidikan responden hasil *chi square* pada atribut produk yang sesuai kebutuhan mempunyai  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel ( $3,936 < 9,49$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut produk yang sesuai kebutuhan pada BMT berdasarkan tingkat pendidikan. Dengan demikian baik PNS yang

berpendidikan terakhir adalah tamatan SLTA maupun perguruan tinggi telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap produk pembiayaan BMT.

Berdasarkan penghasilan PNS hasil *chi square* pada atribut produk yang sesuai kebutuhan mempunyai  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel ( $10,628 < 21,03$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut produk yang sesuai kebutuhan pada BMT berdasarkan tingkat penghasilan. Dengan demikian baik PNS yang sudah berpenghasilan tinggi maupun rendah telah sama-sama memiliki sikap yang positif terhadap produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Dari hasil Chi Square terhadap atribut "Produk pembiayaan yang ditawarkan BMT, sesuai dengan kebutuhan masyarakat", dapat dilihat bahwa berdasarkan usia responden, untuk para PNS yang berusia lebih muda cenderung memiliki sikap yang lebih tinggi terhadap atribut ini, dibandingkan dengan PNS yang berusia lebih tua. Ini berarti bahwa produk pembiayaan yang ditawarkan oleh pihak BMT telah sesuai dengan kebutuhan mereka. Akan tetapi, bagi PNS yang lebih tua, menyikapi atribut ini dengan nilai yang lebih rendah. Untuk itu, masukan bagi pihak BMT, untuk lebih meningkatkan mutu, serta keragaman produk pembiayaan, agar para PNS yang berusia tua tertarik untuk mengajukan pembiayaan di sana.

Untuk lebih jelasnya, hasil analisis uji Chi Square secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.23

Tabel Hasil Analisa Chi Square

NO	KARAKTERISTIK RESPONDEN	VARIABEL/ ATRIBUT			
		Syarat Mudah	Pelayanan Ramah	Menghindari Riba	Sesuai Kebutuhan
1	Jenis kelamin	$X^2_h < X^2_t$ (2,302 < 7,81) Tidak signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (3,28 < 9,49) Tidak signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (0,55 < 7,81) Tidak signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (5,11 < 9,49) Tidak signifikan
2	Usia	$X^2_h < X^2_t$ (12,76 < 16,92) Tidak signifikan	$X^2_h > X^2_t$ (27,3 > 21,03) Signifikan	$X^2_h > X^2_t$ (22,05 > 16,92) Signifikan	$X^2_h > X^2_t$ (22,9 > 21,03) Signifikan
3	Pendidikan	$X^2_h < X^2_t$ (4,1 < 7,81) Tidak signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (3,57 < 9,49) Tidak signifikan	$X^2_h > X^2_t$ (9,4 > 7,81) Signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (3,93 < 9,49) Tidak signifikan
4	Penghasilan	$X^2_h < X^2_t$ (2,66 < 16,9) Tidak signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (8,85 < 21,03) Tidak signifikan	$X^2_h > X^2_t$ (19,13 > 16,92) Signifikan	$X^2_h < X^2_t$ (10,6 < 21,03) Tidak signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2010

Dari hasil analisis tersebut, dapat dilihat bahwa pada atribut “Syarat administrasi yang mudah”, tidak terdapat perbedaan sikap PNS berdasarkan jenis kelamin, usia responden, latar belakang pendidikan, dan tingkat penghasilan. Hal ini berarti bahwa setiap PNS memberikan penilaian yang sama terhadap atribut ini.

Pada atribut “Keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah”, para responden (PNS), memberikan penilaian yang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya, dilihat dari perbedaan usia. PNS yang berusia lebih rendah, memberikan penilaian yang rendah, ini berarti mereka masih belum mendapatka

pelayanan yang maksimal dari para pegawai BMT. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan tingkat penghasilan, tidak terdapat perbedaan sikap. Hal ini bisa terjadi, mungkin dikarenakan, pegawai BMT dalam melayani nasabah yang lebih tua, mereka lebih sabar dibandingkan pada saat melayani nasabah yang lebih muda. Sehingga nasabah yang lebih muda memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap atribut ini.

Perbedaan sikap yang signifikan terdapat pada atribut “ Keyakinan untuk menghindari riba’. Dari hasil analisis terhadap atribut ini, didapatkan hasil bahwa PNS yang berusia muda, berpenghasilan kecil, dan berpendidikan rendah, lebih rendah pula dalam memberikan penilaian. Ini berarti bahwa selama ini mereka menjadi nasabah BMT dikarenakan alasan yang lainnya, bukan untuk menghindari riba.

Sedangkan pada atribut terakhir, yaitu “ Produk pembiayaan yang ditawarkan BMT sesuai dengan kebutuhan masyarakat”, terdapat perbedaan sikap PNS dilihat dari tingkat usia mereka. PNS yang berusia lebih muda, cenderung memberikan penilaian yang lebih tinggi, ini berarti bahwa produk pembiayaan sudah sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis data secara kualitatif dan kuantitatif, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel atau atribut yang paling dominan mempengaruhi sikap PNS untuk mengajukan pembiayaan di BMT adalah “keyakinan untuk menghindari riba”.

2. Hasil analisa Chi Square:

- a. Pada Variabel “Syarat Administrasi Yang Mudah”

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap variabel ini, berdasarkan jenis kelamin, usia responden, latar belakang pendidikan, dan tingkat penghasilan.

- b. Pada Variabel “Keramahan Pelayanan Pegawai BMT dalam Melayani Nasabah”

Terdapat perbedaan sikap PNS yang signifikan terhadap variabel ini, berdasarkan tingkat usia. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan tingkat penghasilan, tidak terdapat perbedaan.

- c. Pada Variabel “Keyakinan Untuk Menghindari Riba”

Terdapat perbedaan yang signifikan sikap PNS terhadap variabel ini, berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, dan tingkat penghasilan.

Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, tidak terdapat perbedaan.

- d. Pada Variabel “Produk Pembiayaan Yang ditawarkan BMT Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat

Terdapat perbedaan yang signifikan sikap PNS terhadap variabel ini, berdasarkan tingkat usia. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat penghasilan tidak menunjukkan adanya perbedaan sikap.

## B. Saran

Melihat analisis dan kesimpulan yang di dapat, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak BMT, yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usahanya sebagai Lembaga Keuangan Syariah:

1. Berdasarkan hasil analisa uji Chi Square pada variabel keramahan pelayanan pegawai BMT kepada nasabah, terlihat bahwa terdapat perbedaan sikap PNS yang signifikan. Maka dari itu, pihak BMT diharapkan mau meningkatkan pelayan kepada nasabah, baik nasabah yang berprofesi sebagai PNS, maupun masyarakat umum, baik yang berusia muda maupun yang sudah tua. Peningkatan pelayanan ini, dapat berupa peningkatan keramahan dan kesopanan para pegawai kepada setia nasabah, maupun profesionalitas

pegawai BMT dalam melayani nasabah. Untuk meningkatkan keramahan dan kesopanan para pegawainya, pihak BMT perlu untuk mengadakan training kepada setiap karyawan, serta meningkatkan nilai-nilai keagamaan. Sedangkan untuk meningkatkan profesionalitas dalam pelayanan, yang pertama kali harus dilakukan oleh pihak BMT adalah meningkatkan kualitas SDM, yaitu dengan cara mencari pegawai-pegawai baru dengan tingkat SDM yang lebih berkualitas, dan memberikan training kepada setiap karyawan, baik karyawan baru maupun karyawan yang sudah lama.

2. Pihak BMT diharapkan untuk lebih memperhatikan kualitas produknya, terutama produk pembiayaan. Keragaman jenis pembiayaan, serta besarnya prosentasi bagi hasil, akan menjadi suatu bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk mengajukan pembiayaan di sana. Masyarakat akan lebih tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BMT apabila pihak BMT mau memberikan prosentase bagi hasil yang besar bagi para nasabah.
3. Syarat administrasi dalam pengajuan pembiayaan, diharapkan bisa lebih dipermudah, supaya masyarakat akan tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BMT. Misalnya, untuk pembiayaan dalam jumlah yang tidak terlalu besar, pihak nasabah tidak perlu memberikan agunan sebagai barang jaminan. Dan bagi para PNS, bisa menggunakan SK kerja sebagai agunan, seperti yang telah dilakukan oleh perbankan-perbankan konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anastasi, Anne. 1979. *Field of Applied Psycology*, second edition. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha Ltd.
- Al Qur'an dan Terjemahannya. 1989, Ed. Revisi. Semarang: CV. Toha Putra.
- Asshiddiqie, Jimly. 2000. "Penerapan dan Pemasyarakatan Sistem Perbankan Syariah di Indonesia". Jakarta.
- Azwar, S. 2002. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Ed. Kedua. Yogyakarta: Pusataka Pelajar.
- Brosur KJKS BMT Binamas Purworejo
- Dharmanesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, edisi pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Djazuli, A. dan Yadi Janwari. 2002. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat: Sebuah Pengenalan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Engel, James F. , Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*, edisi keenam, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994).
- Fitrianto Teguh Samodro. 2003. "Sikap dan Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Otobis Maratama". *Skripsi*, Yogyakarta: UII. (Tidak Dipublikasikan).
- Hamidi, M. Luthfi. 2003. *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*, Cet. II. Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Herlina, Titin. 2004. "Sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap perbankan syariah Yogyakarta", *Skripsi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Syariah. (Tidak Dipublikasikan).
- Kartono, Kartino. 1994. *Psikologi Sosial untuk Manajemen Perusahaan dan Industri*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Karsinem,. 2005. "Analisis Sikap Siswa Madrasah Aliyah Ali maksum Yogyakarta terhadap Bank Syariah", *Skripsi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ekonomi Islam. (Tidak Dipublikasikan).

- L, Alfred. 2002. "Analisis Sikap Nasabah Terhadap Produk Bank Muamalat Indonesia (Satudi Pada BMI Cabang Surabaya)". *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Loudon, David L. and Albert J. Della Bitta. 1993. *Conssumer Behavior*, fourth edition. New York: McGraw- Hill International Edition.
- Madnasir. 2002. "Analisis Perilaku Konsumen BPR Syariah Sakai Sembayan Kecamatan Natar Lampung Selatan, Lampung", *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Ed. 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhamad. 2000. *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Cet.1. Yogyakarta: UII Press.
- Muhibbuddin. 2002. "Tanggapan Masyarakat Terhadap Bank Styariah (Studi atas Bank Muamalat Makasar)". *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Muizin, Iding Bai . 2009. "Respon Karyawan KUA Terhadap Perbankan Syariah (Studi pada karyawan KUA di Kabupaten Lebak Banten)", *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Mulyani, Sri. 2007. "Analisis Perilaku Konsumen terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada BRI Syariah Cabang Solo)", *Skripsi*, Surakarta: STAIN Surakarta. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Purwandari, Wahyu. 2007. "Respon Dan Persepsi Dosen Perguruan Tinggi Ekonomi Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap Keputusan Beli Jasa Bank Syariah", *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk. 1997. *Conssumer Behavior*, fifth edition. USA: Prentice Hall International Edition.
- Sholihin. 1999. "Perilaku Konsumen Terhadap Produk BMT (Studi Kasus di BMT Kharisma, Magelang, Jawa Tengah)". *Tesis*, Yogyakarta : MSI UII. (*Tidak Dipublikasikan*).
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_. 2008.

Soeratno dan Lincoln Arsyad. 2003. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, cet.4. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Trio Afandi, "Peran Pemberdayaan BMT", dikutip dari ekonomi syariah/accesed 1 September 2009.

Umar, Husein . 2000. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pusataka Utama.

Zainal Mustafa Eq. 1995. *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi*, Edisi kedua. Yogyakarta: BPFE UII.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : Hari Prihat Istianti, SE  
Tempat dan tanggal lahir : Purworejo, 16 April 1983  
Profesi : -  
Alamat Rumah : Perum Doplang Blok F1/10 Purworejo Jawa Tengah, 54114  
Riwayat Pendidikan : SD Negeri Doplang Purworejo (1989-1995)  
SMP Negeri 1 Purworejo (1995-1998)  
SMU Negeri 1 Banyuurip (1998-2001)  
S.1 Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia (2001-2005)  
Karya Ilmiah : Reaksi Harga Saham di BEJ Terhadap Peristiwa Peledakan BOM.



UNIVERSITAS  
Purworejo, Mei 2010,  
ISLAM Penulis,  
INDONESIA   
Hari Prihat Istianti

LAMPIRAN I

DAFTAR KUESIONER

DAN

PEDOMAN WAWANCARA



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Kepada Yth.:

Bapak/ Ibu/ Saudara/ i. Pegawai Negeri Sipil

Di Lingkungan Perum Doplang, Purworejo.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Kami adalah mahasiswa Magister Studi Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, yang sedang mengadakan penelitian tentang Analisis Sikap PNS terhadap Produk Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah (BMT).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i sekalian untuk bersedia mengisi angket (daftar pertanyaan) ini. Dalam mengisi angket ini, kami sangat menghargai kejujurannya, dan kami mohon jawaban disesuaikan dengan pendapat pribadi, karena kami tidak akan menilai jawaban sebagai sesuatu yang benar atau salah. Penelitian ini bertujuan untuk kegiatan ilmiah semata, bukan sebagai bentuk lain yang akan merugikan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i, dan kami juga menjamin kerahasiaan identitas Bapak/ Ibu/ Saudara/ i.

Partisipasi yang berupa kesediaan mengisi angket ini, sungguh sangat membantu keberhasilan penelitian ini. Atas kerjasama dan bantuan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Kami,

( Hari Prihat Istianti)

**Bagian Pertama**

**Petunjuk pengisian:**

**\*) Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai, dengan memberi tanda (√)**

**1. Jenis Kelamin:\***

- Pria
- Wanita

**2. Umur:\***

- ≤ 30 tahun
- 31-40 tahun
- 41-50 tahun
- ≥ 51 tahun

**3. Latar Belakang Pendidikan:**

- Lulus Sekolah Menengah Pertama
- Lulus Sekolah Menengah Atas
- Lulus Akademi atau Perguruan Tinggi

**4. Pendapatan Tiap Bulan (gaji dan selain gaji):\***

- Kurang dari Rp. 1.500.000,-
- Antara Rp. 1.500.000,- - Rp. 2.500.000,-
- Antara Rp. 2.500.000,- - Rp. 5.000.000,-
- Lebih dari Rp. 5.000.000,-

**5. Jenis Produk atau Jasa BMT yang Dipilih:\***

- Tabungan
- Pembiayaan
- Tabungan dan Pembiayaan
- Jasa lainnya

**6. Mengapa Bapak/ Ibu/ Saudara/ i memilih produk-produk BMT?**

- Syarat administrasinya mudah
- Pegawai BMT melayani nasabah dengan ramah dan professional
- Keyakinan untuk menghindari riba
- Produk pembiayaan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

### Bagian Kedua

Petunjuk pengisian:

1. Pada bagian kedua angket ini, Bapak/ Ibu/ Saudara/ i diharapkan mengisi jawaban dari pertanyaan yang tersedia dengan memberikan tanda centang (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai.
2. Keterangan jawaban:  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS: Sangat Tidak Setuju

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda menyikapi dengan baik adanya produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT.					
2	Alasan anda bermitra dengan BMT karena syarat-syarat administrasinya mudah.					
3	Pengajuan pembiayaan di BMT prosesnya cepat dan mudah.					
4	Berlakunya system potong gaji dalam pembayaran angsuran pembiayaan di BMT bagi para PNS, sangat mempermudah nasabah.					
5	Syarat adanya agunan(jaminan) untuk mengajukan pembiayaan di BMT menyulitkan nasabah.					
6	Adanya wawancara dan survey yang dilakukan oleh BMT pada saat mengajukan pembiayaan, menimbulkan kesan ketidakpercayaan pada nasabah.					
7	Pelayanan pegawai BMT kepada nasabah sangat professional, sehingga membuat anda tertarik untuk menjadi nasabah.					
8	Pegawai BMT melyani nasabah dengan ramah dan sabar.					
9	System pelayanan yang diberikan pihak BMT lambat dan mengecewakan nasabah.					

No	keterangan	SS	S	N	TS	STS
10	Yang membuat anda tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BMT adalah karena mendapatkan manfaat di dunia dan akherat.					
11	Anda menjadi nasabah BMT hanya karena ingin coba-coba saja.					
12	Bagi hasil yang diberikan BMT lebih besar dari bunga bank konvensional, sehingga anda tertarik untuk menjadi nasabah BMT.					
13	Tidak adanya prinsip bunga pada produk tabungan dan pembiayaan, membuat anda tenang untuk bermitra dengan BMT.					
14	Konsep bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam merupakan alasan anda untuk menjadi nasabah BMT.					
15	Produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama bagi para PNS.					
16	Produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT menarik, karena resiko usaha tidak hanya dibebankan pada nasabah saja.					
17	Anda tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BMT karena system bagi hasil yang diterapkan tidak memberatkan nasabah.					
18	Prosentase bagi hasil yang harus disetorkan kepada pihak BMT terlalu besar, sehingga merugikan nasabah.					

## PEDOMAN WAWANCARA

**Sasaran : Pegawai BMT**

**Tujuan : mendapatkan data dan informasi mengenai BMT, seperti: jumlah BMT yang beroperasi di Purworejo, jenis-jenis produk yang ditawarkan, keadaan nasabah, dan lain-lain.**

**Isi pertanyaan:**

1. **Barapa jumlah BMT yang beroperasi di Purworejo?**
2. **Berapa jumlah BMT yang tergabung dalam Forum BMT Purworejo?**
3. **Produk apa saja yang ditawarkan oleh BMT?**
4. **Apakah terdapat nasabah yang berprofesi sebagai PNS?**
5. **Apakah ada progran khusus yang ditawarkan BMT bagi para nasabah PNS?**
6. **Produk pembiayaan apa yang paling banyak diminati oleh PNS?**

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## PEDOMAN WAWANCARA

Sasaran : warga Perum Doplang

Tujuan : untuk mengetahui sikap PNS terhadap pruduk pembiayaan BMT

Isi pertanyaan:

1. Pada departemen apa saudara bekerja?
2. Untuk pembayaran gaji saudara, biasanya menggunakan jasa perbankan konvensional atau perbankan syariah?
3. Di manakah saudara menabung, dan mengajukan pembiayaan?
4. Apakah saudara pernah menjadi nasabah pada BMT atau Lembaga Keuangan Syariah lainnya?
5. Bagaimana komentar saudara tentang bunga dan bagi hasil?
6. Apakah saudara mengerti tentang produk-produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT?
7. Bagaimana pendapat saudara tentang produk-produk pembiayaan tersebut?



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## LAMPIRAN II

### HASIL PENYEBARAN KUESIONER

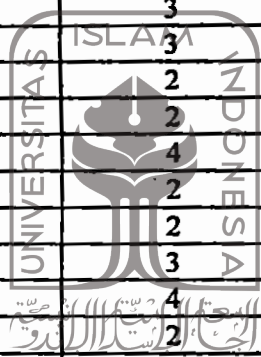


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

**HASIL PENYEBARAN ANGKET  
BAGIAN PERTAMA**

NO	JENIS KELAMIN	UMUR	PENDIDIKAN	PENDAPATAN	PRODUK	ALASAN
1	1	4	2	3	3	1
2	2	4	2	3	3	4
3	1	3	2	3	2	1
4	2	3	2	3	2	2
5	1	4	3	4	3	3
6	2	3	2	3	4	2
7	1	4	2	2	2	3
8	2	4	2	2	3	1
9	2	2	3	3	3	3
10	1	3	3	4	4	1
11	2	3	2	3	3	2
12	1	3	3	4	4	3
13	2	3	2	3	3	2
14	1	4	3	4	4	1
15	2	3	2	3	1	3
16	1	3	3	3	1	3
17	2	3	3	3	1	3
18	2	3	2	2	3	2
19	2	3	3	2	3	1
20	1	4	2	1	4	3
21	2	4	2	1	4	3
22	1	4	2	2	4	3
23	1	3	3	3	1	2
24	2	3	3	3	1	3
25	1	3	2	2	3	3
26	1	4	2	2	3	3
27	1	3	2	3	3	1
28	1	4	2	3	4	3
29	2	3	2	1	3	4
30	1	2	2	3	3	1
31	1	2	2	2	3	3
32	1	2	3	3	3	3
33	1	4	3	3	4	3
34	2	4	2	1	3	4
35	1	4	3	3	1	3
36	2	4	2	2	1	3
37	1	1	3	3	4	3
38	2	3	3	3	4	3
39	1	3	3	3	4	3
40	2	2	3	3	4	3
41	1	4	3	3	3	3
42	1	2	3	4	3	1
43	1	2	3	3	4	3
44	2	3	3	3	3	4

45	1	4	3	3	3	1
46	2	4	3	3	3	1
47	2	3	3	3	4	3
48	1	3	2	3	3	1
49	2	3	3	4	4	2
50	1	3	3	3	3	4
51	1	2	3	4	4	1
52	2	3	2	2	3	1
53	2	2	3	3	3	1
54	1	1	3	3	1	3
55	2	1	3	2	1	3
56	1	4	2	2	4	3
57	2	4	2	2	4	3
58	1	3	2	2	4	3
59	1	4	2	4	3	4
60	2	4	2	4	3	4
61	1	3	3	3	2	4
62	2	2	3	3	4	3
63	1	3	3	3	1	3
64	1	3	3	3	1	2
65	2	3	2	2	4	3
66	2	4	2	2	3	4
67	1	3	3	4	4	3
68	2	3	2	2	1	1
69	1	4	3	2	1	3
70	2	4	2	3	4	3
71	2	3	3	4	1	3
72	2	3	2	2	1	1
73	1	4	3	4	4	3
74	2	3	2	4	3	4
75	2	3	2	2	3	4
76	1	3	2	4	4	3
77	1	3	3	3	2	3
78	2	2	3	3	1	1
79	2	3	3	3	1	1
80	1	3	3	3	3	3
81	2	3	2	3	3	1
82	1	4	3	3	4	3
83	1	3	3	3	4	1
84	1	2	3	4	3	2
85	1	2	3	4	4	1
86	1	1	3	3	1	2
87	2	2	2	2	4	3
88	1	2	3	3	1	3
89	1	3	2	3	3	1
90	1	1	3	3	4	3
91	2	2	3	3	1	1
92	2	1	3	2	3	1



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

93	2	1	3	2	1	3
94	1	3	3	3	1	3
95	2	3	3	3	3	1
96	1	2	3	3	3	1
97	2	1	3	3	4	3
98	1	2	3	3	4	3
99	1	3	3	3	4	3
100	1	3	3	4	1	3
101	1	3	3	4	1	1
102	2	3	2	3	3	4
103	2	3	2	3	3	4
104	2	4	3	3	4	3
105	1	3	3	4	4	3
106	1	3	3	3	4	3
107	1	2	3	3	3	1
108	1	2	3	3	3	1
109	2	2	3	3	4	3
110	2	3	3	3	3	3

**KETERANGAN:**

1. Pria: 1  
Wanita: 2
2.  $\leq 30$  tahun: 1  
31-40 tahun: 2  
41-50 tahun: 3  
> 50 tahun: 4
3. Lulus SMP: 1  
Lulus SMA: 2  
Lulus Akademi atau Perguruan Tinggi: 3
4. < 1,5 juta: 1  
1,5 - 2,5 juta: 2  
2,5 - 5 juta: 3  
> 5 juta : 4
5. Tabungan : 1  
Pembiayaan: 2  
Tabungan dan Pembiayaan: 3  
Jasa lainnya: 4
6. Syarat mudah: 1  
Pegawai ramah: 2  
Menghindari riba: 3  
Produk sesuai kebutuhan: 4



**UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA**

HASIL PENYEBARAN ANGKET  
BAGIAN KEDUA

NO	Syarat mudah					peg ramah				menghindari riba				produk sesuai				Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		18
1	5	5	4	3	3	3	4	4	2	4	2	3	5	4	4	4	4	3	66
2	4	4	3	5	3	4	4	5	2	5	3	4	5	4	5	4	4	4	72
3	5	5	4	5	2	2	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	71
4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	75
5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	80
6	4	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	74
7	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5	4	3	3	3	71
8	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	74
9	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	5	3	3	4	4	5	68
10	3	5	4	5	2	2	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4	3	71
11	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	76
12	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	4	74
13	5	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	71
14	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	4	5	71
15	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	65
16	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	74
17	5	3	3	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	75
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	75
19	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	51
20	5	4	4	4	3	3	4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	71
21	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	73
22	5	3	3	5	2	2	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	70
23	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	70
24	4	2	3	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	74
25	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	81
26	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	74
27	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	2	3	71
28	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	73
29	5	3	3	4	5	4	3	5	5	4	3	3	3	5	5	4	4	3	71
30	4	5	4	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	64
31	4	5	4	4	2	4	3	3	3	5	3	4	5	4	3	5	5	3	69
32	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	44
33	3	3	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	5	3	3	4	4	5	69
34	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	76
35	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	78
36	3	4	4	5	3	3	2	3	3	4	3	4	5	5	4	4	3	5	67
37	5	5	4	4	2	3	3	3	3	4	3	5	5	3	5	4	3	4	68
38	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	71
39	5	4	4	3	2	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	2	5	71
40	5	4	5	3	4	3	3	4	3	4	5	4	5	3	3	3	3	4	68
41	5	3	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	3	5	3	70
42	3	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	60
43	3	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	66

44	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	73
45	4	5	5	5	3	2	4	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	3	73
46	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	5	3	74
47	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	76
48	4	3	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	3	2	68
49	4	4	3	3	4	3	1	2	1	3	3	4	3	3	2	3	3	2	51
50	4	4	4	5	3	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	3	4	4	73
51	5	5	4	4	3	4	4	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	77
52	4	5	5	4	3	5	3	5	2	4	5	5	4	5	4	5	5	5	78
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
54	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	3	5	3	3	4	4	67
55	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	5	5	4	5	3	4	73
56	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4	73
57	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	78
58	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	3	5	4	3	71
59	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	1	3	4	5	3	4	3	72
60	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	2	3	5	5	3	3	3	70
61	3	4	2	4	1	3	3	4	4	3	3	1	4	4	5	4	3	3	58
62	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	40
63	5	4	5	4	3	3	4	5	2	4	3	4	5	4	3	5	5	3	71
64	4	4	5	5	3	3	5	5	2	5	5	5	3	4	3	4	4	3	72
65	4	4	4	4	4	3	4	5	2	5	5	5	5	3	4	4	4	3	72
66	5	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	4	3	3	5	4	4	4	73
67	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	5	5	5	3	3	4	2	4	69
68	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	4	4	5	79
69	4	4	3	3	3	5	4	4	3	4	5	5	5	3	5	3	2	5	70
70	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	67
71	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	64
72	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	5	4	3	4	71
73	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	71
74	4	4	3	3	5	3	2	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	70
75	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	3	5	5	3	5	4	76
76	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	5	5	3	3	5	5	71
77	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	69
78	5	4	3	4	4	2	3	4	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	51
79	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	78
80	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	5	2	5	4	4	4	3	4	70
81	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	78
82	5	5	5	3	5	5	5	4	2	5	4	4	5	4	3	4	3	5	76
83	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	77
84	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	2	5	69
85	5	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	5	65
86	3	3	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	76
87	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	74
88	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	3	45
89	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	73
90	3	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	1	3	3	4	4	4	4	63
91	4	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	2	4	3	4	4	4	4	74

92	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5	3	3	4	5	4	4	69
93	5	5	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	4	5	78
94	3	3	2	5	5	3	3	3	2	5	3	4	5	3	4	4	4	3	64
95	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	3	74
96	5	5	4	4	5	3	4	5	3	5	4	4	3	3	5	5	4	3	74
97	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	76
98	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	5	79
99	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	79
100	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	5	5	3	5	4	3	74
101	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	71
102	5	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	70
103	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	3	3	66
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	1	2	56
105	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	5	3	4	3	2	5	63
106	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	68
107	3	5	4	4	3	2	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76
108	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	77
109	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	66
110	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	79

4 4 4 3,6 3,6 4 4,1 4 4,2 4,1 3,7 4,2 3,9 3,9 4 3,7 3,9



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## LAMPIRAN III

### HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

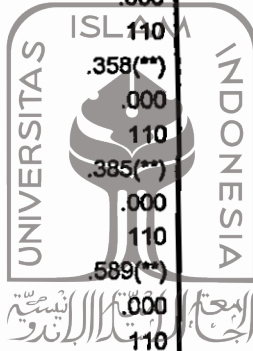


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

# UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

## Correlations

		Total Sikap
S1	Pearson Correlation	.330(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S2	Pearson Correlation	.523(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S3	Pearson Correlation	.575(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S4	Pearson Correlation	.534(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S5	Pearson Correlation	.358(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S6	Pearson Correlation	.385(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S7	Pearson Correlation	.589(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S8	Pearson Correlation	.566(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S9	Pearson Correlation	.441(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S10	Pearson Correlation	.659(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S11	Pearson Correlation	.469(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S12	Pearson Correlation	.427(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S13	Pearson Correlation	.435(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S14	Pearson Correlation	.466(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

S15	Pearson Correlation	.484(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S16	Pearson Correlation	.591(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S17	Pearson Correlation	.494(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
S18	Pearson Correlation	.510(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	110
Total_Sikap	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	110

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

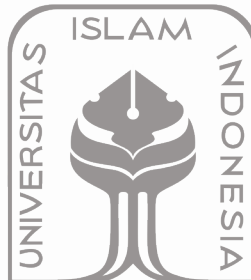
#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	5



#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S2	15.0364	4.696	.442	.559
S3	15.2182	4.851	.577	.506
S4	15.0273	5.036	.424	.570
S5	15.5000	5.335	.273	.646
S6	15.4364	5.423	.286	.636

INDONESIA

## Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

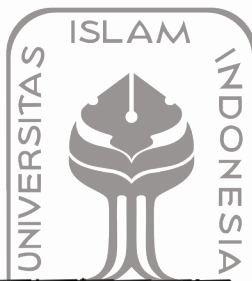
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S2	15.0364	4.696	.442	.559
S3	15.2182	4.851	.577	.506
S4	15.0273	5.036	.424	.570
S5	15.5000	5.335	.273	.646
S6	15.4364	5.423	.286	.636



INDONESIA

## Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

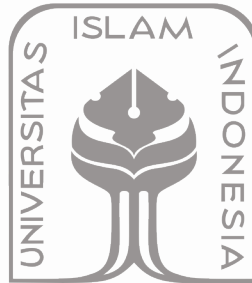
#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	5



#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S10	14.9091	5.203	.489	.518
S11	15.9818	5.559	.332	.595
S12	15.4545	5.039	.413	.554
S13	14.9909	5.092	.438	.540
S14	15.2455	6.260	.230	.636

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

## Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

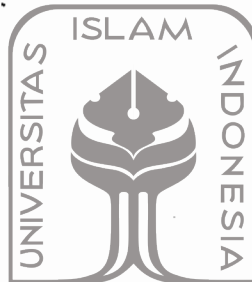
#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	4



#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S15	11.6364	3.573	.373	.578
S16	11.5455	3.608	.488	.498
S17	11.8545	3.465	.437	.528
S18	11.6273	3.832	.327	.608

INDONESIA

## LAMPIRAN IV

### HASIL UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

### Frequency Table

#### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	59	53.6	53.6	53.6
Wanita	51	46.4	46.4	100.0
Total	110	100.0	100.0	

#### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤ 30 tahun	8	7.3	7.3	7.3
31 - 40 tahun	22	20.0	20.0	27.3
41 - 50 tahun	51	46.4	46.4	73.6
> 50 tahun	29	26.4	26.4	100.0
Total	110	100.0	100.0	

#### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pendidikan Menengah Atas	42	38.2	38.2	38.2
Perguruan Tinggi	68	61.8	61.8	100.0
Total	110	100.0	100.0	

#### Pendapatan

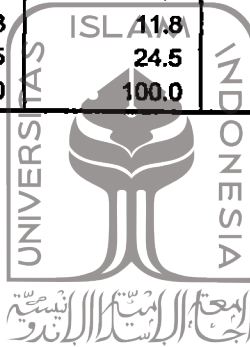
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp.1.500.000	6	5.5	5.5	5.5
Rp.1.500.000 - Rp.2.500.000	26	23.6	23.6	29.1
Rp.2.500.000 - Rp.5.000.000	61	55.5	55.5	84.5
> Rp.5.000.000	17	15.5	15.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

**Jenis Produk dan Jasa BMT**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JASA	39	35.5	35.5	35.5
	P	4	3.6	3.6	39.1
	T	26	23.6	23.6	62.7
	T & P	41	37.3	37.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Alasan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	menghindari riba	60	54.5	54.5	54.5
	peg ramah	10	9.1	9.1	63.6
	produk sesuai	13	11.8	11.8	75.5
	syarat mudah	27	24.5	24.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	



**UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA**

LAMPIRAN V

TABEL CHI SQUARE



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

TABEL CHISQUARE ( $\chi^2$ )  
PADA  $\alpha$  5 %

DF	5%	10%	DF	5%	10%
1	3.8415	2.7055	51	68.6693	64.2954
2	5.9915	4.6052	52	69.8322	65.4224
3	7.8147	6.2514	53	70.9935	66.5482
4	9.4877	7.7794	54	72.1532	67.6728
5	11.0705	9.2364	55	73.3115	68.7962
6	12.5916	10.6446	56	74.4683	69.9185
7	14.0671	12.0170	57	75.6237	71.0397
8	15.5073	13.3616	58	76.7778	72.1598
9	16.9190	14.6837	59	77.9305	73.2789
10	18.3070	15.9872	60	79.0819	74.3970
11	19.6751	17.2750	61	80.2321	75.5141
12	21.0261	18.5493	62	81.3810	76.6302
13	22.3620	19.8119	63	82.5287	77.7454
14	23.6848	21.0641	64	83.6753	78.8596
15	24.9958	22.3071	65	84.8206	79.9730
16	26.2962	23.5418	66	85.9649	81.0855
17	27.5871	24.7690	67	87.1081	82.1971
18	28.8693	25.9894	68	88.2502	83.3079
19	30.1435	27.2036	69	89.3912	84.4179
20	31.4104	28.4120	70	90.5312	85.5270
21	32.6706	29.6151	71	91.6702	86.6354
22	33.9244	30.8133	72	92.8083	87.7430
23	35.1725	32.0069	73	93.9453	88.8499
24	36.4150	33.1962	74	95.0815	89.9560
25	37.6525	34.3816	75	96.2167	91.0615
26	38.8851	35.5632	76	97.3510	92.1662
27	40.1133	36.7412	77	98.4844	93.2702
28	41.3371	37.9159	78	99.6169	94.3735
29	42.5570	39.0875	79	100.7486	95.4762
30	43.7730	40.2560	80	101.8795	96.5782
31	44.9853	41.4217	81	103.0095	97.6796
32	46.1943	42.5847	82	104.1387	98.7803
33	47.3999	43.7452	83	105.2672	99.8805
34	48.6024	44.9032	84	106.3948	100.9800
35	49.8018	46.0588	85	107.5217	102.0789
36	50.9985	47.2122	86	108.6479	103.1773
37	52.1923	48.3634	87	109.7733	104.2750
38	53.3835	49.5126	88	110.8980	105.3722
39	54.5722	50.6598	89	112.0220	106.4689
40	55.7585	51.8051	90	113.1453	107.5650
41	56.9424	52.9485	91	114.2679	108.6606
42	58.1240	54.0902	92	115.3898	109.7556
43	59.3035	55.2302	93	116.5110	110.8502
44	60.4809	56.3685	94	117.6317	111.9442
45	61.6562	57.5053	95	118.7516	113.0377
46	62.8296	58.6405	96	119.8709	114.1307
47	64.0011	59.7743	97	120.9896	115.2232
48	65.1708	60.9066	98	122.1077	116.3153
49	66.3386	62.0375	99	123.2252	117.4069
50	67.5048	63.1671	100	124.3421	118.4980

LAMPIRAN VI

HASIL UJI CHI SQUARE



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## HASIL CHI SQUARE Crosstabs

### Jenis Kelamin \* Syarat administrasi yang mudah

Crosstab

Count

		Syarat administrasi yang mudah				Total
		Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Jenis Kelamin	Pria	2	7	36	14	59
	Wanita	2	2	34	13	51
Total		4	9	70	27	110

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.302 <sup>a</sup>	3	.512
Likelihood Ratio	2.454	3	.484
Linear-by-Linear Association	.436	1	.509
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.85.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.143	.512
N of Valid Cases		110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

# Umur \* Syarat administrasi yang mudah

## Crosstab

Count

		Syarat administrasi yang mudah				Total
		Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Umur	<= 30 tahun	0	0	7	1	8
	31 - 40 tahun	3	2	13	4	22
	41 - 50 tahun	1	3	31	16	51
	> 50 tahun	0	4	19	6	29
Total		4	9	70	27	110

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.760 <sup>a</sup>	9	.174
Likelihood Ratio	12.162	9	.204
Linear-by-Linear Association	.602	1	.438
N of Valid Cases	110		

a. 9 cells (56.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .29.

## Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.322	.174
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

**Pendidikan \* Syarat administrasi yang mudah**

**Crosstab**

Count		Syarat administrasi yang mudah				Total
		Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendidikan	Pendidikan Menengah Atas	0	2	30	10	42
	Perguruan Tinggi	4	7	40	17	68
<b>Total</b>		4	9	70	27	110

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.105 <sup>a</sup>	3	.250
Likelihood Ratio	5.552	3	.136
Linear-by-Linear Association	1.437	1	.231
N of Valid Cases	110		

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.53.

**Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.190	.250
N of Valid Cases		110	

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

# Pendapatan \* Syarat administrasi yang mudah

## Crosstab

Count	Syarat administrasi yang mudah				Total
	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendapatan < Rp.1.500.000	0	0	4	2	6
Rp.1.500.000 - Rp.2.500.000	1	1	17	7	26
Rp.2.500.00 - Rp.5.000.000	2	6	38	15	61
> Rp.5.000.000	1	2	11	3	17
Total	4	9	70	27	110

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.657 <sup>a</sup>	9	.976
Likelihood Ratio	3.447	9	.944
Linear-by-Linear Association	1.703	1	.192
N of Valid Cases	110		

a. 11 cells (68.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .22.

## Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.154	.976
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Crosstabs

### Jenis Kelamin \* Keramahan pelayanan

Crosstab

Count

		Keramahan pelayanan					Total
		Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Jenis Kelamin	Pria	0	2	17	21	19	59
	Wanita	1	1	9	22	18	51
Total		1	3	26	43	37	110

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.281 <sup>a</sup>	4	.512
Likelihood Ratio	3.696	4	.449
Linear-by-Linear Association	.448	1	.503
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .46.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.170	.512
N of Valid Cases		110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

# Umur \* Keramahan pelayanan

## Crosstab

Count	Keramahan pelayanan					Total
	Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Umur <= 30 tahun	0	0	3	2	3	8
31 - 40 tahun	0	3	10	5	4	22
41 - 50 tahun	1	0	6	22	22	51
> 50 tahun	0	0	7	14	8	29
Total	1	3	26	43	37	110

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.317 <sup>a</sup>	12	.007
Likelihood Ratio	25.500	12	.013
Linear-by-Linear Association	2.735	1	.098
N of Valid Cases	110		

a. 11 cells (55.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

## Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.446	.007
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Pendidikan \* Keramahan pelayanan

### Crosstab

Count

		Keramahan pelayanan					Total
		Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendidikan	Pendidikan Menengah Atas	0	0	9	16	17	42
	Perguruan Tinggi	1	3	17	27	20	68
Total		1	3	26	43	37	110

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.573 <sup>a</sup>	4	.467
Likelihood Ratio	4.932	4	.294
Linear-by-Linear Association	2.618	1	.106
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

### Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.177	.467
N of Valid Cases		110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

# Pendapatan \* Keramahan pelayanan

Crosstab

Count

	Keramahan pelayanan					Total
	Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendapatan < Rp.1.500.000	0	0	2	2	2	6
Rp.1.500.000 - Rp.2.500.000	0	0	5	11	10	26
Rp.2.500.000 - Rp.5.000.000	0	3	15	24	19	61
> Rp.5.000.000	1	0	4	6	6	17
Total	1	3	26	43	37	110

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.846 <sup>a</sup>	12	.716
Likelihood Ratio	8.222	12	.768
Linear-by-Linear Association	.651	1	.420
N of Valid Cases	110		

a. 12 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.273	.716
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Crosstabs

### Jenis Kelamin \* Menghindari riba

Crosstab

Count		Menghindari riba				Total
		Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Jenis Kelamin	Pria	1	3	25	30	59
	Wanita	2	3	21	25	51
Total		3	6	46	55	110

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.557 <sup>a</sup>	3	.906
Likelihood Ratio	.561	3	.905
Linear-by-Linear Association	.266	1	.606
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.39.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.071	.906
N of Valid Cases		110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

# Umur \* Menghindari riba

## Crosstab

Count		Menghindari riba				Total
		Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Umur	<= 30 tahun	0	0	3	5	8
	31 - 40 tahun	3	0	5	14	22
	41 - 50 tahun	0	2	24	25	51
	> 50 tahun	0	4	14	11	29
Total		3	6	46	55	110

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.053 <sup>a</sup>	9	.009
Likelihood Ratio	20.611	9	.014
Linear-by-Linear Association	1.320	1	.251
N of Valid Cases	110		

a. 10 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .22.

## Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.409	.009
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Pendidikan \* Menghindari riba

### Crosstab

Count		Menghindari riba				Total
		Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendidikan	Pendidikan Menengah Atas	0	4	23	15	42
	Perguruan Tinggi	3	2	23	40	68
Total		3	6	46	55	110

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.411 <sup>a</sup>	3	.024
Likelihood Ratio	10.426	3	.015
Linear-by-Linear Association	2.193	1	.139
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.15.

### Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.281	.024
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Pendapatan \* Menghindari riba

Crosstab

Count	Menghindari riba				Total
	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendapatan < Rp.1.500.000	0	2	4	0	6
Rp.1.500.000 - Rp.2.500.000	0	1	14	11	26
Rp.2.500.00 - Rp.5.000.000	3	3	20	35	61
> Rp.5.000.000	0	0	8	9	17
Total	3	6	46	55	110

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.130 <sup>a</sup>	9	.024
Likelihood Ratio	19.412	9	.022
Linear-by-Linear Association	3.869	1	.049
N of Valid Cases	110		

a. 10 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .16.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.385	.024
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Umur \* Produk yang sesuai kebutuhan

### Crosstab

Count

	Produk yang sesuai kebutuhan					Total
	Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Umur <= 30 tahun	0	0	0	4	4	8
31 - 40 tahun	0	4	2	7	9	22
41 - 50 tahun	0	2	4	37	8	51
> 50 tahun	1	0	1	18	9	29
Total	1	6	7	66	30	110

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.974 <sup>a</sup>	12	.028
Likelihood Ratio	23.411	12	.024
Linear-by-Linear Association	.035	1	.853
N of Valid Cases	110		

a. 14 cells (70.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

### Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.416	.028
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Crosstabs

### Jenis Kelamin \* Produk yang sesuai kebutuhan

Crosstab

Count

		Produk yang sesuai kebutuhan					Total
		Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Jenis Kelamin	Pria	0	3	5	39	12	59
	Wanita	1	3	2	27	18	51
Total		1	6	7	66	30	110

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.113 <sup>a</sup>	4	.276
Likelihood Ratio	5.534	4	.237
Linear-by-Linear Association	.622	1	.430
N of Valid Cases	110		

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .46.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.211	.276
N of Valid Cases		110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

# Pendidikan \* Produk yang sesuai kebutuhan

## Crosstab

Count

		Produk yang sesuai kebutuhan					Total
		Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendidikan	Pendidikan Menegah Atas	0	1	2	24	15	42
	Perguruan Tinggi	1	5	5	42	15	68
Total		1	6	7	66	30	110

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.936 <sup>a</sup>	4	.415
Likelihood Ratio	4.393	4	.355
Linear-by-Linear Association	3.818	1	.051
N of Valid Cases	110		

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

## Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.186	.415
N of Valid Cases		110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Pendapatan \* Produk yang sesuai kebutuhan

### Crosstab

Count

		Produk yang sesuai kebutuhan					Total
		Sangat Negatif	Negatif	Cukup	Positif	Sangat Positif	
Pendapatan	< Rp.1.500.000	0	0	0	3	3	6
	Rp.1.500.000 - Rp.2.500.000	0	0	3	13	10	26
	Rp.2.500.00 - Rp.5.000.000	1	5	2	40	13	61
	> Rp.5.000.000	0	1	2	10	4	17
Total		1	6	7	66	30	110

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.628 <sup>a</sup>	12	.561
Likelihood Ratio	12.574	12	.401
Linear-by-Linear Association	3.281	1	.070
N of Valid Cases	110		

a. 15 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

### Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.297	.561
N of Valid Cases	110	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.