

**PENGARUH PERSEPSI POLA BAGI HASIL TERHADAP
KOMITMEN NASABAH
(Studi Kasus pada BMT Al-Iklas Yogyakarta)**



Oleh :

Marwiyah, S.Ag
NIM : 04913097

TESIS

**Diajukan Kepada Magister Studi Islam
Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh gelar Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA
2007**

**PENGARUH PERSEPSI POLA BAGI HASIL TERHADAP
KOMITMEN NASABAH
(Studi kasus pada BMT Al-Ikhlas Yogyakarta)**



Oleh:

Marwiyah
NIM : 04913097

Pembimbing
Drs. H. Syafaruddin Alwi, MS

TESIS

**Diajukan Kepada Magister Studi Islam
Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh gelar Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA
2007**



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

PENGESAHAN

Nomor: 119/PS-MSI/Peng./I/2007

TESIS berjudul : **PENGARUH PERSEPSI POLA BAGI HASIL TERHADAP KOMITMEN NASABAH (Studi Kasus pada BMT al-Ikhlas Yogyakarta)**

Ditulis oleh : Marwiyah

N. I. M. : 04913097

Konsentrasi : Ekonomi Islam

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



Yogyakarta, 17 Januari 2007

Ketua Program

Dr. H. Amir Mu'allim, MIS



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

TIM PENGUJI UJIAN TESIS



Nama : Marwiyah
 Tempat/tgl.lahir : Meliau, 7 Mei 1979
 N. I. M. : 04913097
 Konsentrasi : Ekonomi Islam
 Judul Tesis : **PENGARUH PERSEPSI POLA BAGI HASIL TERHADAP KOMITMEN NASABAH (Studi Kasus pada BMT al-Ikhlas Yogyakarta)**

Ketua/Sekretaris : Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag

Pembimbing : Drs. H. Syafaruddin Alwi, MS.

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

Penguji : Dr. Muhammad, M.Ag

()
 (.....)
 ()
 (.....)
 ()
 (.....)
 ()
 (.....)



UNIVERSITAS
 ISLAM
 INDONESIA

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 10 Januari 2007

Pukul : 17.00–18.00 WIB

Hasil / Nilai : **85,87 / A**



Mengetahui
 Direktur Program Pascasarjana MSI UII



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



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

NOTA DINAS

No. : 302/PS-MSI/ND/I/2007

**TESIS berjudul : PENGARUH PERSEPSI POLA BAGI HASIL TERHADAP
KOMITMEN NASABAH (Studi kasus pada BMT Al-Ikhlas
Yogyakarta)**

Ditulis oleh : Marwiyah

NIM : 04913092

Konsentrasi : Ekonomi Islam

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



Yogyakarta, 6 Januari 2006

Ketua Program,

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

PERSETUJUAN

Tesis berjudul : Pengaruh Persepsi Pola Bagi Hasil terhadap Komitmen Nasabah
(Studi Kasus Pada BMT Al-Ikhlas Yogyakarta)

Ditulis oleh : Marwiyah

NIM : 04913097

Konsentrasi : Ekonomi Islam

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



Yogyakarta, 28 Desember 2006

Pembimbing

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Drs. H. Syafaruddin Alwi. MS

MOTTO

Melakukan Hal Yang Benar (Al-Qur'an)
Dengan Cara Yang Benar (As-sunnah)
Dilandasi Dengan Niat Yang Ikhlas (Lillahi Ta'ala)



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PERSEMBAHAN

Tesis ini kupersembahkan untuk orang-orang yang telah berjasa dalam kehidupanku.

Ayahanda Aridin dan Ibunda tercinta Sima yang telah membesarkan, memberi cinta dan kasih sayang serta senantiasa mendo'akan anak - anaknya.

Saudara dan saudariku yang senantiasa memberi dukungan dan motivasi kepadaku:

Marluwi M.Ag. Syamsul Arifin, Zumairoh, Mustofa & Rulianti.

Buat Fundiansyah:

Terimakasih atas kelembutan kasih dan cintamu menuntun kesabaranku,

TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1998 Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda, yang lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa'	s	es (dg titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha'	h	ha (dg titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	cai	d	de
ذ	zal	z	zet (dg titik di atas)
ر	ra'	r	er

ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syim	sy	es dan ye
ص	sad	s	es (dg titik di bawah)
ض	dad	d	de (dg titik di bawah)
ط	ta'	t	te (dg titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dg titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mira	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

متعدين	ditulis	muta' aqqidīn
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta' marbutah

- a. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	hibah
جزية	ditulis	jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

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

كرامة الأولياء	ditulis	karāmah al-auliyā'
----------------	---------	--------------------

- c. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	ditulis	zakāt al fitri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

—	kasrah	ditulis	i
—	fathah	ditulis	a
—	dammah	ditulis	u

Vokal Panjang

1	fathah + alif جاهلية	ditulis	ā jāhiliyyah
2	fathah + ya' mati يسعى	ditulis	ā yas'ā
3	kasrah + ya' mati كريم	ditulis	ī karīm
4	dammah + wawu mati فروض	ditulis	ū furūd},

1. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	ditulis	.ai bainakum
2	fathah + wawu mati قول	ditulis	au Qaulun

E. Vocal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	a'antum
أَعَدَّتْ	ditulis	u'iddat
لِئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	la'in syakartum

F. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

الْقُرْآنُ	ditulis	al-Qur' ān
الْقِيَاسُ	ditulis	al-Qiyās

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el) nya.

السَّمَاءُ	ditulis	as-Samā'
الشَّمْسُ	ditulis	asy-Syams

G. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi pengucapannya dan menulis penulisannya.

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	zawī al-furūd},
أَهْلُ السَّنَةِ	ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Al-hamdulillah was-syukrulillah, atas limpahan nikmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Pengaruh Persepsi Pola Bagi Hasil Terhadap Komitmen Nasabah (Studi Kasus Pada BMT Al-Ikhlas Yogyakarta)** sebagai salah satu syarat penyelesaian program pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Selanjutnya, salawat serta salam semoga selalau tercurahkan atas Nabi Muhammad SAW berikut keluarganya, para sahabatnya serta para pengikutnya yang setia hingga hari pembalasan segala amal manusia.

Sudah menjadi fitrah bagi setiap manusia, bahwa dalam penyelesaian segala aktivitasnya selalu saja ada keterlibatan pihak-pihak lain, termasuk dalam penyelesaian tesis ini. Karena itu, serangkaian terima kasih penulis haturkan kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya tesis ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Amir Mu'alim, MIS, ketua Program Pascasarjana Magister Studi Islam UII Yogyakarta yang pengabdian dan dedikasinya beliau begitu besar terhadap pengembangan-MSI ke depan.

3. Bapak Drs.H. Syafaruddin Alwi, MS. Selaku dosen pembimbing yang telah begitu banyak meluangkan waktu serta fikirannya untuk membimbing penulis dalam penyelesaian tesis ini.
4. Bapak Drs. Asmuni, MA, selaku Ketua Bidang Akademik Program Pascasarjana Magister Studi Islam UII Yogyakarta, atas saran dan motivasinya selama ini.
5. Segenap manajer dan pengelola BMT Al-Ikhlas Yogyakarta yang telah begitu ramahnya terimakasih banyak atas bantuannya dan telah mendukung penulis dalam penyelesaian tesis ini.
6. Kepada seluruh Staf Pegawai MSI, yang tak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terimakasih kepada semuanya yang telah melayani penulis begitu ramah dan tulus selama penulis menjadi mahasiswa sampai terselesaikannya tesis ini.
7. Kepada kedua orang tuaku tercinta, yang tak henti-hentinya selalu memberikan motivasi dan do'anya demi keberhasilan putra-putrinya, terimakasih ayah dan terimakasih ibu.
8. kakak laki-lakiku Marluwi, M.Ag tersayang, terimakasih banyak atas semuanya, maaf selalu merepotkan
9. Ustadz Ali Akbar terimakasih atas doa dan semua nasehat-nasehatnya.
10. Adik laki-lakiku Syamsul Arifin, Musthofa serta adik perempuanku, Zumairoh, Rulianti tersayang, terimakasih atas suportnya dan rekan-rekan sekalian yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu, pokoknya terimakasih banyak.

Terakhir penulis ingin menyampaikan bahwa semoga tesis ini bermanfaat walaupun masih banyak kekurangannya, oleh karena itu saran dan kritik senantiasa penulis harapkan. Penulis akan lebih bahagia lagi jika masukan tersebut disertai dengan argumentasi yang ilmiah dan data empiris sehingga dapat memberikan pencerahan dan menambah wawasan penulis.

Yogyakarta, 10 Januari 2007

Penulis



Marwiyah, S.Ag

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN TIM PENGUJI TESIS	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAKSI	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5

E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Telaah Pustaka.....	5
G. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Bagi Hasil

1. Pengertian Bagi hasil.....	10
2. Prinsip Bagi Hasil.....	10
3. Nisbah.....	33
4. Teori Bagi Hasil.....	34
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil di Bank Syari'ah.....	37



B. Komitmen

1. Pengertian Komitmen.....	39
2. Bentuk-bentuk Komitmen Organisasi.....	34
3. Sifat Dasar Komitmen Organisasi.....	44
4. Komitmen Konsumen Terhadap Organisasi pada BMT.....	45

C. Persepsi

1. Pengertian Persepsi.....	49
2. Faktor-Faktor.....	51

D. Kerangka Pikir.....

E. Hipotesis.....

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	64
B. Definisi Operasional Variabel.....	64
C. Subjek Penelitian.....	65
D. Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data.....	66
E. Teknik Analisis Data.....	72

BAB IV. PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	76
B. Hasil Analisis Data.....	83
1. Analisis Deskriptif.....	83
2. Analisis Regresi.....	96
C. Pembahasan.....	99

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan antara bunga dan Bagi Hasil.....	35
Tabel 3.1. Kisi-kisi pembuatan angket persepsi pola Bagi Hasil.....	66
Tabel 3.2. Kisi-kisi pembuatan angket komitmen nasabah.....	67
Tabel 3.3. Skor alternatif jawaban setiap butir pertanyaan.....	67
Tabel 3.4. Hasil uji validitas instrumen pola Bagi Hasil.....	69
Tabel 3.5. Hasil uji validitas instrumen komitmen nasabah.....	70
Tabel 3.6. Hasil uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	84
Tabel 4.2. Umur Responden.....	85
Tabel 4.3. Pendidikan Responden.....	85
Tabel 4.4. Jenis Pekerjaan Responden.....	87
Tabel 4.5. Penghasilan Perbulan Responden.....	89
Tabel 4.6. Lama Hubungannya Nasabah dengan BMT.....	90
Tabel 4.7. Tanggapan nasabah terhadap persepsi Bagi Hasil.....	91
Tabel 4.8. Tanggapan nasabah terhadap komitmen.....	92
Tabel 4.9. Analisis Regresi Linier.....	96



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema <i>al-Musyarakah</i>	22
Gambar 2.2. Skema <i>al-Mudharabah</i>	29
Gambar 2.3. Skema <i>al-Muzara'ah</i>	32
Gambar 2.4. Kerangka Pikir.....	62
Gambar 4.1. Grafik Jenis Kelamin Responden.....	84
Gambar 4.2. Grafik Pendidikan Responden.....	86
Gambar 4.3. Grafik Pekerjaan Responden.....	87
Gambar 4.4. Grafik Penghasilan Perbulan Responden.....	89
Gambar 4.5. Grafik Lama Hubungannya Nasabah dengan BMT.....	90
Gambar 4.6. Grafik Uji Normalitas Bagi Hasil.....	93
Gambar 4.7. Grafik Uji Normalitas Komitmen.....	93
Gambar 4.8. Grafik Uji Heteroskedastisitas Komitmen.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Responden

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Persepsi Pola Bagi Hasil

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Komitmen

Lampiran 5. Analisis Deskriptif

Lampiran 6. Uji Normalitas Variabel Persepsi Bagi Hasil

Lampiran 7. Uji Normalitas Variabel Komitmen

Lampiran 8. Uji Heteroskedestisitas

Lampiran 9. Uji Multikolinieritas

Lampiran 10. Uji Auto Korelasi

Lampiran 11. Analisis Regresi Linier

Lampiran 12. Struktur BMT

Lampiran 13 Surat Keterangan



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ABSTRAKSI
PENGARUH PERSEPSI POLA BAGI HASIL TERHADAP
KOMITMEN NASABAH
(Studi Kasus Pada BMT Al-Ikhlas Yogyakarta)

Oleh
MARWIYAH
04913097

Bagi hasil merupakan karakteristik umum dan landasan dasar operasional bank syari'ah secara keseluruhan. Secara prinsip dalam perbankan syari'ah yang paling banyak dipakai adalah akad utama: al- mudharabah dan al- musyarakah. Pada mekanisme bank syari'ah, pihak bank dan nasabah harus melakukan transparansi dan kemitraan secara baik dan ideal. Keuntungan yang dibagi dihasilkan harus dibagi secara proporsional antara bank (shohibul maal) dengan nasabah (mudharib). Keuntungan bersih harus dibagikan antara bank (shahibul maal) dan nasabah (mudharib) sesuai dengan proporsi yang disepakati sebelumnya dan secara eksplisit di sebutkan dalam perjanjian awal Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan desain dalam bentuk kausal. Teknik pengumpulan data menggunakan angket teknik sampling dengan bentuk purposive sampling. Jumlah sample adalah sebanyak 103 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan regresi linier

Berdasarkan hasil penelitian dilakukan benar terdapat pengaruh antara persepsi penerapan pola bagi hasil dan komitmen. Dari analisis regresi linier didapatkan nilai $Y = 23,486 + 0,637 X$ dan nilai regresi signifikan. Dari hasil uji korelasi di peroleh nilai sebesar 0,479 dan dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel persepsi bagi hasil dengan variabel komitmen nasabah adalah cukup kuat dan positif, dan dari uji determinasi didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 24,7 %. Hal ini berarti komitmen nasabah dipengaruhi oleh faktor persepsi bagi hasil sebanyak 24,7 % sedangkan sisanya 75,3 % dipengaruhi faktor lain.

ABSTRACT
THE EFFECT OF PROFIT SHARE PATTERN PERCEPTION TOWARD
THE COMMITMENT OF CUSTOMER
(A Case Study in BMT Al-Ikhlus Yogyakarta)

By:
MARWIYAH
04913097

Profit sharing is a general characteristic and operational basic fundasion of syari'ah bank as a whole. Principlly, in syari'ah bank, the principle mostly used are akad utama (main event): al mudharabah and al- musyarakah. In syari'ah banking mechanism, the bank and customer have to be transparent and having good and ideal (shohibul maal) and the customer (mudharib). Profit has to be shared between the bank (shohibul maal) and the customer (mudharib) according to the proportion agreed before and explicitly mentioned in early of the agreement. This study was aimed to find out the effect of profit share pattern perception toward the commitment of the customer.

Research design used in this study was causal design. Data collecting technique was using questionnaire and purposive sampling. The number of sample is of 103 respondents. Data analisis techque used was descriptive analysis and liniear regression.

Based on the study carried out, it was found out that there is an effect of profit share pattern implementation perspection and the commitment. From the liniear regression analysis, it was foud out that the value of Y was = $23.486 + 0.637 X$ and the significant regression value. From the correlation of the perspection of test result, it was obtained a value of 0.479 and could be concluded that the relation of the perception variable profit share and commitment of the customer variable was strong enough and positive. From the test of determination, it was obtained determination coefficient value of 24.7 %. This meant that the commitment of customer was affected by the factor of perception for the result of 24.7%. while the rest of 75.3% was affected by other factor.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bank syari'ah di Indonesia sangat pesat. Didirikan pertama kali pada tahun 1991 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), pada awal berdirinya keberadaan bank syari'ah sebelum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional. Kemudian setelah UU No. 7 / 1992 diganti dengan UU No. 10 tahun 1998 yang mengatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syari'ah, maka bank syari'ah mulai menunjukkan perkembangannya.

Sistem bagi hasil dalam UU tersebut adalah terdapat pasal 1 ayat 12, pasal 6 dan pasal 13, dan peraturan pemerintah No. 72 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Adanya tuntutan perkembangan maka UU perbankan No. 7 tahun 1992 direvisi menjadi UU No. 10 tahun 1998, yang merupakan aturan secara leluasa menggunakan istilah syari'ah, prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan bagi operasional bank Islam secara keseluruhan. Secara syari'ah, prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudharabah*, berdasarkan prinsip ini, bank syari'ah akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola), sedangkan penabung bertindak sebagai *shohibul maal* (penyandang dana). Antara keduanya di adakan akad *mudharabah* yang mengatakan

keuntungan masing-masing pihak. disisi lain pengusaha tau peminjam dana bank syari'ah akan bertindak sebagai *shahibul maal* (penyandang dana, baik yang berasal dari penabung atau pun deposito maupun dana bank sendiri berupa modal pemegang saham). Sementara itu, pengusaha atau peminjamakan berfungsi sebagai *mudharib* (pengelola) karena melakukan usaha dengan cara memutar dan mengelola dana bank.

Pola bagi hasil yang diterapkan oleh BMT-sudah berjalan cukup lama seiring dengan berdirinya bank tersebut. Salah satu ukuran keberhasilan penerapan pola bagi hasil dalah apabila masyarakat sudah sepenuhnya menerima pola tersebut dengan senang hati, tidak merasa dirugikan adil dalam pembagian bagi hasil dan tentunya tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan al-hadits.

Walaupun dengan demikian masih saja kesiapan masyarakat Islam dalam menerima kehadiran bank syari'ah, ada asumsi dasar yang selama ini keliru dipahami, yakni bahwa mayoritas masyarakat muslim sudah sedemikian jauhnya dirasuki virus riba dan sekaligus sangat menghayati sekularisme, khususnya dalam aspek keuangan. Akibatnya adalah selalu saja ada dalih yang diangkat untuk mengelak dari ajakan kembali ke ajaran Islam secara murni dan konsekwen. Ini tidak saja terjadi dikalangan masyarakat yang relatif awam, tetapi justru dikalangan mereka yang cukup memahami ketentuan fiqh dan syari'ah

Dalam tatanan konsep dan semangat, mereka menerima dengan antusiasme, tetapi pada tataran praktis mereka bersifat sebaliknya. Memang merasa sangat aneh manakala seseorang yang selalu berfikir komparatif atas dasar rasional semata,

dalam memenuhi ajakan untuk bertransaksi secara syari'ah¹ karena itu, diperlukan pendekatan-pendekatan baru dan juga langkah-langkah terobosan untuk mengembangkan pasar syari'ah di Indonesia persepsi yang selama ini ada dibenak masyarakat, pasar non-syari'ah atau pasar konvensional selalu lebih menguntungkan secara financial dibandingkan pasar syari'ah karena sistem bunganya. Padahal, sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari dasar syari'ah sudah sejak lama diterapkan di Negara-negara eropa, terutama Inggris.

Walaupun begitu, tidak menutup kemungkinan bahwa perubahan persepsi bukanlah suatu hal yang tidak mungkin, dimana sangat diharapkan masyarakat luas sudah dapat mengerti pola bagi hasil yang menjadi prinsip bagi lembaga keuangan Islam, dan menjadi perbedaan tersendiri dengan lembaga keuangan konvensional. Sejalan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan manusia, dimasa depan ada pergeseran pasar dari tingkat intelektual atau rasional, menuju ke emosional, dan akhirnya bertransformasi ke spiritual.² Mengingat bahwa nasabah yang berfikiran rasional selalu beranggapan bahwa bunga lebih menguntungkan dan tidak memikirkan keuntungan akhirat sedangkan bagi nasabah yang berfikiran emosional sistem bagi hasil jauh lebih menguntungkan selain dapat keuntungan dari bagi hasil yang diterima dari bank mereka juga dapat keuntungan untuk akhirat, pasar spiritual ini akan mempertimbangkan kesesuaian produk, keuntungan finansial, dan nilai-nilai spiritual yang diyakininya. Fenomena inilah yang menjadi daya tarik tersendiri

¹ Muhammad. *Bank Syari'ah Analisis Kekuatan, kelemahan, peluang dan Ancaman*. (Yogyakarta: Ekonisia,2002) hal. 92.

² Hermawan Kartajaya. *Syari'ah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006) hal. 1

bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah, karena nasabah yang sudah otomatis bergabung dengan lembaga keuangan Islam seharusnya sudah mengerti mengenai pola bagi hasil yang diterapkan oleh lembaga yang bersangkutan.

Adapun alasan pemilihan BMT Al-Ikhlas sebagai obyek dalam penelitian ini, karena kita ketahui bersama bahwa BMT Al-Ikhlas merupakan salah satu dari lima BMT yang pertama kali berdiri di Yogyakarta dan menerapkan sistem bagi hasil dalam pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah*.



B. Batasan Masalah

Dalam penyusunan tesis ini, peneliti membatasi permasalahan yang ada yaitu, seputar persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah, persepsi pola bagi hasil meliputi *mudharabah* dan *musyarakah* indikatornya pengertian, prosedur, bagi hasil.

C. Rumusan Masalah

Dalam penulisan ini yang menjadi rumusan masalah adalah seberapa besar pengaruh persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah pada BMT Al-Ikhlas Yogyakarta?.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan bahan referensi atau informasi awal bagi penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan pola bagi hasil dan komitmen nasabah.

2. Bagi Lembaga Perbankan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui efektifitas pola bagi hasil yang diterapkan, bahan pertimbangan selanjutnya dalam penerapan yang lebih baik.

3. Bagi dunia ilmu pengetahuan ekonomi Islam, dapat memberikan sumbangan pengetahuan khususnya tentang pola bagi hasil dikaitkan dengan komitmen konsumen atau nasabah.

E. Telaah Pustaka

Berdasarkan larangan adanya bunga dalam Islam, para penulis ekonomi Islam modern sepakat bahwa re organisasi dalam perbankan harus dilakukan dengan berlandaskan *syirkah* (kemitraan usaha) dan *mudharabah* (bagi hasil). *Syirkah* dan

mudharabah mempunyai peran penting dalam kerangka mewujudkan perbankan bebas bunga.³ Para ahli fiqh menegaskan perlunya menggunakan metode-metode ini demi kesejahteraan umat manusia. Karena sering terjadi seseorang memiliki modal tapi tidak mampu menjalankan usaha atau sebaliknya memiliki keinginan untuk berusaha tetapi tidak ada modal yang dapat digunakan melalui sistem *mudharabah* kedua pihak memungkinkan untuk mencapai suatu tujuan bersama dengan jalan saling bekerjasama.⁴

Menurut Muhammad dalam bukunya yang berjudul *Al-Mudharabah*, analisis permasalahan aplikatif di bank syariah menurut mazhab fiqh Islam. Buku ini memang lebih menekankan pada pemecahan persoalan-persoalan yang terdapat pada penerapan sistem *mudharabah* dengan merujuk pada pendapat-pendapat mazhab fiqh namun buku ini kurang memberikan aksentasi pada pergeseran sistem *mudharabah* yang terjadi secara praktis-aplikatif di lapangan dalam lembaga keuangan syariah.

Disamping itu, penelitian ini tidaklah yang pertama, terutama pada tingkat lapangan, perbincangan segi terapan bagi hasil itu telah dilakukan, baik oleh beberapa peneliti di Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia maupun penelitian lainnya. Ahmad Dahlan, tahun 2002 tesisnya yang berjudul "Implementasi pembiayaan *mudharabah* di BMT Mentari Bina Artha kota Tegal, studi kasus tahun 1996-2001" dalam penelitian tersebut dahlan menemukan adanya

³ Nejatullah Siddiqi, *Partnership and Profit Sharing In Islamic Law*, Terj. Fakhriyah Mumtihan, (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1996) hal. 1

⁴ *Ibid.* hal. 7-8

klasifikasi tertentu terhadap pembiayaan *mudharabah* yang didasarkan pada sistem nisbah dan cara penyelesaian kasus *mudharabah* bermasalah dengan dipadukan pada teori-teori *partnership* yang ada dalam Islam⁵. Hikmah Sakinah dalam tesisnya menjelaskan tentang dan kekurangan sistem bagi-hasil. Dalam penelitiannya tertuju pada bank syari'ah, hasil penelitiannya sangat berguna dalam mempertajam analisis tesis ini, hanya saja dia tidak menggambarkan keragaman wacana konseptual seputar bagi-hasil yang bisa memberikan gambaran penyelesaian atas persoalan lapangan⁶.

Hikmatullah telah menaruh perhatiannya untuk meneliti kemampuan alternatif *mudharabah* atas sistem riba. Menurutnya, bunga adalah riba dan bagi-hasil yang terdapat pada produk *mudharabah* adalah sistem pengganti riba. Musadal Alam Choudhury mencermati prinsip bagi-untung (*profit-sharing*) pada *mudharabah*. Dia mengartikan *mudharabah* sebagai suatu kerjasama kemitraan yang di dalamnya masing-masing menyertakan modal, pengelola atau pun perusahaan dengan kesepakatan untuk berbagi keuntungan dalam bentuk prosentase.⁸

⁵ Ahmad Dahlan. *Implementasi pembiayaan mudharabah di BMT Mentari Bina Artha kota Tegal, studi kasus tahun 1996-2001*, tesis (Yogyakarta: Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia/ MSI UII, 2002)

⁶ Hikmah Sakinah. *Telaah atas Konsep Bunga dan Penerapan Sistem Bagi-Hasil dalam Perbankan Di Indonesia*, tesis (Yogyakarta Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia/ MSI UII, 2001)

⁷ Hikmatullah, *Mudharabah Suatu Sistem Ekonomi Alternatif Tanpa Riba: Studi Tentang Persepektif Islam Terhadap Ekonomi*, tesis (Yogyakarta: MSI UII, 2003)

⁸ Masudal Alam Choudhury, *Contribution To Islamic Economic Teory: a Study In Social Economics*, (New York: St. Martinis Press, 1986)

Syafrudin Arif mengemukakan dalam tesisnya bahwa peranan sistem "bagi-hasil" antara pada penerapan bagi-hasil antara pada pandangan ilmu ekonomi Islam sekarang di satu sisi dan pada hukum Islam lama dan sebelum masa kenabian di sisi lain mempunyai perbedaan-perbedaan yang sangat penting dan sangat mendasar jika ditinjau dari persepektif sejarah ilmu ekonomi Islam itu sendiri. Di samping itu, penelitian ini mengungkapkan bahwa BMT yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak memiliki konsep yang jelas mengenai segi-segi yang menentukan penggunaan sistem pembiayaan yang berpola bagi-hasil pada produk MDA-MSA. Penelitian ini menunjukkan segi-segi yang sangat diperlukan itu juga hasilnya mengemukakan beberapa hal yang meniscayakan BMT untuk meningkatkan penggunaan bagi-hasil.

Adapun letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya banyak membicarakan tentang bagi-hasil ditinjau dari segi produk pembiayaan, sedangkan tesis saya ini untuk mengetahui bagaimana persepsi pola bagi hasil menurut nasabah sehingga mengetahui komitmen nasabah terhadap BMT yaitu keseriusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan yang menggunakan pola bagi hasil yang diberikan oleh BMT dan juga ketetapan dalam pengangsuran pinjaman.

G. Sistematika Penulisan

Tesis ini dikembangkan dalam lima bab. Pembahasan dari mulai bab satu sampai bab lima tersebut dirangkum dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

Tesis ini dimulai dengan bab pertama yang merupakan pendahuluan yang menjelaskan gambaran umum secara menyeluruh mengenai berbagai aspek serta alasan yang menjadi dasar adanya tulisan ini. Dengan pendahuluan ini akan membantu pembaca dalam memahami latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian diadakan, kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Pada bab kedua, Landasan Teori, pada bab ini ada beberapa landasan teori yang penulis cantumkan yaitu pengertian bagi hasil, prinsip bagi hasil, nisbah, teori bagi hasil, faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil, pengertian komitmen, bentuk-bentuk komitmen organisasi, sifat dasar komitmen organisasi, komitmen konsumen terhadap BMT, pengertian persepsi, faktor-faktor persepsi, kerangka pikir serta hipotesis.

Pada bab ketiga, penulis akan menguraikan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sehingga membantu pembaca dalam memahami prosedur analisa yang dipergunakan dalam penelitian yang terdiri dari metodologi pengambilan sample, teknik pengambilan data, alat analisis.

Pada bab keempat, hasil penelitian dan pembahasan, penulis akan menguraikan tentang gambaran umum yang meliputi sejarah berdirinya BMT Al Ikhlas, visi misi, struktur organisasi BMT Al Ikhlas serta analisa persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah.

Pada bab kelima, penulis mengemukakan kesimpulan serta memberikan saran-saran bermanfaat bagi pembaca dan praktisi BMT Al Ikhlas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bagi Hasil

1. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (bahasa Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. Profit dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definisi *profit sharing* diartikan "distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan".⁹ Menurut Antonio bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam dalam pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*)¹⁰

Dengan demikian dari kedua pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem pengelolaan dana dalam pembagian hasil usaha dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana.

2. Prinsip Bagi hasil (*profit sharing*)

Prinsip Bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar operasional bank syari'ah secara keseluruhan secara prinsip dalam perbankan syari'ah yang paling banyak dipakai adalah akad utama: *al-musyarakah* dan *al-mudharabah*, sedangkan *al-muzaro'ah* dan *al-musak'ah* di pergunakan khusus untuk *plantation financing* atau pembiayaan oleh beberapa

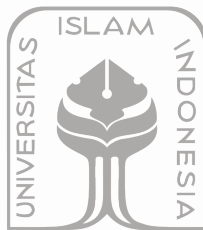
⁹ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah*. (Yogyakarta, UII Press: 2001) hal. 22

¹⁰ Syafi'I Antonio, *Bank Syri'ah Teori dan Praktek* (Jakarta, Gema Insani: 2001) hal. 90

bank Islam. Pada prinsipnya LKS boleh menggunakan Prinsip bagi hasil (*Revenue Sharing*) yakni bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana maupun prinsip bagi untung (*profit sharing*) yakni bagi hasil yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya pengelola dana dalam pembagian hasil usaha dengan mitra (nasabah)nya. Perlu kita ketahui bersama bahwa kedua prinsip tersebut pada dasarnya dapat digunakan untuk keperluan distribusi hasil usaha dalam lembaga keuangan syari'ah (LKS).¹¹ Produk bank yang menggunakan prinsip bagi hasil adalah :

a. *Al-Musyarakah*

1) Pengertian *Al-Musyarakah*



Menurut Antonio¹², *al musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Manan¹³ mengatakan, *musyarakah* adalah hubungan kemitraan antara bank dengan konsumen untuk suatu masa terbatas pada suatu proyek baik bank maupun konsumen memasukkan modal dalam perbandingan yang

¹¹ DSN MUI. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional. Edisi Kedua*. (Jakarta: PT Intermedia, 2003) hal. 93-96

¹² Syafi'i Antonio. *Bank Syari'ah Teori dan Praktek*. (Jakarta: Gema Insani, 2001) hal.90.

¹³ Abdul Manan. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: PT Dana Bakti Prima Yasa, 1997) hal. 204

berbeda dan menyetujui suatu laba yang ditetapkan sebelumnya. Lebih lanjut Manan mengatakan bahwa sistem ini juga didasarkan atas prinsip untuk mengurangi kemungkinan partisipasi yang menjerumus kepada kemitraan akhir oleh konsumen dengan diberikannya hak oleh bank kepada mitra usaha untuk membayar kembali saham bank secara sekaligus ataupun secara berangsur-angsur dari sebagian pendapatan bersih oprasinya.

Menurut Muhammad¹⁴, *musyarakah* adalah suatu perkongsian antara dua pihak atau lebih dalam suatu obyek dimana masing-masing pihak berhak atas segala keuntungan dan tanggungjawab akan segala kerugian yang terjadi sesuai dengan penyertaan masing-masing. Sudarsono¹⁵, *musyarakah* adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak atau memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan

Keempat pendapat tersebut mendefinisikan *musyarakah* sama, sehingga dapat diambil kesimpulan *musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing

¹⁴ Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*. Cetakan pertama. (Yogyakarta: UII Press, 2000) hal. 9-10

¹⁵ Heri Sodarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*. (Yogyakarta: Ekonesia, 2003) hal.52-54

pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan, kesepakatan pembagian keuntungan dan resiko ditentukan di awal perjanjian.

2) Landasan Syari'ah

Ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi *musyarakah* adalah:

Artinya

" jikalau saudara-saudara itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam yang seperiga itu" (An-Nisa': 12)¹⁶

" Dan, sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh. (shaad: 24)¹⁷

Kedua ayat di atas menunjukkan perkenaan dan pengakuan Allah SWT dengan adanya perserikatan dalam pemilikan harta. Hanya saja dalam surah an-Nisaa' : 12 perkongsian terjadi dengan sendirinya dan paksaan. Dengan sendirinya berarti tidak memerlukan kontrak untuk membentuknya karena waris (masih dalam satu keluarga), paksa maksudnya tidak ada alternatif untuk menolaknya. Hal ini terjadi pada proses waris mewaris, manakala dua saudara atau lebih menerima warisan dari orang tua mereka. Dalam surah Shaad: 24 terjadi atas dasar

¹⁶ Depag. *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta:CV. Atlas, 1998) hal. 117

¹⁷ *Ibid.* Hal. 737.

akad ikhtiar: terjadinya suatu perkongsian secara dengan sendirinya tapi bebas. Dengan sendirinya berarti tidak memerlukan kontrak untuk membentuknya, bebas adanya pilihan atau *option* untuk mengolah contoh dari perkongsian ini dapat dilihat apabila dua orang atau lebih mendapatkan hadiah atau wasiat bersama dari pihak ketiga.

Hadits Rasul yang dapat dijadikan rujukan dasar akad *musyarakah* adalah :

Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW, bersabda sesungguhnya Allah Azzawa jallah berfirman, "aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya". (HR Abu Dawud no.2936, dalam kitab al-Buyu, dan Hakim)

Hadis qudsi tersebut menunjukkan kecintaan Allah kepada hambanya yang melakukan perkongsian selama saling menjunjung tinggi amanat kebersamaan dan menjauhi pengkhianatan. Ijma' yang dapat dijadikan rujukan dalam akad *musyarakah*, adalah Ibnu Qudhamah, dalam kitabnya, *Al-mughni* telah berkata "kamu muslimin telah berkonsensus terhadap legitimasi *musyarakah* secara global walau pun terdapat perbedaan pendapat dalam beberapa elemen darinya"¹⁸

¹⁸ *Ibid.* Antonio. Hal. 91

3) Jenis-Jenis *Al-Musyarakah*

Antonio¹⁹, membagi *al-musyarakah* ada dua jenis: *musyarakah* pemilik dan *musyarakah* akad (kontrak). *Musyarakah* pemilik tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih dalam *musyarakah* ini, kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pola dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut.

Musyarakah akad tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *al-musyarakah*. Mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. *Musyarakah* akad terbagi menjadi: *al-'inan*, *al-muwafadhah*, *al-a'maal*, *al-wujuh*, dan *al-mudharabah*.

a) *Syirkah al-'Inan*

Syirkah al-'inan adalah kontrak antara dua orang atau lebih setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang telah disepakati diantara mereka. Akan tetapi, porsi masing-masing pihak, baik dalam dan maupun kerja dalam bagi hasil, tidak harus sama atau identik sesuai dengan kesepakatan mereka.

¹⁹ *Ibid.* hal. 92

b) *Syirkah Muwafadhah*

Syirkah muwafadhah adalah kontrak kerja sama antara dua orang atau lebih setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama. Dengan demikian, syarat utama dari jenis *al-muwafadhah* ini ialah kesamaan dana, yang diberikan kerja, tanggungjawab, dan beban utang di bagi oleh masing-masing pihak

c) *Syirkah A'maal*

Syirkah a'maal adalah kontrak kerjasama dua orang seprofesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Misalnya, kerja sama dua orang arsitek untuk menggarap proyek atau kerjasama dua orang penjahit untuk menerima order pembuatan seragam sebuah kantor.

d) *Syirkah wujuh*

Syirkah wujuh adalah kontrak diantara dua orang atau lebih yang memiliki reputasi dan prestasi baik serta ahli dalam bisnis. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu lembaga perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai, mereka berbagi dalam keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disiapkan oleh tiap mitra. Jenis *al-musyarakah* ini tidak

memerlukan modal karena pembelian secara kredit berdasarkan pada jaminan tersebut, karena kontrak ini lazim disebut sebagai *musyarakah* piutang.

Menurut Sudarsono²⁰, secara garis besar berpendapat *musyarakah* dapat dibagi menjadi *musyarakah amlak* dan *uqud*.

a) *Syirkah Amlak* berarti eksistensi suatu perkongsian tidak perlu kepada suatu kontrak membentuknya tetapi terjadi dengan sendirinya. Bentuk *syirkah amlak* ini terbagi *syirkah amlak jabr* dan *amlak ikhtiar*:

- (1). *Amlak Jabr*: terjadi perkongsian terjadi otomatis dan paksa. Paksa tidak ada alternatif untuk menolaknya. Hal ini terjadi dalam proses waris mewaris, manakala dua saudara atau lebih menerima warisan dari orang tua mereka.
- (2). *Amlak Ikhtiar*: terjadi suatu perkongsian secara otomatis tetapi bebas. Otomatis berarti tidak memerlukan kontrak untuk memerlukan. Bebas adanya pilihan atau option untuk menolak, contoh dari jenis perkongsian ini dapat dilihat apabila dua orang atau lebih mendapatkan hadiah atau wasiat bersama dari pihak keraga.

²⁰ *Ibid.* Sudarsono. Hal. 52

Kedua bentuk kontrak diatas mempunyai karakteristik yang agak berbeda dari syarikat-syarikat lainnya mereka dalam kedua syarikat ini masing-masing anggota tidak mempunyai (hak untuk mewakilkan dan mewakili) terhadap patnernya.

b). *Syirkah Uqud*

Syirkah uqud berarti perkongsian yang terbentuk karena suatu kontrak, *syirkah* ini terbagi kepada lima jenis:

- (1) *Inan*, *syirkah inan* atau batas perusahaan (*limited company*) mempunyai karakteristik sebagai berikut: *Pertama*, besarnya penyertaan modal dari masing-masing anggota tidak harus sama. *Kedua*, Masing-masing anggota mempunyai hak penuh untuk aktif langsung dalam pengelolaan usaha, tetapi ia juga dapat menggugurkan hak tersebut dari dirinya. *Kedua*, pembagian keuntungan dapat didasarkan atas porsentase modal masing-masing, tetapi dapat pula atas dasar negosiasi. Hal ini diperkenankan karena adanya kemungkinan tambahan kerja, atau penanggung resiko dari salah satu pihak. *Keempat*, kerugian keuntungan bersama sesuai besar penyertaan modal masing-masing.

Karena item terakhir (3&4) dalam penjelasan tentang dalam kaidah fiqiah:” keuntungan dibagikan sesuai dengan kesepakatan

bersama, sedang kerugian ditanggung sampai batas modal masing-masing.

(2). *Muwafadhah*, berbeda dari *syirkah inan*, *syirkah muwafadhah* mengharuskan:

Pertama, keidentikan penyertaan modal dari setiap anggota.

Kedua, setiap anggota menjadi wakil dan kafil (*guarantor*)

bagi patner lainnya, untuk itu keaktifan semua anggota dalam

pengelolaan usaha, menjadim keharusan. *Ketiga*, pembagian

keuntungan dan kerugian didasarkan atas besarnya modal

masing-masing.

(3). *Wujuh, syirkah wujuh* dinamakan demikian karena dalam *syirkah* ini para anggota hanya menghandalkan wujud (wibawa dan nama baik) mereka dan unsur modal atau dana sama sekali absen dari padanya, pembagian untung rugi dilakukan secara negosiasi diantara para anggota.

(4). *Abdan, syirkah abdan atau a'maal* yaitu *syirkah* bekerja dimana dua orang atau lebih yang sama atau krdekatan bentuk kerjanya menerima pesanan dari pihak ketiga dan membagi keuntungan melalui negosiasi bersama dari pendapat-pendapat tersebut diatas dapat di simpulkan bahwa jenis

musyarakah adalah *musyarakah* pemilikan (*amlak*) dan *musyarakah* akad atau kontrak (*uqud*)

4) Aplikasi dalam Perebankan

a). Pembiayaan Proyek

Al-musyarakah biasanya diaplikasikan untuk pembiayaan proyek dimana konsumen dan bank menyediakan untuk pembiayaan proyek tersebut. Setelah proyek itu selesai, konsumen mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati oleh bank.

b). Modal Ventura

Pada lembaga keuangan khusus dibolehkan melakukan investasi dalam pemilikan perusahaan, *al musyarakah* diterapkan dalam skema modal ventura. Penanaman modal dilakukan untuk jangka waktu tertentu dan setelah ini bank melakukan divestasi atau menjual bagian sahamnya, baik secara singkat maupun bertahap.

5) Manfaat *Al-Musyarakah*

a). Bank akan menikmati peningkatan dalam jumlah tertentu pada saat keuntungan usaha konsumen meningkat

b). Bank tidak berkewajiban membayar dalam jumlah tertentu kepada konsumen perdana secara tetap, tetapi disesuaikan dengan

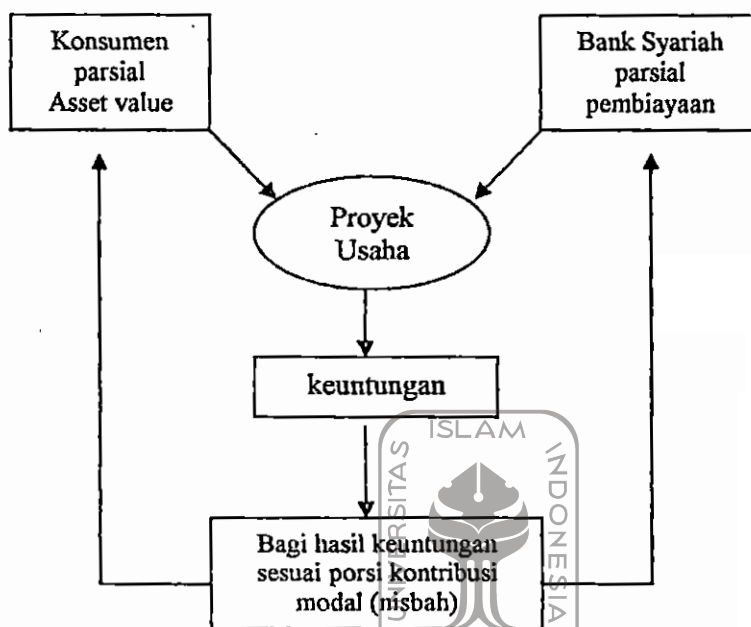
pendapatan atau hasil usaha bank, sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negativ spread*.

- c). Pengambilan pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow* atau arus kas usaha konsumen, sehingga tidak memberatkan konsumen.
- d). Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan. Hal ini karena keuntungan yang riil dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.
- e). Prinsip bagi hasil dalam *mudharabah* atau *musyarakah* ini berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (konsumen), satu jumlah bunga tetap pun keuntungan yang dihasilkan konsumen, bahkan sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Secara umum, aplikasi perbankan dari *al-musyarakah* dapat digambarkan dalam skema berikut ini:



(Sumber: Antonio, 1997:94)

Gambar 2.1. Skema *al-musyarakah*

b. *Al-Mudharabah*

1) Pengertian *Mudharabah*

Menurut Antonio²¹, *mudharabah* berasal dari kata *dharib*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam perjalanan usahanya, secara teknis, *al-mudharabah* adalah akad kerjasama usaha

²¹ *Ibid.* Antonio.hal. 95

antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan 100% modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola, seandainya kerugian tersebut akibat kecurangan atau kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut.

Mannan mengatakan²², dalam sistem *mudharabah*, baik memberikan modal dan konsumen menyediakan pengalaman. Selanjutnya laba dibagi menurut rasio yang telah disetujui. Dalam hal kerugian banklah yang memikul semua resiko keuangan dan konsumen hanya kehilangan nilai kerjanya, bila hal ini diluar ini merupakan keadaan diluar nilai kuasa konsumen.

Sudarsono²³ mengatakan juga bahwa, *mudharabah* berasal dari kata *adhdharbu fi asdhi*, yaitu berpergian untuk urusan dagang. Disebut juga *qiradh* yang berasal dari kata *al-qardhu* yang berarti *alqoth'u* (potongan), karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan. Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana

²² *Ibid.* Manna. *Teori dan Praktek*. Hal.204

²³ *Ibid.* Sudarsono. *Bank dan Lembaga*. hal. 54-55

pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal, selama kerugian itu akibat si pengelola, si pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut.

Muhammad²⁴, prinsip bagi hasil adalah *mudharabah* adalah kerjasama antara pemilik modal atau uang dengan pengusaha pemilik keahlian atau keterampilan atau tenaga dalam melaksanakan unit-unit ekonomi atau proyek-proyek usaha. *Musyarakah* adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Jadi dapat disimpulkan bahwa prinsip bagi hasil adalah *mudharabah*: kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana salah satu pihak menyediakan dana seluruhnya dan pihak lain menjadi pengelola dan apabila terjadi kerugian ditanggung oleh pihak yang mempunyai modal selama kerugian bukan kelalaian atau disengaja oleh pengelola.

²⁴ Muhammad. *Bank Syar'ah Analisis Kekuatan, kelemahan, peluang dan Ancaman*. (Yogyakarta: Ekonosia, 2002) hal. 85

2) Landasan Syari'ah

Secara umum dasar syari'ah *al-mudharabah* lebih mencerminkan anjura untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam ayat-ayat dan hadis-hadis berikut ini:

artinya:

".....dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT..." (Al-Muzzamil: 20)²⁵

Ayat diatas menjadi wajah-dilalah atau argumen dari surah Al-Muzzamil: 20 adanya kata *yadribun* yang sama akar kata *mudharabah* yang berarti melakukan usaha perjalanan usaha.

Artinya

" Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah SWT..." (Al-Jumu'ah: 10)

Artinya

" Tidak ada dosa (halangan) bagi kamu untuk mencari karunia tuhanmu..." (Al-Baqarah: 198)²⁶

Surah Al-Jumu'ah: 10 dan Al-Baqarah: 198 sama-sama mendorong kaum muslimin untuk melakukan upaya perjalanan usaha. Hadis yang menjadikan rujukan untuk akad *mudharabah* ini;

"Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidlah Accas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana mitra usahanya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli

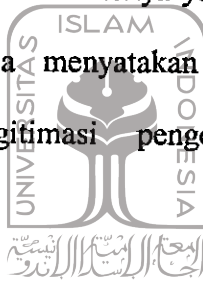
²⁵ *Ibid. Al-Qur'andan Terjemahan. Hal. 990*

²⁶ *Ibid. Hal. 48*

ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggungjawab atas sabda tersebut. Disampaikan syarat-syarat tersebut kepada rasulullah SAW dan rasulullah pun membolehkannya.” (HR Thabari)²⁷

“Dari Shalik bin Shuhaib r.a bahwa rasulullah SAW bersabda, “ tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tanggung, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual” (HR Ibnu Majah no. 2280, kitab at-Tijarah)²⁸

Hadist diatas menjadi rujukan dari akad *mudharabah* ini adalah pendapat Imam Zailani dalam kitabnya yang berjudul *Nasbu ar- Rayah*. Dalam kitab tersebut ia menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus akan legitimasi pengelolaan harta yaitu secara *mudharabah*²⁹.



3) Jenis-jenis *Al-Mudharabah*

a). *Mudharabah Mutlaqah*

Mudharabah mutlaqah adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*) yang cakupnya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifik jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama Salafus Saleh sering kali dicontohkan dengan ungkapan *if 'al ma syi'ja* (lakukan

²⁷ *Ibid*. Antonio. Hal. 96

²⁸ *Ibid*

²⁹ *Ibid*

sesukamu) dari pemilik modal (*shahibul maal*) ke pengelola (*mudharib*) yang memberi kekuasaan sangat besar.

b). *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah atau disebut pula dengan istilah *restricted mudharabah* atau *spesifik mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah mutlaqah*. Si pemilik modal (*mudharib*) dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si pemilik modal (*shahibul maal*) dalam memasuki jenis dunia usaha.

4) Aplikasi Dalam Perbankan

Al-mudharabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpun dana, *al-mudharabah* diterapkan pada:

- a). Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan qurban, dan sebagainya, deposito biasa.
- b). Deposito spesial (*special investment*), dimana dana yang dititipkan konsumen khusus untuk bisnis tertentu, misalnya *murabahah* saja atau *ijarah* saja.

Adapun pada sisi pembiayaan, *mudharabah* diterapkan untuk:

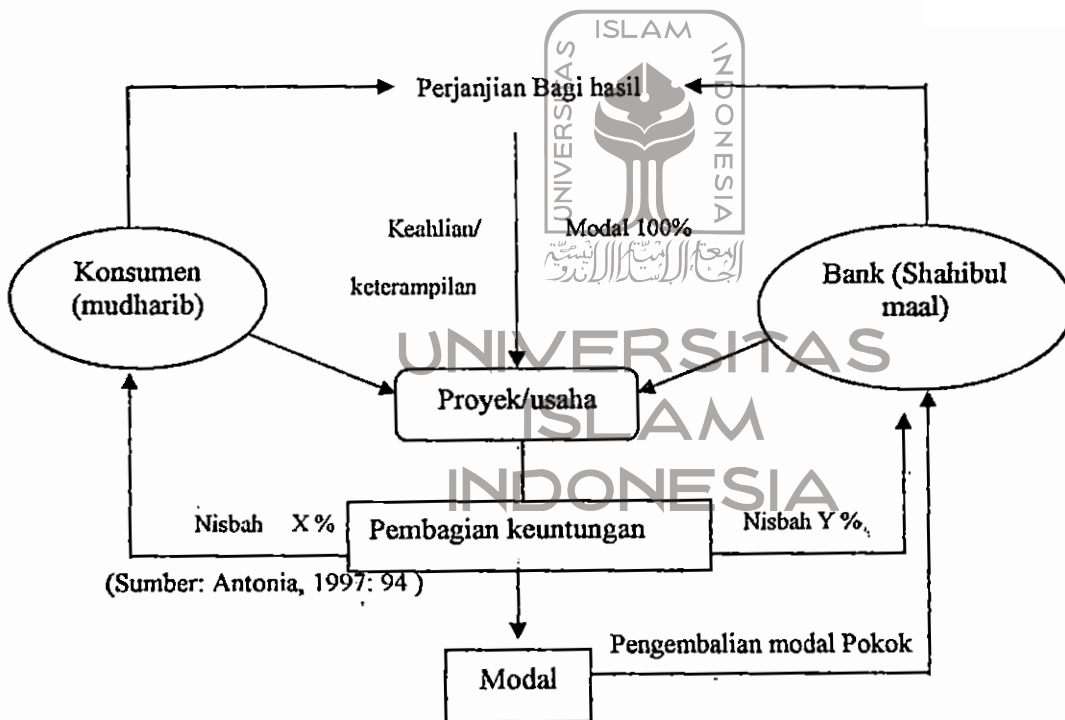
- a). Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa.
- b). Investasi khusus, disebut juga *mudharabah muqayyadah*, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh pemilik modal (*shahibul maal*).

5) Manfaat *Al-Mudharabah*

- a). Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha konsumen meningkat
- b). Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada konsumen pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- c). Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow* atau arus kas usaha konsumen sehingga tidak memberatkan konsumen.
- d). Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan. Hal ini karena keuntungan yang riil dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.

e). Prinsip bagi hasil dalam *mudharabah* atau *musyarakah* ini berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (konsumen), satu jumlah bunga tetap pun keuntungan yang dihasilkan konsumen, bahkan sekalipun merugi dan terjadi kerisis ekonomi.

Secara umum, aplikasi perbankan dari *al-mudharabah* dapat digambarkan dalam skema berikut ini :



Gambar 2.2. Skema *al-Mudharabah*

c. *Al-Muzara'ah*

1). Pengertian *Muzara'ah*

Menurut Antonio³⁰, *al muzara'ah* adalah kerjasama pengelola pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (prosentase) dari hasil panen.

2). Landasan Syari'ah

Diriwayatkan oleh Ibnu Umar bahwa rasulullah SAW pernah memberikan tanah kaibar kepada penduduknya (waktu itu mereka masih yahudi) untuk digarap dengan imbalan pembagian hasil buah-buahan dan tanaman.

Diriwayatkan oleh Bukhari dari jabir yang mengatakan bahwa bangsa arab senantiasa mengolah tanahnya secara *muzara'ah* dengan rasio bagi hasil $\frac{1}{2} : \frac{2}{3}$, $\frac{1}{4} : \frac{3}{4}$, $\frac{1}{2} : \frac{1}{2}$, maka rasulullah pun bersabda :

“ hendaklah menemani atau menyerahkannya untuk digarap. Barang siapa tidak melakukan salah satu dari keduanya, tahanlah tanahnya”.

Bukhari mengatakan bahwa telah berkata Abu Ja'far, “ tidak ada satu rumah pun di Madinah kecuali penghuninya pengelola tanah secara *muzara'ah* dengan pembagian hasil $\frac{1}{3}$ dan $\frac{1}{4}$. Hal ini telah dilakukan

³⁰ *Ibid.* Antonio. *Bank Syari'ah*. Hal. 99

oleh sayyidina Ali, Saad bin Abi Mas'ud, Umar bin Abdul aziz, Qosim, Urwah keluarga Abu Bakar, dan keluarga ali”

Dalam konteks lembaga keuangan Islam dapat memberikan pembiayaan bagi konsumen yang bergerak dalam bidang *plantation* atau pertanian atas dasar prinsip bagi hasil dari panen.

d. *Al-Musaqah*

1). Pengertian *Musaqah*

Menurut Antonio³¹ *al-musaqah* adalah bentuk yang lebih sederhana dari *muzara'ah* dimana si penggarap hanya bertanggungjawab atas penyiraman dan pemeliharaan sabagian imbalan, si penggarap berhak atas nisbah tersebut dari hasil panen.

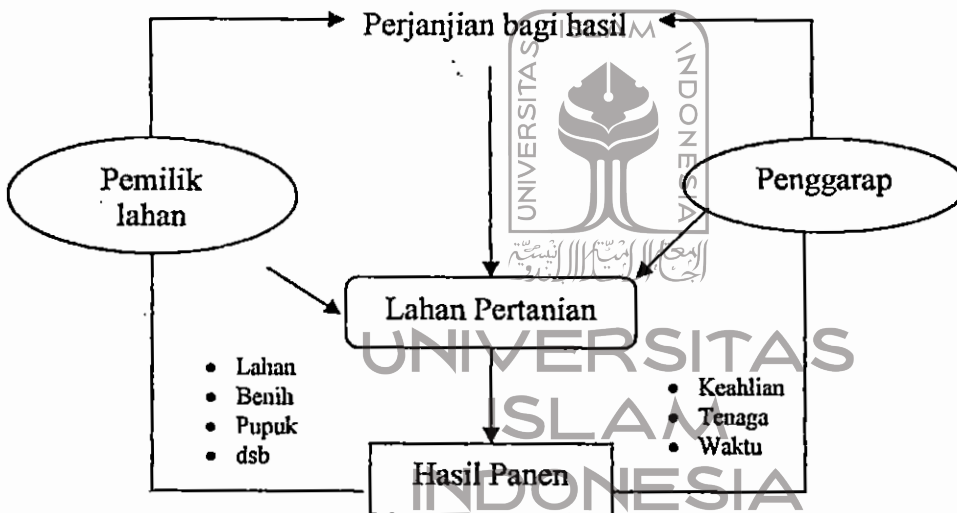
2). Landasan Syari'ah

Ibnu Umar berkata bahwa rasulullah SAW pernah memberikan tanah dan tanaman kerma di khaibar kepada yahudi khaibar untuk dipelihara dengan menggunakan peralatan dan dana mereka. Sebagai imbalan, mereka memperoleh prosentase tertentu dari hasil panen, telah berkata abu Ja'far Muhammad bin Ali bin Husain bin Ali bin Abu thalib ra bahwa rasulullah Saw telah menjadikan penduduk khaibar sebagai penggarap dan pemelihara dan atas dasar bagi hasil. Hal ini dilanjutkan

³¹ *Ibid.* hal. 100

oleh Abu Bakar, Umar, Ali, sekeluarga-keluarga mereka sampai hari ini dengan rasio $\frac{1}{3}$ dan $\frac{1}{4}$. Semua telah dilakukan oleh khulafah Arab Saudi-Rasyidin pada zaman pemerintahannya dan semua pihak telah mengetahuinya, tetapi tidak ada seorang pun menyanggahnya berarti, ini adalah suatu *ijma' sukuti* (konsensus) dari umat.

Secara umum, aplikasi perbankan *al-muzara'ah* dapat digambarkan dalam skema berikut ini:



(Sumber: Antonio, 2001: 100)

Gambar 2.3. Skema *Al-Muzara'ah*

Dari pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum prinsip-prinsip bagi hasil yang digunakan dalam perbankan adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. *Mudharabah* adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana salah satu pihak menyediakan dana seluruhnya

dan pihak lain menjadi pengelola dan apabila terjadi kerugian di tanggung oleh pihak yang mempunyai modal selama kerugian bukan kelalaian atau disengaja oleh pengelola. *Musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Kesepakatan pembagian keuntungan dan resiko ditentukan di awak perjanjian.

3. Nisbah

Nisbah keuntungan adalah salah satu rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli. Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua belah pihak yang *bermudharabah*. *Mudharib* mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan *shahibul al-mal* mendapatkan imbalan atas penyertaan modalnya. Nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan, adapun nisbah keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal Rp tertentu.³²



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

³² Adiwarman Karim. *Bank Islam Analisis Fiqh dan keuangan* edisi II, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004). Hal. 194

Penentuan besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak, tetapi dalam prakteknya di perbankan modern, tawar-menawar nisbah antara pemilik modal (yakni investor atau deposan) dengan bank syari'ah hanya terjadi bagi deposan / investor dengan jumlah besar, karena mereka ini memiliki daya tawar yang relatif tinggi kondisi seperti ini sebagai spesial nisbah. Sedangkan untuk nasabah deposan kecil, biasanya tawar-menawar tidak terjadi. Bank syari'ah akan mencantumkan nisbah yang ditawarkan, deposan boleh setuju boleh tidak. Bila setuju maka ia akan melanjutkan menabung sebaliknya lagi bila tidak setuju ia dipersilahkan mencari bank syari'ah lain yang menawarkan nisbah yang lebih menarik.³³



4. Teori Bagi Hasil

Perbedaan yang mendasar antara sistem keuangan konvensional dengan Syari'ah terletak pada mekanisme memperoleh pendapatan, yakni bunga dan bagi hasil. Dalam hukum Islam (*fiqh*), bagi-hasil terdapat dalam *mudharabah* dan *musyarakah*. Kedua bentuk perjanjian keuangan itu dianggap dapat menggantikan riba,³⁴ yang mengambil bentuk "bunga".³⁵ Antara bunga dan bagi

³³ *Ibid.* hal. 197.

³⁴ Waqar Msood Khan, *Towards, An Interest-Free Islamic Economic System* (UK: The Islamic Foundation UK and The International Association For Islamic Economies, Islamabad, 1985 M-1406 H) hal. 28.

³⁵ Bunga menurut pendapat neo-revivalis adalah riba yang karena itu harus dihilangkan. Di sini, gerakan revivalis menekankan perhatiannya pada aspek pelaksanaan dari prinsip syari'ah dengan tanpa melakukan penjelasan dan penggalian pengertian dari pesan-pesan yang tertera dalam bacaan, baik pada al-Qur'an dan Hadis. Sementara pendapat modernis menyatakan bahwa tidak semua bunga adalah riba. Jika bunga itu dianggap riba maka bunga yang demikian itu adalah bunga yang menimbulkan ketidak

hasil, keduanya sama-sama memberikan keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata. Perbedaan itu dapat dilihat dari tabel berikut ini.³⁶

Tabel 2.1. Perbedaan antara bunga dan bagi hasil

BUNGA	BAGI HASIL
a. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	a. Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
b. Besarnya prosentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	b. Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
c. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	c. Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
d. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming".	d. Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
e. Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk Islam.	e. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.
f. Jika terjadi kerugian ditanggung nasabah saja	f. Jika terjadi kerugian ditanggung kedua belah pihak, nasabah dan lembaga.

adilan (*dzulmun*, menyakiti) atupun pemerasan. Kalangan modernis mendasarkan pandangannya dengan mencari penjelasan yang tidak berubah dan bersifat mendasar dari al-Qur'ah dan Hadis. Mereka berusaha berpegang pada semangat pancaran nilai-nilai yang dikandung keduanya. Namun pendapat modernis ini merupakan pendapat minoritas meskipun yang minoritas tidak selalu salah. Sebab penentu kebenaran dalam Islam bukanlah ditentukan oleh jumlah orang bahkan bukan oleh wewenang penguasa melainkan kebenaran risalah itu sendiri. Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga*, penerj. M.Ufuqul Mubin, Nurul Huda dan Ahmad Sahidah (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal.26

³⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *bank Syariah; Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 61

Ada beberapa istilah untuk *mudharabah* keuangan: *qiradh*, *muqaradhah*, dan *mudharabah*.³⁷ Keragaman istilah itu menggambarkan pengertian yang bernuansa geografis ketimbang perbedaan yang mendasar. Masyarakat Arab menyebutnya *muqadarah* sementara orang-orang Irak mengistilahkannya dengan *mudarabah*. Di Perancis, perjanjian kerjasama itu disebut *commenda*. Terkait dengan kedua bentuk perjanjian itu, para pakar hukum Islam lama berbeda-beda dalam menjelaskannya. Praktek *mudharabah* dan *musyarakah* telah ada sebelum kedatangan Islam yang dibawa Nabi Muhammad.

Mengenai *mudharabah*, Ibnu Taimiyah berpandangan bahwa dasar hukumnya diambil dari sunnah dan perilaku sahabat.³⁸ Bahkan dalam penjelasan Abdullah Saeed, sunnah itu tidak otentik dari Nabi SAW.³⁹ Sedangkan Ibnu Hazm (456 H/ 1064 M) mengatakan bahwa tiap-tiap bagian dari fiqh berdasarkan pada al-Qur'an dan Sunnah kecuali *mudharabah*, dimana kita tidak menemukan dasar apa pun tentangnya.⁴⁰ Sarakhsi (w. 83 H/ 1090 M) yang merupakan ulama mazhad Hanafi mengatakan bahwa *mudharabah* diperbolehkan karena orang-orang membutuhkan kontrak ini.⁴¹ Adapun Ibnu Rusyd (w. 595 H/ 1198 M) yang merupakan ulama madzhab Maliki,

³⁷ Wqor Msood Khan, *Towards, Ibid.* hal, 29.

³⁸ Ibnu Taimiyah, *Majmu'fatwa* , juz. 37 (ttp: Muhammad 'Abdurrahman Qasim, 1398 M) hal.

³⁹ Abdullah Saeed, *bank, Ibid* hal. 128-132

⁴⁰ *Ibid*

⁴¹ *Ibid*

menganggapnya sebagai kesepakatan pribadi,⁴² *mudharabah* tidak secara langsung merujuk pada al-Qur'an dan Sunnah, tetapi berdasarkan pada tradisi atau kebiasaan luas masyarakat Muslim pada masa permulaan Islam.

Dilihat dalam pandangan sejarah, sistem bagi-hasil yang diterapkan dalam perbankan Islam dalam bentuk *mudharabah* sesungguhnya merupakan suatu ciptaan yang baru sekarang ini. Bahkan bank Islam dalam pengertian sekarang sesungguhnya tidak ada dalam sejarah peradaban Islam lama ataupun pertengahan. Sebab cara kerja bank Islam sama saja dengan cara kerja bank konvensional. Karena itu, bagi-hasil yang digunakannya berbeda dari bagi-hasil pada masa Rasulullah ataupun masa kehidupan para pakar hukum Islam lama. Bagi hasil pada masa Islam pertama dan abad pertengahan terjadi secara perseorangan atau antar individu sedangkan bagi-hasil dalam bank Islam terjadi pada dua tingkat, yakni bagi-hasil investor dengan bank dan bagi hasil bank dengan pengusaha. Perbedaan itu lebih dipengaruhi segi kelembagaan bank itu sendiri.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil di Bank Syari'ah

Kontrak *mudharabah* adalah suatu kontrak yang dilakukan oleh minimal dua pihak. Tujuan utama kontrak ini adalah memperoleh hasil investasi. Besar

⁴² *Ibid.*

kecilnya investasi di pengaruhi banyak faktor. Faktor pengaruh tersebut ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung.⁴³

a. Faktor langsung

Diantara faktor-faktor langsung (*direct factors*) yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil adalah *investment rate*, jumlah dana yang tersedia, dan nisbah bagi hasil (*profit sharing ratio*)

- 1) *Investmen rate* merupakan prosentase aktual dana yang dapat diinvestasikan dari total dana yang terhimpun. Jika 80 % dana yang terhimpun diinvestasikan, berarti 20 % nya dicadangkan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas.
- 2) *Jumlah* dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber yang dapat diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode:
 - a) Rata-rata saldo minimum bulanan
 - b) Rata-rata total saldo harian

Investment rate dikalikan dengan jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan akan menghasilkan jumlah dana aktual yang digunakan.

- 3) *Nisbah (profit sharing ratio)*
 - a) Salah satu ciri *al mudharabah* adalah nisbah yang harus ditentukan dan disesuaikan dan disetujui pada awal perjanjian.

⁴³ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* Edisi Revisi. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005) hal. 110

- b) Nisbah antara satu bank dengan bank lainnya dapat berbeda.
- c) Nisbah antara satu bank dengan bank yang lainnya dapat berbeda
- d) Nisbah juga dapat berbeda dari waktu ke waktu dalam satu bank, misalnya deposito 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan

b. Faktor Tidak Langsung

Faktor tidak langsung yang mempengaruhi bagi hasil adalah:

1). Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *mudharabah*

- a). Bank dan nasabah melakukan *share* pendapatan yang dibagi dihasilkan merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya.
- b). Jika semua biaya ditanggung bank, maka hal ini disebut revenue sharing.

2). Kebijakan akunting (prinsip dan metode akuntansi)

Bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktivitas yang diterapkan, terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.

B. Komitmen

1. Pengertian komitmen

Yang dimaksud dengan komitmen dari (bahasa latin adalah *committere, to connect, entrust—the state of being obligated or emotionally impelled*) adalah keyakinan yang mengikat (*uqud*) sedemikian kukuhnya sehingga membelenggu

seluruh hati nuraninya dan kemudian menggerakkan perilaku menuju arah tertentu yang diyakininya (*I'tiqad*)⁴⁴.

Komitmen merupakan suatu bentuk sikap, Menurut Azwar⁴⁵ menjelaskan sikap terbentuk dari adanya interaksi sosial yang dialami individu. Dalam interaksi sosial terjadi saling mempengaruhi diantara individu. Individu beraksi membentuk pola sikap tertentu terhadap obyek yang dihadapinya. Menurut Assael⁴⁶ sikap terbentuk dari tiga komponen yang saling menunjang yaitu kognitif (*cognitive*), efektif (*affactive*), dan konatif (*conative*). Komponen kognitif merepresentasikan hal-hal yang di percayai oleh individu, komponen afektif menunjukkan perasaan yang menyangkut aspek emosional atau efeksi melibatkan perasaan orang (positif, netral atau negatif) terhadap suatu obyek dan komponen konatif menunjukkan kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki individu.

Dari beberapa pengertian komitmen diatas bahwa komitmen adalah sikap atau keyakinan yang mengikat sedemikian kukuhnya sehingga membe'enggu seluruh hati nuraninya dan kemudian menggerakkan perilaku menuju arah yang diyakininya.

⁴⁴ K. H. Toto Tasmara. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. (Jrkarta: Gema Insani, 2002) hal. 85.

⁴⁵ Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998) hal. 30.

⁴⁶ Henry Assael. *Consumer Behavior and Marketing Action*. (Cincinnati, OH: South-Western College Publishing, 1998) hal. 68

Dalam sebuah perusahaan komitmen karyawan Goldman mengidentifikasi ciri-ciri orang yang berkomitmen antara lain sebagai berikut:⁴⁷

- a. Siap berkorban demi pemenuhan sasaran perusahaan yang lebih penting.
- b. Merasakan dorongan semangat dalam misi yang lebih besar.
- c. Menggunakan nilai-nilai kelompok dalam pengambilan keputusan dan penjabaran pilihan-pilihan.

Tetapi komitmen nasabah agak berbeda dengan komitmen karyawan, untuk komitmen nasabah dapat diindikasikan sebagai berikut:

- a. Tidak akan kebank lain
- b. Mempromosikan bank yang bersangkutan kepada orang lain baik langsung maupun tidak langsung
- c. Menabung dan mengajukan pembiayaan tetap di bank tersebut
- d. Mau memberikan kritik dan saran yang membangun kepada bank demi kebaikan bersama.

Prof. Curtis Verschoor dalam penelitiannya membuktikan bahwa perusahaan yang memiliki komitmen terhadap nilai-nilai moral lebih berhasil

⁴⁷ *Ibid.*

secara finansial dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki komitmen moral...” *that companies with a defined corporate commitment to ethical principles do better financially than companies that don't make ethics a key component”*.

Dalam komitmen tergantung sebuah tekad, keyakinan, yang melahirkan bentuk vitalitas yang penuh gairah. Mereka yang memiliki komitmen tidak mengenal kata menyerah. Mereka hanya akan berhenti menapaki cita-citanya, jalannya yang lurus, bila langit sudah runtuh. Komitmen adalah soal tindakan keberanian. Komitmen adalah soal kesungguhan dan kesinambungan⁴⁸.

Dalam komitmen itu sendiri, Agyris (1998)⁴⁹ membagi komitmen menjadi dua bagian besar yaitu komitmen eksternal dan komitmen internal. Adapun yang dimaksud dengan komitmen eksternal dan internal adalah sebagai berikut:

- a. Komitmen eksternal di bentuk oleh lingkungan kerja. Komitmen ini muncul karena adanya tuntutan terhadap penyelesaian tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh para karyawan yang menghasilkan adanya *reward* dan *punishment*. Peran manajer dan supervisor sangat vital dalam menentukan timbulnya komitmen ini karena belum adanya suatu kesadaran individual atas tugas yang diberikan.

⁴⁸ K.H. Toto Tasmara. *Ibid.* hal 86

⁴⁹ Wahibur Rokhman. *Paradikma Baru, Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ke Dua, Editpr A. Usman (Yogyakarta: Amara Books, 2003) hal.126.

- b. Komitmen internal merupakan komitmen yang berasal dari diri seseorang untuk menyelesaikan berbagai tugas, tanggung jawab dan wewenang berdasarkan pada alasan dan motivasi yang dimilikinya.

2. Bentuk- Bentuk Komitmen pada Organisasi

Bentuk-bentuk komitmen pada organisasi menurut Greenbreg dan Baron (2000) dalam Vonika Rahmaniar Ganie ada tiga bentuk komitmen pada organisasi:

a. *Continuance Comitment*

Yang dimaksud dengan *continuance comitment* adalah keinginan yang kuat dari karyawan atau nasabah untuk tetap berada dalam organisasi atau BMT karena ia percaya sangat merugikan jika ia keluar dari organisasi tersebut. Karyawan atau nasabah yang sudah lama berada dalam organisasi (BMT) merasa kehilangan apa yang sudah mereka investasikan dalam organisasi jika mereka meninggalkan tempat mereka melakukan kerjasama, jadi dapat dikatakan seseorang terus bekerjasama dalam suatu organisasi (BMT) kerana ia merasa tidak mampu untuk melakukan kal yang sebaliknya.

b. *Affective Comitment*

Bentuk kedua dari komitmen pada organisasi (BMT) adalah *affective comitment* yang berarti keinginan yang kuat dari karyawan atau nasabah untuk tetap berada dalam organisasi (BMT) karena ia setuju dengan pokok-pokok tujuan dan nilai-nilai dalam organisasi (BMT) seseorang dengan derajat

affective comitment yang tinggi memiliki keinginan untuk tetap berada dalam organisasi karena mereka mendukung misi organisasi (BMT) dan ingin membantu untuk mencapainya.

c. *Normative Comitment*

Bentuk ketiga dari komitmen pada organisasi (BMT) adalah *normative comitment* dimana perasaan nasabah atau karyawan untuk tetap berada dalam organisasi karena tekanan dari orang lain. Orang yang derajat *normative comitment* yang tinggi sangat memperhatikan apa yang akan difikirkan orang lain jika ia meninggalkan organisasi, jadi dapat dikatakan keinginan yang kuat untuk tetap tinggal dalam organisasi karena ia merasa ada kewajiban dari orang lain yang harus dilaksanakan



3. Sifat Dasar Komitmen Organisasi

Menurut (Miner,1988) dalam tulis Widayanti dari teori, penelitian dan aplikasi yang diberikan, di definisi awal dari komitmen organisasi diambil dari penilaian sikap. Ini sangat tepat karena komitmen organisasi diartikan sebagai sikap kerja yang memiliki banyak persamaan dengan kepuasan kerja. Komitmen sikap dalam organisasi dapat diartikan sebagai suatu kekuatan relatif dari pengenalan dan keterlibatan individu dalam organisasi. Hal ini bisa dikenali melalui paling sedikitnya tiga faktor :

- a. Dukungan dan keyakinan yang kuat terhadap nilai dan tujuan organisasi

⁵⁰ Vonika Rahmaniari Ganie. Proses Pemberdayaan dan pengaruhnya terhadap komitmen karyawan pada organisasi. *Tesis*. (Yogyakarta: Manajemen Magister Universitas Islam Indonesia. 2001)

- b. Kemauan untuk berusaha sungguh-sungguh demi kepentingan organisasi
- c. Keinginan yang kuat untuk memelihara keanggotaan organisasi.

Yang melekat dari definisi ini adalah ide tentang kesetian terhadap BMT atau organisasi tetapi komitmen memberikan kontribusi lebih dari pada kesetian⁵¹.

4. Komitmen Konsumen terhadap Organisasi pada BMT

Steers mengatakan bahwa konsumen terhadap organisasi (*customer organizational commitment*) mencerminkan identifikasi dan keterlibatan seseorang dengan sesuatu organisasi (Kelley dan David, 1994)⁵². Dikatakan bahwa individu yang memiliki komitmen akan mempercayai dan menerima tujuan dan nilai-nilai organisasi menunjukkan kepedulian akan kelangsungan organisasi, menempatkan diri sebagai wakil organisasi, dan menunjukkan kesetiannya. Kontrak komitmen terhadap organisasi ini dapat dijelaskan menggunakan loyalitas dari Heskett et. Al. (1994) yang meliputi *retention, repeat business, dan referral*. Hanya saja pengertian tersebut perlu dihubungkan dengan aspek keterlibatan dan komitmen konsumen atau nasabah.

⁵¹ Lilis Widiyanti. Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja dan Perencanaan Karir Terhadap Komitmen Organisasi pada Pegawai PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta. *Skripsi*. (Yogyakarta: FE UII, 2004)

⁵² Kelley, Scott W and Mark A. Davis (1994). *Antecedents to Customer Expectations For Service Recovery*, *Jurnal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 22, No. 1 hal. 52-61

Retention berhubungan dengan keputusan konsumen untuk tinggal atau pergi. Pentingnya *costemer retention* didasarkan atas perkiraan biaya yang jauh lebih besar untuk menarik konsumen baru dibandingkan dengan mempertahankan konsumen yang sudah berada di depan mata menurut Kotler (1997)⁵³, kunci dari *costemer retention* adalah *custemer satisfaction*. Dikatakan bahwa konsumen yang mendapatkan kepuasan yang tinggi cenderung untuk loyal dalam jangka waktu yang lebih lama, membeli lebih banyak yang dimaksudkan, nasabah akan selalu menambah dananya untuk diinvestasikan kedalam instansi perbankan tersebut serta selalu bekerjasama dengan baik pada bank, secara sukarela nasabah membicarakan organisasi atau instansi bank tersebut dan produknya, kurang memperhatikan merek pesaing serta iklannya, kurang sensitif terhadap besar kecilnya bagi hasil yang diterima dan menawarkan ide-ide pada instansi bank atau organisasi.

Sesuai dengan konsep komitmen konsumen atau nasabah terhadap bank atau organisasi dari Steer (Kelley dan Davis, 1994), maka *retention* ini juga akan sangat dipengaruhi oleh aspek sosial dan pribadi yang terjalin di dalam hubungan yang terbentuk antara konsumen dengan karyawan atau organisasi jasa yang bersangkutan. *Repeat business* mengandung pengertian kerjasama yang berulang antara konsumen dengan suatu organisasi atau instansi perbankan, dalam hal ini *brand loyalty* cukup relevan sebagai determinan komitmen konsumen.

⁵³ Philip, Kotler. (1997), *Marketing Manajement: Analisis, Planning, Implentation, and Control*, 9th, ed; Upper Saddle River, New Jessy: Prentice Hall, Inc.

Defenisi kognitif dari *brand loyalty* mengatakan bahwa loyalitas menunjukkan komitmen dan dengan demikian ada keterlibatan dengan pembelian produk pada bank syari'ah. Dibawah kondisi keterlibatan rendah, *brand loyalty* hanya mencerminkan kenyamanan dalam melakukan pembelian ulang dan bukan komitmen terhadap merek yang dibeli. *Brand loyalty* paling tinggi bilamana konsumen terlibat secara pribadi dengan merek atau instansi perbankan tersebut. Dalam hal ini merek merupakan dari identifikasi diri (misalnya saja untuk produk pada bank syari'ah seperti tabungan, deposito) dikatakan pula pembelian ulang tidak tidak mencerminkan komitmen, hanya menunjukkan penerimaan. (Asseal: 1994)⁵⁴. Pada dasarnya nasabah dapat dibagi menjadi empat kelompok berdasarkan status loyalitasnya, terhadap merek yakni *hard-core loyals*, *split loyals*, *shifting loyals*, dan *switchers* (kotler, 1997). *Hard-core loyals* adalah konsumen yang loyal pada satu merek saja sehingga menunjukkan adanya suatu komitmen. Status-status lainnya menunjukkan tidak adanya sifat loyal (*swit.chers*) atau sifat loyal yang lebih rendah (*split loyals* dan *shifting loyals*).

Repeat business akan sangat dipengaruhi oleh konsumen dengan organisasi Kelley dan Davis (1994) mengatakan bahwa sekali konsumen merasa dirinya sebagai bagian dari suatu organisasi jasa, pembelian ulang atau kerjasama yang dilakukan tidak hanya didasarkan pada evaluasi konsumen seperti yang biasa dilakukan terhadap suatu produk. Pengalaman menyangkut hubungan konsumen

⁵⁴ Henry, Asseal. (1995), *consumer Behavior and Marketing Action*, 5th ed. Cincinnati Ohio: South-Western College Publishing.

dengan organisasi tersebut akan ikut andil pula dalam mempengaruhi keputusan pembelian ulang dalam artian untuk selalu menggunakan produk instansi bank yang bersangkutan.

Adapun *referreal* bisa diterjemahkan sebagai penyebutan atau referensi. Referensi ini dapat berwujud komunikasi konsumen dengan lingkungannya (*word of mouth*) serta komunikasi konsumen dengan pihak organisasi dalam bentuk umpan balik. *Word of mouth* adalah pesan mengenai organisasi, kredibilitasnya dan kelayakannya untuk dipercaya, cara beroperasinya, pelayanannya, dan lain-lain yang dikomunikasikan oleh seseorang, seorang konsumen atau siapapun kepada orang lain (Gronroos, 1990) ada dua tipe *word of mouth*, yaitu dalam bentuk informasi dan juga pengaruh atau rekomendasi (Asseal, 1995; Swan dan Oliver 1989)⁵⁵. Konsumen yang mempunyai keterlibatan dengan suatu produk cenderung mengkomunikasikannya dan mempengaruhi orang lain. Conrad (1990) menyatakan bila seseorang mengidentifikasi dirinya dengan suatu organisasi, ia telah melalui suatu metamorfose, berubah dari individu terpisah dengan identitas perorangan menjadi anggota dari suatu tim yang memiliki asumsi-asumsi yang sama dengan organisasinya. Ia menjadi bagian dari budaya organisasi dan organisasi tersebut menjadi bagian dari dirinya. Dengan rasa bangga ia akan mengakuinya dan mengkomunikasikannya dalam berbagai bentuk.

⁵⁵ Richard L. Oliver dan John E. Swan (1989) *Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach*. *Journal of Marketing*. Vol. 53 (April) hal. 21-35.

Menurut Kelley dan Davis (1994) secara spesifik menunjukkan hubungan kepuasan konsumen dengan komitmen konsumen pada organisasi, meskipun sebagian besar literatur tidak menunjukkan kontrak komitmen konsumen terhadap organisasi secara eksplisit, *repeat purchase* atau *tepear business*, *customer retention* dan *referral* yang diragukan menjadi customer loyalty menunjukkan bukti adanya komitmen.

C. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan proses pengorganisasian dan penafsiran terhadap obyek-obyek untuk memberikan makna terhadap obyek-obyek tersebut⁵⁶. Dimiyati mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses memahami dan menafsirkan stimulus yang di terima dengan melibatkan perasaan, prasangka, dan keinginan sehingga tercipta suatu makna dari stimulus tersebut⁵⁷. Menurut Irwanto persepsi adalah proses diterimanya suatu rangsangan baik obyek, hubungan antar gejala, maupun peristiwa hingga rangsangan tersebut disadari dan dimengerti oleh individu yang bersangkutan⁵⁸. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa persepsi dapat menimbulkan makna dari suatu rangsangan

⁵⁶ Djasman, Adimarja. *Psikologi Umum*. (Bandung: departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1982). Hal. 53

⁵⁷ Dimiyanti. *Psikologi Suatu Pengantar*. (Yogyakarta: BPFE-UGM) hal. 25

⁵⁸ Irwanto. *Psikologi Umum*. (Jakarta: PT Gramedia, 1994) hal.36

atau stimulus yang diterima setiap individu. Stimulus yang diterima individu menyebabkan individu yang bersangkutan memiliki pengertian atau pemahaman terhadap suatu lingkungan.

Branca didalam Walgito, mengungkapkan persepsi sebagai suatu proses mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus yang diterima individu sehingga menjadi suatu hal yang berarti⁵⁹. Senada dengan hal tersebut, Gibson mengungkapkan bahwa persepsi merupakan proses seseorang memahami lingkungannya dengan cara mengorganisasi dan menafsirkan setiap rangsangan yang diterima dalam suatu pengalaman psikologis⁶⁰. Definisi tersebut menggambarkan bahwa persepsi merupakan proses kognitif yang membantu setiap individu untuk memilih, mengatur, menyimpan, dan menginterpretasikan rangsangan menjadi suatu gambaran yang utuh dan memiliki arti. Setiap rangsangan yang sama dapat diartikan secara berbeda oleh setiap individu.

Pandangan mengenai persepsi juga dikemukakan oleh Gitosudarmo dan Sudita, bahwa persepsi merupakan proses memperhatikan dan menyeleksi, mengorganisasikan dan menafsirkan stimulus dari lingkungan. Proses memperhatikan dan penyeleksi dilakukan individu dengan menggunakan panca indera baik dari sentuhan, pandangan, pendengaran, pengucapan, maupun pembauan. Meskipun demikian, tidak semua stimulus lingkungan

⁵⁹ Bimo Walgito. *Psikologi Sosial*. (Yogyakarta: Andi Offset, 1991) hal. 14

⁶⁰ Gibson, J. L. Ivancevich, J.M dan Donnely, J. H, Jr. *Organisasi: Prilaku, Struktur, Proses*. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996) hal. 134.

diperhatikan dan ditafsirkan karena ada proses pemilihan untuk memberikan arti pada stimulus yang di terima⁶¹.

Persepsi juga dapat diartikan sebagai proses untuk mengenal atau mengidentifikasi sesuatu yang diterima oleh indera manusia. Definisi tersebut menunjukkan bahwa persepsi merupakan representasi tentang obyek-obyek sebagai hasil dari pengorganisasian obyek tersebut. Persepsi sebagai proses kognitif mencakup interpretasi obyek, simbol dan orang-orang dengan pengalaman relevan yang terjadi pada saat rangsangan mengaktifkan indera.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikemukakan bahwa persepsi merupakan suatu proses dalam diri individu untuk memperhatikan, memahami, mengorganisasi, dan menafsirkan atau menginterpretasi setiap stimulus yang diterima indera sehingga dapat memberikan suatu makna berarti bagi individu yang bersangkutan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Proses pembentukan persepsi mengenai suatu objek dalam diri individu dipengaruhi oleh banyak faktor. Hammer and organ dalam Indrawijaya mengungkapkan, bahwa persepsi dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sebagai berikut⁶²:

hal. 16 ⁶¹ I. Gotosudarmo dan I. Nyoman Sudita. *Perilaku Keorganisasian*. (Yogyakarta: BPFE,2000)

⁶² A. T. Indrawijaya. *Perilaku Organisasi*. (Bandung: Sinar Baru,1985) hal. 26

a. Kognisi

Aspek kognisi dimaksudkan bahwa individu dalam mengorganisasi, menafsirkan, dan mengartikan suatu stimulus menggunakan inderanya baik melalui proses melihat, merasa, meraba, mendengar, maupun mencium. Proses pengorganisasian, pebafsiran dan pengartian stimulus ini dikendalikan oleh otak berdasarkan informasi yang diterima panca indera. Menurut Azwar mengemukakan bahwa aspek kognisi berisi kepercayaan individu mengenai hal-hal yang berlaku dan benar bagi obyek sikap⁶³. Kepercayaan yang telah terbentuk dalam diri individu akan menjadi dasar pengetahuan mengenai hal-hal yang diharapkan dari objek tertentu. Dasar pengetahuan tersebut akan memberikan arti dan keteraturan interaksi antara individu dengan pengalaman di masa mendatang. Suatu objek atau stimulus sulit dihayati dan ditafsirkan tanpa disertai dengan kepercayaan.

Kepercayaan dapat dikembangkan dengan dukungan pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, dan kebutuhan emosional dari individu yang bersangkutan. Pengalaman pribadi yang digeneralisasikan akan membentuk setriotyp yang mendasari terbentuknya presepsi terhadap suatu objek. Sikap yang didasari pola stereotipe umumnya sulit menerima perubahan. Hal ini disebabkan pola stereotipe mengenai suatu objek tertentu tersebut telah mengakar kuat dalam diri individu yang bersangkutan. Masih menurut Azwar, menjelaskan kepercayaan sebagai

⁶³ Saifuddin Azwar. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) hal. 24.

komponen dari aspek kognisi tidak selalu akurat dalam membentuk persepsi. Dalam diri individu dapat terbentuk kepercayaan meskipun informasi yang diterima mengenai obyek yang dipersepsikan kurang memadai⁶⁴.

b. Proses belajar

proses belajar merupakan kegiatan yang dilakukan secara bertahap dan teratur untuk mengelolah suatu informasi tersebut memiliki arti terhadap pemilihan tindakan. Persepsi belajar merupakan cara-cara atau langkah-langkah khusus yang dapat menimbulkan perubahan sehingga mampu mencapai hasil yang telah ditentukan. Proses belajar mengarah pada tahapan perilaku kognitif, afektif, dan psikomotor yang terjadi dalam diri individu. Perubahan ini cenderung bersifat positif karena berorientasi ke arah yang lebih maju dari keadaan sebelumnya⁶⁵.

a. Proses pemecahan masalah

Proses pemecahan masalah merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengambil keputusan yang tepat sehingga dapat menentukan tindakan lebih lanjut. Dalam proses pemecahan masalah terdapat dua hal penting yang harus diperhatikan yakni ketepatan informasi dan pelaksanaan pemecahan masalah berdasarkan informasi. Menurut Gibson mengidentifikasi tujuh faktor yang dapat mempengaruhi persepsi

⁶⁴ *Ibid.* hal. 26

⁶⁵ *Ibid*

yaitu stereotipe, selektivitas, konsep diri, keadaan, kebutuhan, dan emosi⁶⁶. Pandangan lain mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dikemukakan oleh Robbins bahwa proses pembentukan persepsi dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu pelaku persepsi, target, dan situasi. Pelaku persepsi merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang di samping faktor-faktor lainnya.⁶⁷

Masih menurut Robbins, menjelaskan faktor pelaku persepsi dalam mempengaruhi proses pembentukan persepsi mengarah pada karakteristik pribadi yang relevan dalam mempengaruhi persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan.

Perbedaan sikap diantara individu menimbulkan penafsiran yang berbeda meskipun obyek yang ditafsirkan sama. Kebutuhan atau motif individu yang tidak terpenuhi memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya terhadap suatu obyek yang dilihatnya. Persepsi individu juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Individu umumnya akan lebih tertarik untuk menafsirkan suatu obyek atau peristiwa yang belum pernah dialami dibandingkan dengan yang pernah dialami dimasa lalu. Sementara pengharapan individu juga mempengaruhi persepsinya. Individu yang mengharapkan melihat suatu obyek akan mempersepsikan obyek tersebut sesuai dengan harapannya dengan mengesampingkan ciri-ciri obyek yang

⁶⁶ Gibson, J. L. (1977). *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996) hal. 137-141

⁶⁷ S. P. Robbins. *Perilaku Organisasi (Alih Bahasa: Tim Indeks)*. (Jakarta: PT. Indeks, 2003) 160.

sebenarnya Faktor-faktor pelaku persepsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut⁶⁸:

1) Sikap

Sikap merupakan suatu kondisi mental dan neural tentang kesiapan, terorganisasi melalui pengalaman, mengupayakan suatu pengaruh yang terarah dan dinamis pada respon individu terhadap semua obyek dan situasi yang terkait. Sikap sebagai predisposisi yang terpelajari untuk memberikan tanggapan terhadap obyek secara konsisten baik menguntungkan maupun tidak menguntungkan⁶⁹.

Sikap memiliki empat karakteristik yaitu memiliki obyek, memiliki arah, derajat dan intensitas, memiliki struktur dan dapat dipelajari. Sikap menguraikan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang terhadap suatu obyek yang relatif konsisten. Menurut Azwar menjelaskan sikap bahwa sikap terbentuk dari adanya interaksi sosial terjadi saling mempengaruhi diantara individu. Individu beraksi membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai obyek yang dihadapinya⁷⁰.

Masih menurut Asseal bahwa sikap terbentuk dari tiga komponen yang saling menunjang yaitu kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), dan

⁶⁸ *Ibid.* hal 160.

⁶⁹ Henry Assal. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati,(OH: South- Western College Publishing, 1998). Hal 54.

⁷⁰ Saifuddin Azwar. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003) hal. 30.

konatif (*conative*). Komponen kognitif merepresentasikan hal-hal yang dipercayai oleh individu, komponen afektif menunjukkan perasaan yang menyangkut aspek emosional, dan komponen kognitif menunjukkan kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki individu. Ketiga komponen tersebut dapat membentuk sikap yang positif dan negatif tergantung pada obyek yang dihadapi individu. Sehubungan dengan hal tersebut, individu dalam menghadapi suatu obyek dapat menunjukkan sikap mendukung atau tidak mendukung, senang atau tidak senang, suka atau tidak suka terhadap obyek tersebut.

2) Motif

Motif menunjukkan kebutuhan dan keinginan individu. Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dihadapi individu untuk kelangsungan hidupnya. Sementara keinginan merupakan segala sesuatu yang timbul atas dasar karakteristik masing-masing individu sehingga tidak selalu harus dipenuhi. Kebutuhan individu yang tidak terpuaskan dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap persepsinya mengenai suatu obyek atau stimulus tertentu⁷¹. Menurut Maslow dalam Robbins, menjelaskan dalam diri manusia terdapat lima jenjang kebutuhan yaitu sebagai berikut⁷²:

⁷¹ *Ibid.*

⁷² S. P. Robbins. *Perilaku Organisasi*. (Jakarta: PT. Indeks, 2003) hal. 209

- a) Kebutuhan psikologis antara lain rasa lapar, haus, perlindungan, dan kebutuhan jasmani lainnya.
- b) Kebutuhan keamanan antara lain keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian baik fisik maupun emosional.
- c) Kebutuhan sosial mencakup kasih sayang, rasa memiliki, dan persahabatan.
- d) Kebutuhan penghargaan mencakup rasa hormat, harga diri, otoritas, prestasi, status, dan perhatian.
- e) Kebutuhan aktualisasi diri mencakup derongan untuk menjadi seperti yang diinginkan, pertumbuhan, dan pemenuhan diri.

Perbedaan motif baik kebutuhan maupun keinginan diantara individu yang menyebabkan perbedaan dalam menafsirkan suatu obyek atau stimulus yang dihadapi. Robbins mencontohkan hal ini dengan riset mengenai rasa lapar. Individu yang sudah makan akan memiliki persepsi yang berbeda dengan individu yang belum makan pada saat dihadapkan pada stimulus atau obyek yang sama. Individu yang lapar cenderung menafsirkan suatu gambar yang kabur sebagai gambar makanan, sedangkan individu yang tidak lapar menafsirkannya sebagai gambar lain. Selain itu, perbedaan keinginan diantara individu juga menyebabkan perbedaan dalam menafsirkan suatu obyek. Kebutuhan yang dimiliki individu sekaligus mencerminkan keinginannya,

sedangkan keinginan tidak selalu mencerminkan kebutuhan individu yang bersangkutan⁷³

3) Kepentingan

Kepentingan merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan individu. Kepentingan menunjukkan minat dan ketertarikan individu terhadap suatu obyek atau stimulus. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu obyek, sedangkan ketertarikan adalah keadaan dimana individu terpengaruh untuk memperhatikan suatu obyek. Minat mencerminkan adanya perencanaan, sedangkan ketertarikan terjadi tiba-tiba. Perbedaan kepentingan berpengaruh pula pada perbedaan minat dan ketertarikan individu terhadap suatu obyek. Kepentingan mempengaruhi fokus perhatian dalam menafsirkan suatu stimulus yang dihadapi⁷⁴.

4) Pengalaman

Pengalaman merupakan suatu proses pembelajaran mengenai segala sesuatu yang pernah dihadapi, segala sesuatu yang pernah dialami individu akan membentuk dan mempengaruhi pengkayatan individu yang bersangkutan terhadap stimulus sosial. Untuk menafsirkan suatu obyek atau sitimulus, individu harus memiliki pengalaman yang berkaitan dengan obyek tersebut. Individu yang tidak

⁷³ *Ibid.* hal. 161

memiliki pengalaman dengan suatu obyek cenderung akan menafsirkan obyek tersebut secara negatif⁷⁵.

Pembentukan tanggapan terhadap obyek merupakan proses kompleks dalam diri individu. Azwar menuturkan penafsiran yang negatif terhadap suatu obyek akan membentuk pengalaman pahit mengenai obyek tersebut. Secara konkrit dapat dicontohkan dengan pelayanan BMT yang kurang baik akan menimbulkan penafsiran yang negatif dalam diri individu mengenai pelayanan di semua kantor cabang BMT yang bersangkutan. Sebaliknya pelayanan yang baik akan menimbulkan penafsiran yang positif. Pengalaman individu suatu obyek tidak terlepas dari pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan.

Selain pelayanan, individu juga dapat memperoleh pengalaman dari suatu obyek berupa produk. Produk yang unik dengan beragam keunggulan yang belum pernah ada cenderung akan lebih menonjol dibandingkan dengan produk yang pernah digunakan individu. Pemilihan suatu produk oleh individu didasarkan pada pengalaman masa lalu yang dimiliki individu yang bersangkutan⁷⁶.

⁷⁵ Azwar *Ibid.* Hal 30

⁷⁶ *Ibid.* hal. 31

5) Pengharapan

Pengharapan merupakan suatu kecenderungan yang kuat untuk bertindak dengan cara tertentu untuk menghasilkan suatu keluaran tertentu. Individu yang memiliki harapan berbeda akan penafsiran suatu obyek dengan cara yang berbeda pula. Pengharapan dimaksudkan bahwa individu memiliki harapan dalam menilai suatu obyek. Secara konkrit dapat dicontohkan dengan seorang nasabah yang mengharapkan pelayanan yang baik dan produk yang unggul dari suatu BMT. Harapan individu tersebut terpenuhi apabila pelayanan yang diberikan sesuai seperti yang diinginkannya dan produk yang digunakan memiliki keunggulan seperti harapannya⁷⁷.

Menurut Robbins bahwa individu yang telah memiliki harapan besar terhadap suatu obyek, maka akan mempersepsikan obyek tersebut sesuai dengan harapannya tanpa memperhatikan ciri-ciri obyek yang sebenarnya. Meskipun demikian, individu dapat mengalami kekecewaan apabila obyek yang dihadapi tidak sesuai dengan harapan⁷⁸.

Berdasarkan beberapa pandangan tersebut dapat dijelaskabahwa secara umum pelaku persepsi terhadap pembentukan persepsi mencakup sikap, motif, kepentingan, pengalaman, pengharapan, kebutuhan, dan emosi. Faktor target yang mempengaruhi persepsi

⁷⁷ Robbins *Ibid.* 229

⁷⁸ *Ibid.* hal. 162

mencakup hal baru, ukuran, intensitas, bunyi, gerakan, frekuensi, perubahan, kontras, latarbelakang, dan kedekatan. Sementara fokus situasi yang mempengaruhi persepsi adalah waktu dan kondisi atau keadaan.

D. Kerangka Pikir

Komitmen seseorang dipengaruhi oleh suatu keyakinan bahwa perilaku tersebut membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan karena konsumen merupakan obyek perilaku atau yang secara langsung berinteraksi dengan penerapan pola bagi hasil.

Dalam penelitian yang terdahulu mengatakan bahwa penerapan pola bagi hasil mempengaruhi perilaku konsumen, adapun yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut penelitian terdahulu indikatornya adalah perilaku tampak dan perilaku tak tampak, indikator perilaku tampak yaitu, pembiayaan, waktu, karena siapa, bagaimana melakukan pinjaman, dan indikator tak tampak yaitu, persepsi, informasi, perasaan memiliki.

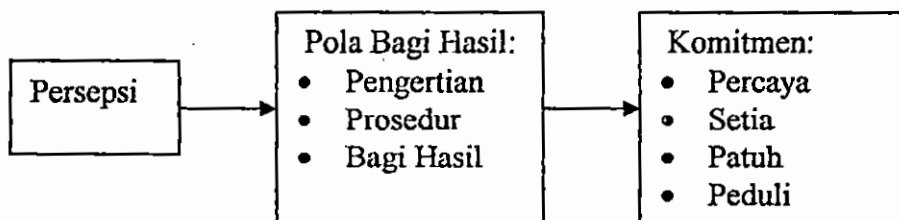
Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang adalah persepsi pola bagi hasil mempengaruhi terhadap komitmen adapun indikator persepsi pola bagi hasil itu sendiri yaitu, pengertian, prosedur, bagi hasil dan indikator komitmennya itu Menurut Steer dalam Kelley dan David, mengatakan bahwa konsumen terhadap organisasi mencerminkan identifikasi dan keterlibatan seseorang dengan sesuatu organisasi. Dikatakan bahwa individu

yang memiliki komitmen akan mempercayai dan menerima tujuan dan nilai-nilai organisasi menunjukkan kepedulian akan kelangsungan organisasi, dan menunjukkan kesetiannya.

Nasabah akan berperilaku atau memberikan tanggapan dengan hasil yang telah mereka dapatkan dari bagi hasil selama ini. Dalam hubungan bisnis pihak BMT dan nasabah harus melakukan transparansi dan kemitraan secara baik dan ideal serta memberikan kemudahan dalam prosedur pelayanan. Keuntungan yang di bagikan harus dibagi secara proporsional antara bank (*shahibul maal*) dengan nasabah (*mudharib*), keuntungan bersih harus dibagi antara bank (*shahibul maal*) dan nasabah (*mudharib*) sesuai dengan proporsi yang di sepakati sebelumnya dan secara eksplisit di sebut dalam perjanjian awal.

Pengetahuan dan pengalaman konsumen tentang bagi hasil juga sangat berpengaruh terhadap komitmen nasabah. Pengalaman tersebut baik dari dirinya sendiri atau dari orang lain. Semakin mengerti konsumen tentang bagi hasil maka semakin mudah BMT menerapkan pola bagi hasil secara optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis dapat menyusun kerangka pemikiran seperti pada gambar:



Gambar 2.4. Kerangka Pikir

E. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini seperti berikut.

Diduga persepsi pola bagi hasil memiliki pengaruh yang positif terhadap komitmen nasabah.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan desain penelitian kausal. Desain kausal yaitu penelitian yang ditujukan untuk meneliti apa dan seberapa jauh faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi suatu variabel dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat⁷⁷. karena penelitian ini hanya didasarkan data yang dapat dari kuesioner atau hasil jawaban angket yang diajukan kepada nasabah pembiayaan di BMT.



B. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel yaitu

1. Persepsi tentang bagi hasil adalah persepsi merupakan suatu proses dalam diri individu untuk mempertahankan, memahami, mengorganisasikan dan menafsirkan atau menginterpretasikan setiap stimulus yang diterima indera sehingga dapat memberikan makna berarti bagi individu yang bersangkutan. Adapun yang dimaksud dengan persepsi bagi hasil dapat diartikan dengan pengelolaan dana dalam pembagian bagi hasil usaha dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana serta antara bank dengan nasabah penyimpan dana. Variabel independent (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel

⁷⁷ Kuncoro. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005) hal. 16

dependen. Berkaitan dengan penelitian ini maka yang menjadi variabel indeviden adalah penerapan pola bagi hasil. Aspek produk prinsip bagi hasil adalah *mudharabah* dan *musyarakah* dengan indikator pengertian, prosedur dan bagi hasil.

2. Komitmen adalah sikap mengikat yang diambil oleh individu, kelompok, organisasi dalam keterlibatannya menggunakan suatu barang atau jasa. Adapun untuk membangun komitmen diperlukan beberapa indikator, sedangkan indikator yang dimaksud adalah sebagai berikut: setia, percaya, peduli, patuh.



C. Subjek Penelitian

1. Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah 10 % dari nasabah pembiayaan *mudarabah* dan *musyarakah* BMT Al-Ikhtlas.

2. Teknik Sampling

Pengambilan sampel menggunakan metode pengambilan *purposif sampling*. *purposif sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu⁷⁸. *Purposif sampling* mempunyai ciri, adapun ciri *purposif sampling* dalam penelitian ini yaitu angket yang diberikan oleh peneliti diberikan kepada nasabah pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah*

⁷⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta, 2005) hal. 96

Menurut Suharsimi⁷⁹

“ Apabila subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya bila populasi besar dapat diambil yaitu antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih”.

Karena jumlah populasi pembiayaan mudharabah dan musyarakah sebesar 975 orang maka berdasarkan kriteria tersebut diatas, penulis menentukan jumlah sampel sebanyak 103 Orang.

D. Instrument dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

a. Instrumen persepsi pola bagi hasil

Angket pada penelitian ini dikembangkan sesuai dengan dimensi-dimensi persepsi pola bagi hasil. Untuk memperoleh pemahaman tentang pengembangannya, maka disajikan kisi-kisi pembuatan dan pengembangannya seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel. 3.1. Kisi-kisi pembuatan dan pengembangan angket persepsi pola bagi hasil

Variabel	Indikator	Item
Pola bagi hasil	Mudharabah	
	• Pengertian	1-2
	• Prosedur	3-4
	• Bagi hasil	5-6
	Musyarakah	
	• Pengertian	7-8
• Prosedur	9,12	
	• Bagi hasil	10,11,13,14,15
	Jumlah	15

⁷⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Metro Putra, 1998) hal. 107

b. Instrumen komitmen nasabah

Tabel. 3.2. Kisi-kisi pembuatan dan pengembangan angket komitmen nasabah

Variabel	Indikator	Item
Komitmen nasabah	a. Percaya	1-5
	b. Setia	1-4
	c. Patuh	1-3
	d. Peduli	1-3
	Jumlah	15

Setiap variabel diatas mempunyai alternatif jawaban pada masing-masing item. Untuk mengetahui data dalam bentuk kuantitatif maka perlu diadakan penelitian tiap alternatif jawaban yang ada, adalah sebagai berikut:

Tabel. 3.3. Skor alternatif jawaban setiap butir

Alternatif Jawaban	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Instrumen-instrumen tersebut diatas sebelum digunakan maka di lakukan uji validitas terlebih dahulu dengan menggunakan program SPSS For- Ms-Windows 12. Adapun langkah-langkah yang diambil dalam uji validitas data ini adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti menyebarkan angket kepada para nasabah pembiayaan BMT
- b. Memberikan nilai pada masing-masing butir kemudian dianalisis dengan program SPSS For Ms-Windows release 12 untuk mengetahui kevalidan butir dan reliabilitasnya sehingga instrumen yang digunakan dapat memadai sebagai alat ukur dalam pengumpulan data.
- c. Menyertakan butir-butir yang valid dan membuang butir-butir yang gugur atau tidak valid.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner atau angket Data ini diperoleh langsung dari objek penelitian, yang langsung didapat dari data penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner), yaitu metode pengumpulan data dengan berisikan daftar suatu rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam suatu bidang⁸⁰

3. Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Dalam pengujian kualitas instrumen, digunakan validitas dan rentabilitas, yaitu pengujian butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apabila isi dari butir tersebut sudah valid dan reliable. Jika butir-butir sudah valid dan reliabel, berarti butir-butir tersebut dapat digunakan untuk mengukur faktornya. Uji validitas dan renabilitas dilakukan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak.

⁸⁰ Young dalam Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Edisi ketiga. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997) hal.173.

a. Uji validitas Instrumen

Pengertian validitas menurut Suharsimi⁸¹ adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Adapun hasil uji validitas tersebut, hasil indeks validitas untuk pola bagi hasil dan komitmen nasabah. Akan di katakan valid kalau r hitung $>$ r tabel validitas.

Dibawah ini disajikan hasil uji validitas instrumen dengan melihat korelasi antar item pertanyaan. Menurut Singgih Santosa (2000)⁸² hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada bagian *corrected item total correlation*, yang menunjukkan korelasi butir instrumen.

Tabel: 3.4. Hasil uji validitas instrumen Pola Bagi Hasil

Item Pertanyaan	Nilai korelasi	Status
B1	0,3788	Valid
B2	0,5477	Valid
B3	0,3183	Valid
B4	0,3941	Valid
B5	0,7348	Valid
B6	0,4404	Valid
B7	0,6051	Valid
B8	0,4966	Valid
B9	0,4310	Valid
B10	0,3963	Valid
B11	0,3599	Valid
B12	0,6684	Valid
B13	0,8262	Valid
B14	0,3357	Valid
B15	0,6432	Valid

Sumber: Data Primer, 2006 (Diolah)

⁸¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, *Ibid.* hal. 136

⁸² Singgih Santosa. *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. hal. 296

Menurut Sugiyono⁸³ suatu instrumen dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,3. Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua butir memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,3 sehingga semua butir pertanyaan valid.

Tabel 3. 5. Hasil uji validitas instrumen Komitmen nasabah

Item Pertanyaan	Nilai korelasi	Status
P1	0,3553	Valid
P2	0,8766	Valid
P3	0,5399	Valid
P4	0,8660	Valid
P5	0,6981	Valid
S1	0,6381	Valid
S2	0,8308	Valid
S3	0,3087	Valid
S4	0,8170	Valid
PD1	0,6625	Valid
PD2	0,4495	Valid
PD3	0,7073	Valid
PT1	0,7578	Valid
PT2	0,7538	Valid
PT3	0,7931	Valid

Sumber: primerData diolah 2006

Dari table diatas, dapat dilihat bahwa semua butir memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,3 sehingga semua butir pertanyaan valid. Karena semua butir valid, maka dilanjutkan dengan uji reabilitas dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*.

⁸³ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta,2001) hal 109

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Setelah dilakukan uji validitas angket, maka perlu dilakukan uji reliabilitas instrumen. Adapun Suharsimi⁸⁴ mendefinisikan sebagai berikut:

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen di katakan cukup dapat dipercaya atau di gunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas pada suatu data menandakan bahwa data tersebut sudah baik dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data, instrumen yang baik bersifat kecenderungan untuk mengiring responden dalam memberikan jawaban tertentu. Reabel kalau r hitung $>$ r tabel.

Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indeks Reliabilitas	Status
Persepsi Pola bagi hasil	0,8836	Reliabel
Komitmen nasabah	0,9303	Reliabel

Sumber: Data diolah 2006

Menurut Sugiyono⁸⁵, suatu instrumen dikatakan reabel jika memiliki R alpha \geq 0,6 karena nilai R alpha cronbach tersebut didapatkan R alpha sebesar 0,8836 maka instrumen pola bagi hasil tersebut reabel.

Dari hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai R alpha cronbach sebesar 0,9303, maka instrumen pola bagi hasil tersebut reabel.

⁸⁴ *Ibid.* hal 140.

⁸⁵ *Ibid* Sugiyono. Hal 109

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif di gunakan untuk menyimpulkan atas angket. Dalam analisis dengan cara melakukan klasifikasi responden berdasarkan jawaban responden.

Dalam penelitian ini menggunakan klasifikasi model normal dengan rumus⁸⁶.

klasifikasi:

a. Tinggi : $X \geq \mu + 1 \text{ SD}$

b. Sedang : $\mu - 1 \text{ SD} \leq X < \mu + 1 \text{ SD}$

c. Rendah : $X \leq \mu - 1 \text{ SD}$

2. Regresi sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk menganalisa hasil penelitian, yang mencari seberapa besar pengaruh sebuah variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Penelitian ini hany ada satu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Dimana:

Y = Komitmen nasabah

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variabel dependen yang dirasakan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

⁸⁶ Saifuddin Azwar. *Penyusun Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pelajar Pustaka, 1999) hal. 109

X = Penerapan pola bagi hasil

a. Uji Asumsi

Pengujian asumsi digunakan untuk mengetahui apakah analisis regresi dapat digunakan atau tidak. Jika memenuhi asumsi regresi maka hasil regresi dapat BLUE (*best linier unbiased estimation*) artinya hasil regresi tidak bias.

1). Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan metode *scatter plots* dan untuk mendeteksi adanya normalitas adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik, dengan ketentuan, pertama: jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, kedua: jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas⁸⁷

2) Uji Homogenitas

Uji *homogenitas varians* antar kelompok dilakukan dengan melihat plot sebaran residualnya. Uji ini digunakan untuk membuktikan bahwa masing-masing kelompok sampel berasal dari populasi yang sama varians dari masing-masing kelompok sampel yang berbeda secara signifikan. Untuk keperluan uji ini, data diolah dengan *software* SPSS For Windows 12.0

⁸⁷ Singgih Santoso. Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik (yogyakarta: Elekmediakomputindo, 2001) hal. 214

Jika data tersebar pada garis horizontal secara acak dan tidak membentuk pola-pola tertentu maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Regresi yang baik adalah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

b. Heteroskedastisitas

Mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dengan ketentuan, pertama; jika pola tertentu atau titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas, kedua; jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas⁸⁸.



c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah korelasi antar variabel independen., karena model regresi ini hanya mempunyai 1 independen variabel maka sesungguhnya asumsi tidak boleh terjadi multikolinieritas bisa diabaikan. Namun demikian untuk lebih memperkuat, peneliti tetap melakukan uji multikolinieritas. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah, pertama: mempunyai nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) disekitar angka 1, kedua: mempunyai angka *TOLERANCE* mendekati 1⁸⁹

⁸⁸ Ibid. hal 210.

⁸⁹ Ibid. hal. 204

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi antara variabel dependen itu sendiri, dimana besarnya nilai variabel dependen dipengaruhi oleh nilai variabel dependen periode sebelumnya dalam datayang bersifat time series.

Untuk memeriksa adanya autokorelasi memakai uji Durbin-Watson, adanya beberapa kriteria untuk mendeteksi autokorelasi, yaitu:

- a. DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. DW diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi
- c. DW diatas +2 berarti autokorelasi negatif.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB IV

DESKRIPSI PERUSAHAAN, HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya BMT Al-Ikhlas

Ide pertama kali untuk mendirikan BMT Al-Ikhlas muncul setelah adanya pendidikan dan pelatihan (diklat) Manajemen Zakat dan Ekonomi Syari'ah (MZES) angkatan ke tiga yang diadakan oleh Dompot Dhuafa pada awal November 1994 waktu itu diklat tersebut dihadiri oleh Bapak Sumiyanto. Kepahaman akan sistim syari'ah dan tuntutan keadaan pada waktu itu membuat nasabah mulai berfikir untuk merealisasikan semua ide yang baru sampai pada tahap pemikiran saja. Dengan dukungan beberapa orang teman yang punya ketertarikan yang sama, maka akhirnya mereka sepakat untuk mendirikan BMT dengan persiapan yang sangat sederhana dan modal awal yang bisa dikatakan jauh dari cukup dan BMT tersebut mereka beri nama BMT Al-Ikhlas.

BMT Al-Ikhlas didirikan pada tanggal 1 Februari 1995 oleh tim dari Yayasan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Umat (YP2SU) yang terdiri dari enam orang. Tim inilah yang menjadi pendiri dan pengurus BMT Al-Ikhlas. Tim tersebut terdiri dari Bapak Suprih Hidayat, Bapak Santoso, Bapak Areif Budiman, Bapak Eko Novianto, Bapak Sumiyanto, dan Bapak Abdul Aziz.

Menurut peraturan yang ada untuk mendirikan sebuah BMT yang ideal harus dimulai dengan modal awal sebesar Rp. 5.000.000,-. Sementara BMT Al-Ikhlas memulai usahanya dengan dukungan modal ala kadarnya dan semangat yang tinggi. Pada awalnya BMT Al-Ikhlas hanya mempunyai modal sendiri sebanyak Rp. 500.000,- ditambah dana dari Dompot Dhuafa Republika sebesar Rp. 1000.000,- serta seperangkat alat computer. Waktu itu BMT Al-Ikhlas beralamatkan di Pogung Baru Blok A-17 Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi ini karena ingin memberikan pelayanan yang lebih baik bagi nasabah potensial mereka yaitu para mahasiswa terutama untuk nasabah tabungannya, karena memang daerah ini dan sekitarnya mayoritas dihuni oleh para mahasiswa, tetapi bukan berarti BMT Al-Ikhlas nasabahnya hanya mahasiswa tapi masyarakat umum juga ada.

Pada bulan April 1995 BMT Al-Ikhlas mulai menginduk pada Dompot Dhuafa Republika lewat Forum Ekonomi Syari'ah Yogyakarta (FESY). Kemudian pada tanggal 21 April 1995 beserta 19 BMT lainnya BMT Al-Ikhlas diresmikan secara koliktef oleh Prof. DR. Ing. B.J. Habibie yang disponsori oleh Asosiasi BPR Syari'ah Indonesia, Dompot Dhuafa Republika, dan Forum Ekonomi Syari'ah Yogyakarta.

Tujuh bulan setelah beroperasi, pada bulan September 1995 setelah mengadakan studi kelayakan akhirnya BMT Al-Ikhlas pindah ke Sagan tepatnya di Jl. Prof. Ir. Herman Yohanes No. 103 E Yogyakarta. Berbeda dengan lokasi lama kawasan ini terhitung di tengah kota dengan fasilitas yang

cukup layak sebagai suatu bentuk peningkatan pelayanan BMT Al-Ikhlas menyediakan fasilitas *Direct BMT Al-Ikhlas* bagi nasabah penabung, dimana nasabah kalau ingin menyimpan uang tidak jauh-jauh datang ke BMT tetapi cukup dengan menelpon maka petugas akan datang untuk mengambil tabungan nasabah. Sedangkan bagi nasabah pembiayaan (kredit) di sediakan pelayanan Jemput Bola atau *door to door* dimana apabila nasabah membayar angsuran pinjamannya dan mereka tidak punya waktu atau berhalangan maka petugas BMT akan datang ke rumah mereka untuk mengambil uang angsurannya.

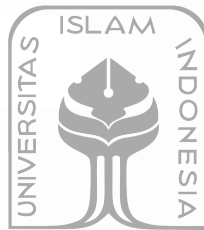
Seiring dengan kemajuan BMT dan perkembangan masyarakat di sekitarnya, maka pihak BMT Al-Ikhlas perlu dan sudah saatnya untuk melebarkan usahanya. Akhirnya pada bulan juli 1996 dibukalah kantor cabang BMT Al-Ikhlas di Jl. Godean KM 4,5 Kajor Sleman Yogyakarta. Dalam perjalannya BMT Al-IKhlAs mulai membentuk sektor riil Grosir Kaset bernuansa Islami yang diberi nama "NADA NURANI" dengan modal awal kurang lebih dari Rp. 7.000.000.- tepat pada bulan juni 1996 yang bermula dari seorang nasabah pembiayaan yang bernama Toni Suhartono yang mengalihkan oisnisnya ke rental computer, maka bisnis sebelumnya distributor kaset dilimpahkan ke BMT Al-Ikhlas untuk di kembangkan.

Tahun demi tahun terus berjalan dan BMT Al-Ikhlas telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sampai sekarang BMT Al-Ikhlas masih terus

beroperasi melayani para nasabahnya dan telah mengalami peningkatan aset yang cukup mengembirakan.

2. Visi dan Misi BMT Al-Ikhlas

- a. Visi
Menjadi BMT unggulan yang didukung sektor riil yang tangguh
- b. Misi
Melaksanakan kegiatan Bisnis dengan pola syari'ah sebagai landasan berpijak.⁹⁰



3. Produk-Produk BMT Al-Ikhlas

a. Produk Pengumpulan Dana

Sebagai lembaga keuangan yang mempunyai tujuan mengangkat perekonomian perusahaan kecil dan memberikan alternatif simpanan bebas riba, maka BMT Al-Ikhlas mengeluarkan produk-produk sebagai berikut:

1) Simpanan *Mudharabah*

Simpanan *mudharabah* merupakan simpanan anggota BMT yang dapat disetor dan ditarik setiap saat.

2) Simpanan Pendidikan

Simpanan pendidikan yaitu simpanan untuk pembiayaan pendidikan mulai dari TK s/d Perguruan Tinggi

⁹⁰ Garis lurus bermakna instruktif sedangkan garis bermakna garis konsultatif. Dokumentasi tentang "Profil BMT Al-Ikhlas" yang di susun oleh BMT Al-Ikhlas, tidak diterbitkan.

3) Simpanan *Qurban/Aqiqoh*

Simpanan *Qurban/Aqiqoh* yaitu simpanan untuk keperluan untuk ibadah qurban/aqiqoh

4) Simpanan Haji

Simpanan haji yaitu simpanan pembiayaan ongkos Haji.

5) Simpanan Berjangka 3,6,12 Buian

Simpanan ini relatif yang paling baru muncul. Jenis simpanan ini dilatar belakangi agar pihak BMT dalam mengelola uang dari masyarakat akan lebih mudah karena model penarikannya demikian teratur, hanya pada saat jatuh tempo nasabah bisa menarik uangnya.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah kerjasama antara BMT dengan nasabah, dimana dana 100% dari BMT dan keuntungan dibagi menurut akad/perjanjian. Dengan kata lain modal disediakan oleh BMT sedangkan nasabah menjalankan usahanya. Dalam pembiayaan *mudharabah* ini biasanya keuntungan dibagi berdasarkan atas kesepakatan yang umum berlaku misalnya 70 % untuk pihak BMT sedangkan 30 % untuk nasabah. Hal ini juga berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak sehingga antara ke dua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan.

2) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* adalah kerjasama patungan. Dana disediakan bersama dan keuntungan dibagi menurut akad/perjanjian. Dalam pembiayaan *musyarakah* ini pembagian keuntungan yang umum berlaku adalah sekitar 50 %: 50 % dalam hal apabila pihak BMT ikut terlibat dalam pengelolaan usaha tersebut, akan tetapi apabila pihak BMT menyerahkan pengelola usahanya kepada nasabah maka akan terjadi kesepakatan pembagian keuntungan sebesar 30 %: 70 % karena pihak nasabah selain menyerahkan modal juga menanggung pengelolaan usaha secara keseluruhan.

3) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang atau jasa dengan kewajiban mengembalikan talangan dana tersebut secara angsuran maupun seluruhnya pada waktu jatuh tempo, BMT Al-Ikhlas memperoleh margin keuntungan dari hasil tawar-menawar dari pembeli dan penjual dimana margin jumlahnya tidak ditentukan.

4) Pembiayaan *Ijaraoh*

Pembiayaan *Ijaraoh* adalah pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk memiliki suatu barang atau jasa dengan kewajiban menyewa barang tersebut sampai jangka waktu tersebut pemilikan barang dihibahkan dari BMT kepada nasabah. BMT

memperoleh margin keuntungan sewa dari hasil tawar-menawar penyewa dan yang menyewakan.

5) Pembiayaan *Qard al-Hasan*

Pembiayaan *qorhul hasan* adalah pembiayaan berupa pinjaman tanpa dibebani biaya apapun bagi kaum dhu'afa yang merupakan asnaf zakat, infak, shadakah dan ingin mulai berusaha kecil-kecilan. Nasabah hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjamannya saja pada waktu jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan dengan membayar biaya-biaya administrasi yang diperlukan (seperti biaya materai, biaya notaries, dan lain-lain)

c. Produk-Produk Sektor Riil

Dalam penyebaran produk-produknya, BMT juga melengkapinya dengan pengadaan usaha mandiri yang lebih sering disebut sektor riil. Adapun sektor riil BMT adalah:

1) Distributor kaset dan VCD Islami

Berdiri sejak tahun 1997, dengan nama NADA NURANI. Mulai saat itu nada nurani bercita-cita menjasi distributor kaset Islami terlengkap di Yogyakarta, alhamdulillah berkat kerja keras dan rahmat dari Allah keinginan menjadi distributor tercapai sejak tahun 1999. kemudian sejak tahunb 2001 NADA NURANI mulai masuk pada penjualan dan penyewaan VCD Islami meskipun pada awalnya sangat sulit mendapatkan produk-produk VCD yang bernuansa Islami tapi sejak

pertengahan tahun 2002 produk-produk VCD yang bernuansa Islami bisa di dapatakan dengan mudah.

2) Toko Elektronik

Berawal dari banyaknya kebutuhan nasabah BMT Al-Ikhlas terhadap barang-barang ELEKTRONIKA dan keinginan untuk menerapkan skim *murabahah* dengan baik maka sejak pertengahan tahun 2002 manajemen BMT Al-Ikhlas memutuskan untuk mendirikan toko yang menyediakan barang-barang elektronika yang berlokasi di daerah Godean sehingga dinamakan ITQON ELEKTRONIC GODEAN.



B. Hasil Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif didasarkan pada hasil yang diberikan responden, analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif persentase. Analisis ini dilakukan agar data yang terkumpul dapat memberikan pemahaman tentang karakteristik responden, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, lama berhubungan (menjadi nasabah BMT), serta untuk mengukur persepsi pola bagi hasil terhadap komitmen nasabah di BMT Al-Ikhlas Yogyakarta.

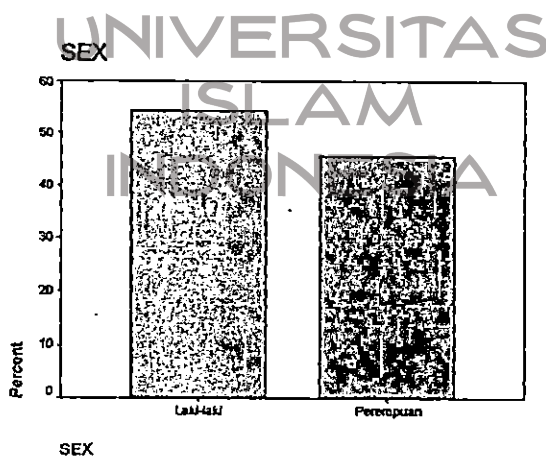
a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	56	54,4 %
Perempuan	47	45,6 %
Total	103	100 %

Sumber: Data Diolah, 2006

Tabel diatas menerangkan bahwa jumlah responden laki-laki mempunyai jumlah terbanyak yaitu 56 orang dengan prosentase sebesar 54,4 % dari keseluruhan responden yang ada. Responden perempuan sebanyak 47 orang dengan prosentase sebesar 45,6 %.



Gambar 4.1. Jenis Kelamin Responden

b. Umur Responden

Tabel 4.2. Umur Responden

Usia terendah	19 tahun
Usia tertinggi	49 tahun
Rata-rata usia	29,48 tahun
Standar deviasi	6,5

Sumber: Data Diolah 2006

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden yang berumur terendah 19 tahun, sedangkan responden yang berumur tertinggi 49 tahun, dan rata-rata umur responden adalah 29,48 tahun, dan standar deviasi umur responder 6,5.

c. Pendidikan Responden

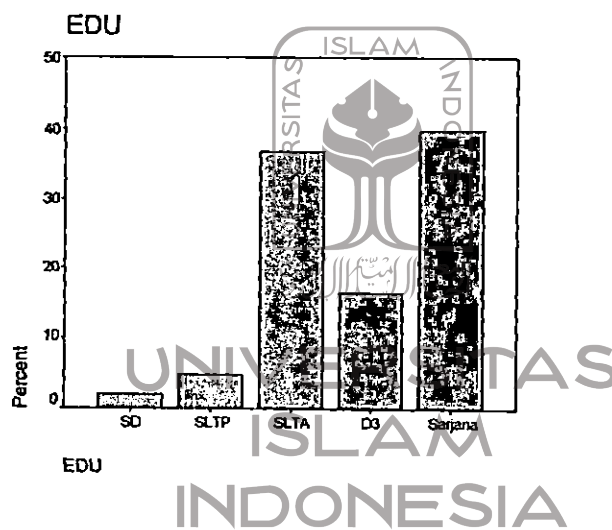
Tabel 4.3. Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
SD	2	1,9 %
SLTP	5	4,9 %
SLTA	38	36,9 %
D3	17	16,5 %
Sarjana	41	39,8
Total	103	100 %

Sumber: Data Diolah, 2006

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden yang tingkat pendidikannya SD adalah responden yang paling sedikit yaitu sebesar 2 orang dengan prosentase sebesar 1,9 %. Responden yang

tingkat pendidikannya SLTP sebanyak 5 orang dengan prosentase sebesar 4,9 %. Responden yang tingkat pendidikannya SLTA sebanyak 38 orang dengan prosentase sebesar 36,9 %. Responden yang tingkat pendidikannya D3 sebanyak 17 orang dengan prosentase sebesar 16,5 %. Responden yang tingkat pendidikannya sarjana adalah responden yang paling besar 41 orang dengan prosentase 39,8 % dari keseluruhan responden yang ada..



Gambar 4.2. Grafik Pendidikan Responden

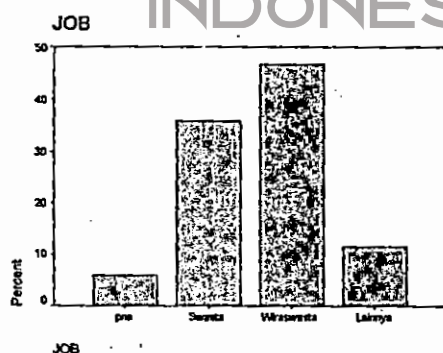
d. Pekerjaan Responden

Table 4.4. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase
PNS	6	5,8 %
Swasta	37	35,9 %
Wiraswasta	48	46,6 %
Lainnya	12	11,7 %
Total	103	100 %

Sumber : Data Diolah, 2006

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden wiraswasta adalah responden yang paling banyak, yaitu sebanyak 48 orang dengan prosentase sebesar 46,6 %. Responden yang pekerjaannya swasta sebanyak 37 orang dengan prosentase 35,9 %. Lainnya adalah sebanyak 12 orang dengan prosentase 11,7 %. Responden yang paling sedikit adalah pegawai negeri sipil sebanyak 6 orang dengan prosentase 5,8 %.



Gambar 4.3. Grafik Pekerjaan Responden

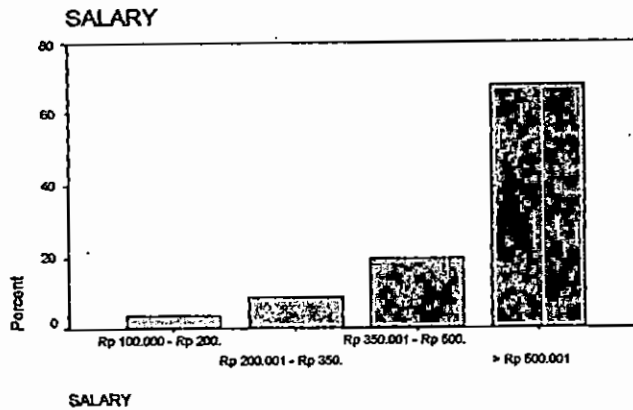
e. Penghasilan Perbulan Responden

Tabel 4.5. Penghasilan Perbulan Responden

Pendapatan	Frekuensi	Prosentase
Rp 100.000 – 200.000	4	3,9 %
Rp 200.001 – 350.000	9	8,7 %
Rp 350.001 – 500.000	20	19,4 %
> Rp 500.001	70	68
Total	103	100 %

Sumber: Data Diolah, 2006

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah yang berpenghasilan lebih besar dari Rp. 5001.000,- perbulan sebanyak 70 orang dengan prosentase 68 %. Responden yang berpenghasilan antara 350.001-500.000,- perbulan sebanyak 20 orang dengan prosentase 19,4 %. Responden yang berpenghasilan antara 200.001 – 350.000,- perbulan sebanyak 9 orang dengan prosentase 8,7 %. Responden yang paling sedikit adalah penghasilannya antara 100.000 – 200.000, perbulan sebanyak 4 orang dengan prosentase 3,9 %.



Gambar 4.4. Grafik Penghasilan Perbulan Responden

f. Lama Hubungannya Nasabah dengan BMT

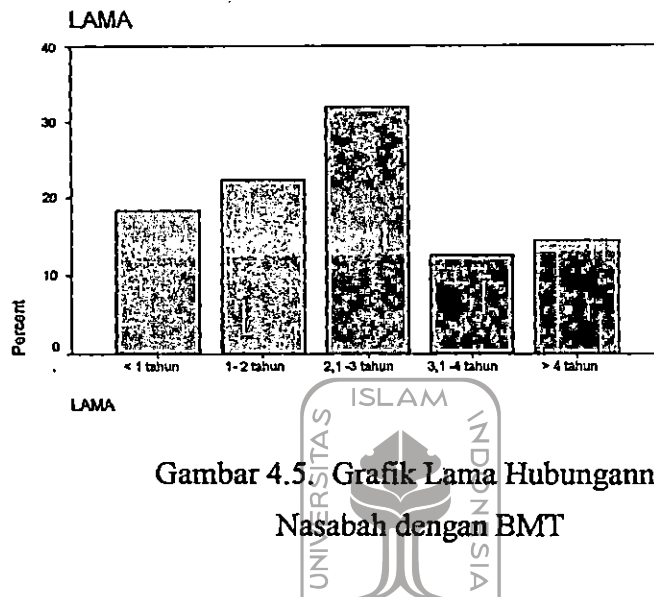
Tabel 4.6 Lama Hubungannya Nasabah dengan BMT

Lama berhubungan	Frekuensi	Prosentase
<1 tahun	19	18,4 %
1-2 tahun	23	22,3 %
2-3 tahun	33	32,0 %
3-4 tahun	13	12,6 %
> 4 tahun	15	14,6 %
Total	103	100 %

Sumber: Data Diolah, 2006

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak dan lama berhubungan menjadi nasabah BMT yaitu antara 2-3 tahun sebanyak 33 orang dengan prosentase sebesar 32,0 %. Responden 1-2 tahun sebanyak 23 orang dengan prosentase sebesar 22,3 %. Responden yang kurang dari 1 tahun sebanyak 10 orang dengan prosentase 18,4 %. Responden yang lebih

dari 4 tahun sebanyak 15 orang dengan prosentase 14,6 %. Responden yang paling sedikit 3-4 tahun sebanyak 13 orang dengan prosentase 12,6 %.



Gambar 4.5. Grafik Lama Hubungannya Nasabah dengan BMT

- g. Klasifikasi nasabah dilihat dari tanggapan mereka terhadap persepsi bagi hasil

Untuk mengetahui klasifikasi nasabah dilihat dari perspsinya terhadap bagi hasil maka peneliti menggunakan kriteria sbb⁹¹.

Kurang baik = $X < \text{mean} - \text{SD}$

Sedang = $\text{mean} - \text{SD} \leq X \leq \text{mean} + \text{SD}$

sangat baik = $X > \text{mean} + \text{SD}$

- h. Tanggapan Nasabah terhadap persepsi bagi hasil setelah data dianalis statistik deskriptif maka dibuat klasifikasi sbb :

Kurang baik = $X < \text{mean} - \text{SD}$

= $X < 55,52 - 4,8$

= $X < 50,72$

⁹¹ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelaja, 1999) hal. 109

Sedang = mean - SD \leq X \leq mean + SD

$$= 50.72 \leq X \leq 60.32$$

sangat baik = X > mean + SD

$$= X > 60.32$$

berdasarkan kriteria tersebut diatas maka dapat dibuat klasifikasi sbb :

Tabel 4.7. Tanggapan nasabah Terhadap persepsi bagi hasil

No	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1.	Kurang baik	7	6,8 %
2.	Sedang	79	76,7 %
3.	Sangat baik	17	16,5 %
	Total	103	100 %

Sumber : Data Diolah, 2006

Terlihat bahwa sebagian besar nasabah (76,7 %) memiliki persepsi bagi hasil berada pada kisaran sedang saja, hanya ada 16,5 % nasabah yang memiliki persepsi bagi hasil yang sangat baik. Namun demikian BMT patut berbangga hati karena sangat sedikit nasabah yang memiliki persepsi kurang baik terhadap bagi hasil.

i. Tanggapan nasabah Terhadap Komitmen

Tanggapan nasabah terhadap komitmen dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

Kurang baik = X < mean - SD

$$= X < 58,87 - 6,15$$

$$= X < 52,72$$

Sedang = mean - SD \leq X \leq mean + SD

$$= 52,72 \leq X \leq 65,02$$

sangat baik = X > mean + SD

$$= X > 65.02$$

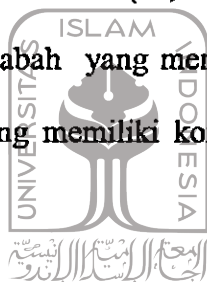
sehingga diperoleh hasil sbb:

Tabel 4.8. Tanggapan nasabah Terhadap komitmen

No	Kategori	Frekuensi	Prosentase
1.	Rendah	15	14,6 %
2.	Sedang	76	73,8 %
3.	Tinggi	12	11,7 %
	Total	103	100 %

Sumber: Data diolah 2006

Terlihat bahwa sebagian besar nasabah (73,8 %) memiliki komitmen yang tinggi, hanya ada 11,7 % nasabah yang memiliki komitmen yang sangat tinggi. Sedangkan nasabah yang memiliki komitmen rendah ada sebesar 14,6 %.



2. Analisis Regresi

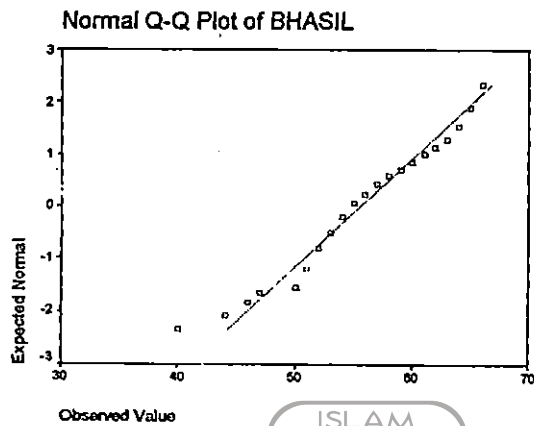
a. Uji Asumsi Regresi

1) Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan metode *scatter plots* dan untuk mendeteksi adanya normalitas adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik, dengan ketentuan, pertama; jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, kedua; jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas⁹².

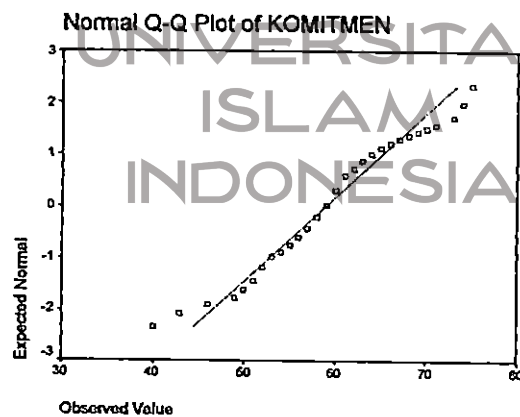
⁹² *Ibid* Singgih . hal. 214

Berikut hasil uji normalitas untuk variabel persepsi bagi hasil:



Gambar 4.6. Grafik Uji Normalitas Bagi Hasil

Hasil uji normalitas variabel komitmen

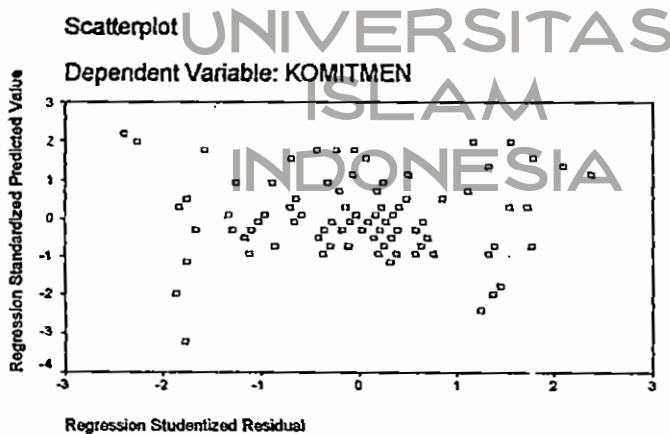


Gambar 4.7. Grafik Uji Normalitas komitmen

Dari kedua output uji normalitas tersebut, terlihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusikan normal.

b. Heteroskedastisitas

Mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dengan ketentuan, pertama; jika pola tertentu atau titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas, kedua; jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas⁹³. Metode yang digunakan adalah *scarter plots*, berikut hasil dari uji heteroskedastisitas:



Gambar 4.8. Grafik Uji Heteroskedastisitas komitmen

⁹³ *Ibid.* hal 210.

Dari hasil uji heteroskedastisitas tersebut terlihat bahwa data menyebar serta tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

c. Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah korelasi antar variabel independen. Karena model regresi ini hanya mempunyai 1 independen variabel maka sesungguhnya asumsi tidak boleh terjadi multikolinieritas bisa diabaikan. Namun demikian untuk lebih memperkuat, peneliti tetap melakukan uji multikolinieritas. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah, pertama; mempunyai nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) disekitar angka 1, kedua; mempunyai angka *TOLERANCE* mendekati 1⁹⁴. Dari hasil uji di lampiran diketahui bahwa nilai tolerance sebesar 1 dan *VIF* sebesar 1 berarti bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

d. Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi antar variabel dependen itu sendiri, dimana besarnya nilai variabel dependen dipengaruhi oleh nilai variabel dependen periode sebelumnya dalam data yang bersifat time series.

⁹⁴ *Ibid.* hal 204.

Untuk memeriksa adanya autokorelasi memakai uji *Durbin-Watson*, ada beberapa kriteria untuk mendeteksi autokorelasi, yaitu :

- a) DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) DW diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- c) DW di atas +2 berarti autokorelasi negatif.

Dari hasil uji autokorelasi tersebut, pada lampiran didapat nilai DW sebesar 1.920, maka masuk pada kriteria kedua yaitu tidak terjadi autokorelasi.



3. Analisis Regresi

Dalam melakukan analisis regresi linier ini, penulis menggunakan metode *stepwise regresi* dengan harapan jika ada variabel yang tidak signifikan bisa langsung dikeluarkan dari model tahap demi tahap. Dari hasil uji regresi yang dilakukan dengan bantuan software statistik SPSS diperoleh hasil sbb :

Tabel 4.8. Analisis Regresi linier

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	p-value
Konstanta	23,486	3,805	0,000
Persepsi bagi hasil	0,637	5,754	0,000
R	= 0,497		
R ²	= 0,247		
Adj R ²	= 0,239		
F Hitung	= 33,108		
P-value Uji F	= 0,000		

Sumber: Data diolah 2006

Sehingga diperoleh persamaan sbb :

$$Y = 23,486 + 0,637 X$$

Nilai Konstanta sebesar 23,486 berarti bahwa komitmen nasabah terhadap BMT akan sebesar 23,486 poin jika variabel persepsi atas bagi hasil tidak ada. Koefisien regresi variabel persepsi bagi hasil (β_1) = 0,637 berarti bahwa komitmen nasabah akan naik sebesar 0,637 poin jika persepsi bagi hasil meningkat sebesar satu poin dan variabel lain konstan.

a. Uji Anova

Uji anova atau uji F berfungsi untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat penulis baik atau tidak. Dengan melihat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen karena dalam model ini penulis hanya menggunakan 1 independen variabel maka hanya memiliki satu β .

Dengan hipotesis sbb :

$H_0 : \beta_1 = 0$ atau Koefisien β_1 tidak mempengaruhi Y

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ atau Koefisien β_1 mempengaruhi Y

Dimana :

Jika p-value < 0,05 maka H_0 ditolak dan

Jika p-value > 0,05 maka H_0 diterima

Dari hasil uji ANOVA didapat F hitung sebesar 33.108 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 (0,000),

maka H_0 ditolak atau dengan kata lain koefisien β_1 mempengaruhi Y . sehingga dapat kita katakan model regresi dapat dipakai untuk memprediksi komitmen.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh independen variabel secara partial terhadap dependen variabel. Untuk menguji digunakan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Persepsi Bagi hasil tidak mempengaruhi Komitmen secara partial

H_1 : Persepsi Bagi hasil mempengaruhi Komitmen secara partial

Dari output diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,754 dengan p-value sebesar 0.000. karena p-value < 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti bahwa Persepsi bagi hasil mempengaruhi komitmen secara signifikan.

c. Uji Korelasi

Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel persepsi bagi hasil dengan variabel komitmen nasabah dapat dilihat pada nilai korelasinya. Terlihat nilai Korelasi sebesar 0,497 yang berarti hubungan variabel persepsi bagi hasil dengan variabel komitmen nasabah adalah cukup kuat dan positif. Hubungan kedua variabel positif artinya bahwa hubungan keduanya searah, jika persepsi bagi hasil semakin baik maka komitmen nasabah semakin baik.

d. Uji Determinasi

Berdasar analisis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,247 artinya bahwa 24,7 % komitmen nasabah dipengaruhi oleh faktor persepsi bagi hasil, sedangkan sisanya atau sebesar 75,3 % dipengaruhi faktor lain.

C. Pembahasan

Persepsi seseorang dapat timbul dari pengalaman yang telah diperolehnya, baik yang dilakukan sendiri maupun kesan dari orang lain. Akumulasi dari persepsi akan mampu membentuk suatu opini, asumsi, atau bahkan kesimpulan tentang suatu yang telah dialaminya. Adapun yang dimaksud dengan pola bagi hasil adalah cara atau suatu sistem pengelolaan dana dalam pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shohibul maal*) dan pengelola (*mudharib*). Keuntungan yang dibagikan harus dibagi secara proporsional antara BMT (*shohibul maal*) dengan nasabah (*mudharib*) sesuai dengan proporsi yang disepakati sebelumnya.

Penelitian ini telah dilakukan di BMT Al-Ikhlas dengan mengambil 103 responden nasabah pembiayaan yang menggunakan pola bagi hasil yang ada di BMT Al-Ikhlas Yogyakarta penelitian ini berhasil diselesaikan dalam jangka waktu 3 bulan terhitung sejak awal September 2006 sampai dengan November 2006.

Hasil analisis data yang telah dilakukan oleh penelitian didapatkan kesimpulan bahwa, hubungan antara persepsi bagi hasil dengan komitmen nasabah adalah cukup kuat dan positif atau searah, yang berarti semakin baik nilai persepsi

pola bagi hasil maka semakin kuat pula komitmen nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0,497 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ (5%). Hal ini sejalan dengan teori yang ada bahwa komitmen juga akan sangat dipengaruhi oleh aspek sosial dan pribadi termasuk persepsi yang terjalin didalam hubungan yang terbentuk antara konsumen atau nasabah dengan BMT yang bersangkutan.

Sedangkan melalui uji determinasi, didapatkan bahwa 24,7 % komitmen nasabah dipengaruhi oleh faktor persepsi pola bagi hasil, sedangkan sisanya, 75,3 % di pengaruhi faktor lain. Adapun faktor lain yang berpengaruh terhadap komitmen nasabah diluar persepsi pola bagi hasil adalah sistem jemput bola yang diterapkan oleh BMT sangat memudahkan nasabah, karena dengan sistem ini nasabah tidak perlu datang ke BMT jika ingin bertransaksi. Selain itu penulis juga menduga pelayanan yang diberikan oleh BMT dianggap memuaskan oleh nasabah, prosedur peminjaman yang mudah, keamanan yang bisa dipertanggung jawabkan dan ketenangan dalam bertransaksi dengan lembaga keuangan Islam yang tentu saja menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam operasionalnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 103 orang responden yang diberi angket dilapangan, menunjukkan bahwa dari hasil analisis uji korelasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi bagi hasil dengan variabel komitmen nasabah adalah cukup kuat dan positif terlihat dari nilai korelasi 0,497 dan dari hasil uji determinasi yang dilakukan pada penelitian ini di dapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 24,7 %. Hal ini berarti komitmen nasabah dipengaruhi oleh faktor persepsi bagi hasil sebanyak 24,7% sedangkan sisanya 75,3 % dipengaruhi faktor lain.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka penulis menyarankan:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi pola bagi hasil dan komitmen nasabah sedang, hal ini perlu ditingkatkan lagi karena belum mencapai hasil yang optimal dari persepsi pola bagi hasil.
2. Untuk mengoptimalkan pola bagi hasil maka karyawan BMT harus dapat menjelaskan kepada nasabah tentang pengertian bagi hasil, prinsip bagi hasil, prosedur dan perhitungan bagi hasil sehingga nasabah akan mengerti tentang

bagi hasil itu sendiri, jika persepsi pola bagi hasil bagi nasabah baik maka komitmen nasabah juga akan baik, selain itu karyawan juga harus menerangkan produk-produk BMT yang menggunakan bahasa arab kedalam bahasa Indonesia, sehingga nasabah tidak akan keliru dalam memilih produk BMT



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

- Adimarja, Djasman. 1982. *Psikologi Umum*. Bandung: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Asseal, Hendry. 1995. *Concumer Behavior and Maeketing Action*, 5th ed. Cincinnati Ohio: South-Western College Publishing.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah teori dan praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikinto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*. Jakarta: Metro Putra.
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 1999. *Penyusun Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Choudury, Masudal Alam. 1986. *Contribution to Islamic Economic Theory: a Study in Social Economic*. New york: St Martinis Press.
- Dahlan, Ahmad. 2002. Implementasi Pembiayaan Mudharabah di BMT Mentari Bina Artha Kota Tegal, Studi Kasus tahun 1996-2001, *Tesis*. Yogyakarta: MSI UII.
- Dharmesta. B. S. 1999. loyalitas Pelanggan. Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Pabduan Bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 14, No. 3.
- Dimiyanti. *Pisikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: BPFE-UGM
- Donnelly, J. H, jr and Gibson, J. L. Ivancevich, J. M. *Organisasi: Prilaku, Struktur, Proses*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gotosudarmo, I dan I. Nyoman Sudita. 2000. *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Hikmatullah. 2003. Mudharabah Studi Sistem Ekonomi Alternatif Tanpa Riba: Studi Tentang Perspektif Islam Terhadap Ekonomi. *Tesis*. Yogyakarta: MSI UII
- Irwanto. 1994. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Gramedia.
- Indrawijaya, A.T. 1985. *Prilaku Organisasi*. Bandung: Sinar Baru.
- Karim, Adiwarmarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Edisi II. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation, and Control*, 9th ed: Upper Saddle River, New York Jessy: Printice Hall, Inc
- Koentjoraningrat. 1997. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*,
- Kuncoro. 2005. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Togyakarta: UPP AMP YKPN
- Mannan, Abdul. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bakti Prima Yasa.
- Msood, Khan Waqar. 1985. *Towards, and Interest-Free Islamic Economic System*. (UK: The Islamic Foundation UK and International Association For Islamic Economic. Isalamabad)
- Muhamad. 2000. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: UII Press.
- _____. 2001. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press
- _____. 2002. *Bank Syari'ah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*. Yogyakarta. Yogyakarta: Ekonisia
- _____. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Edisi Revisi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Oliver Richard L dan John E. Swan. 1989. Consumer Perception of Interpersonal Equity and Statisfaction in Transactions: A Field survey Approach. *Jurnal of Marketing*. Vol. 53.
- Robbins, S. P. 2003. *Perilaku Organisasi (Alih Bahasa: Tim Indeks)*. Jakarta: PT Indeks.
- Saeed, Abdullah. 2003. *Bank Island an Bunga*. Penerj. M. Ufuqul Mubin, Nurul Huda, dan Ahmad Sahidah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sakinah, Hikmah. 2001. *Telaah Atas Konsep Bunga dan Penerapan Sistem Bagi Hasil Dalam Perbankan di Indonesia*. *Tesis*. Yogyakarta: MSI UII
- Santosa, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS: Statistis Parametrik*. Yogyakarta: Elekmediakomputindo.

Scott W, Kelly and Mark. A. Davis. 1994. Antecedents to Customer Expectations for Service Recovery. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 22. No. 1. Hal. 52-61

Siddiqi, Nejatullah. 1996. *Partnership and Profit Sharing in Islamic Law*. Terj. Fakhriah Mumtihan. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa

Sodarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

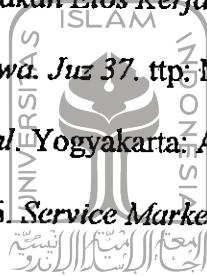
Suhartono, D dan Kandampully, J. 2000. Costumer Loyalty in The Hotel Industry: The of Costumer Satisfaction and Image, *Jurnal of Contemporary Hospitality Management*.

Tasmara, Toto K.H. 2002 *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani

Taymiah, Ibnu. 1398 M. *Majmu' Fatwa. Juz 37*. ttp: Muhammad Abdurahman Qosim

Walgito, Bimo. 1991. *Psikologi Sosial* Yogyakarta, Andi Offset.

Zethmal, V. A and M. J. Betner. 1996. *Service Marketing*. McGraw-Hill International



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Lampiran 1

PENGANTAR ANGKET

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan guna penyusunan tesis pada Megister Studi Islam Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, maka dengan kerendahan hati saya mohon kesedian Bpk/Ibu/Sdr/I untuk mengisi angket berikut ini.

Angket ini terdiri dari beberapa bagian dan masing-masing disertai petunjuk sendiri-sendiri. Mohon identitas dan seluruh pernyataan diisi dengan lengkap.

Bantuan serta partisipasi anda sangatlah berarti bagi saya, dan semoga akan bermanfaat untuk menambah wawasan kita semua, serta akan menjadi amal kebaikan yang akan diterima Allah SWT, Amin.

Terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Peneliti,

Marwiyah

Pengantar Pernyataan

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia :
3. Agama :
4. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SLTP
 - c. SLTA
 - d. D3
 - e. Sarjana
5. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Lainnya
6. Pendapatan Anda Perbulan
 - a. Rp100.000-Rp 200.000
 - b. Rp 200.001-Rp 350.000
 - c. Rp 350.001-Rp 500.000
 - d. > Rp 500.001
7. Sudah berapa lama Anda menjadi nasabah BMT Al Ikhlas?
 - a. < 1 Tahun
 - b. 1-2 Tahun
 - c. 2-3 Tahun
 - d. 3-4 Tahun
 - e. > 4 Tahun



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ANGKET

Petunjuk :

Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan realitas yang Anda hadapi dengan cara memberi tanda silang (X) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

- SS : Sangat setuju TS : Tidak Setuju
S : Setuju STS : Sangat tidak Setuju
N : Netral

I. Pola Bagi Hasil

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (BMT) menyediakan seluruh modal (100%) dan penerima dana sebagai pengelola.					
2.	Kerugian dalam prinsip Mudharabah ditanggung oleh BMT selama bukan akibat kelalaian nasabah.					
3.	Segala persyaratan pembiayaan Mudharabah ditentukan oleh pihak BMT.					
4.	Prosedur pembiayaan Mudharabah di BMT sangat rumit.					
5.	Pembagian nisbah bagi hasil dalam prinsip Mudharabah ditentukan di awal akad sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak nasabah dan BMT.					
6.	Pembagian bagi hasil pada BMT tidak sesuai dengan kesepakatan					
7.	Musyarakah adalah akad kerja sama antara BMT dengan nasabah dimana masing-masing pihak menyertai dana.					
8.	Prinsip Musyarakah dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan					

9.	Prosedur pembiayaan Musyarakah di BMT sangat rumit.						
10.	Bagi hasil akan meningkat jika pendapatan laba yang diperoleh dari nasabah besar						
11.	Bagi hasil yang diberikan BMT lebih besar dibandingkan bunga pada bank konvensional.						
12.	Segala persyaratan pembiayaan musyarakah ditentukan oleh pihak BMT.						
13.	Pembagian nisbah bagi hasil dalam prinsip musyarakah ditentukan diawal akad sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, nasabah dan BMT						
14.	Keuntungan musyarakah antara BMT dan nasabah dapat dibagi secara proporsional sesuai dengan modal yang disetorkan dan nisbah yang disepakati.						
15.	Kerugian dalam musyarakah dibebankan secara proporsional sesuai dengan modal yang disetorkan.						



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

II. Komitmen Nasabah

a. Indikator Percaya

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Sistem bagi hasil di BMT Al-Ikhlas lebih menguntungkan nasabah dari pada sistem bunga di bank konvensional.					
2.	Menabung dan bekerjasama (pembiayaan) dengan sistem bagi hasil di BMT Al-Ikhlas lebih menguntungkan dibandingkan dengan sistem bunga yang ada di bank konvensional					
3.	Bagi hasil pada produk tabungan dan produk pembiayaan di BMT sudah memenuhi prinsip syari'ah					
4.	Para nasabah memilih bekerjasama dengan BMT Al-Ikhlas karena ingin meninggalkan riba					
5.	Dengan menginvestasikan dana di BMT Al-Ikhlas maka dana tersebut akan dikelola dan disalurkan berdasarkan prinsip syari'ah					

b. Indikator Setia

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Walaupun nisbah bagi hasil Mudharabah atau Musyarakah yang diberikan BMT Al Ikhlas kecil tapi saya merasa puas dan tidak berpaling ke bank Konvensional.					
2.	Saya tidak akan berpaling sekalipun BMT secara fasilitas tidak secanggih bank Konvensional.					
3.	Nisbah untuk tabungan atau pembiayaan tidak harus besar yang penting adil dan transparan.					
4.	Saya merasa puas dengan sistem bagi hasil yang dilakukan BMT Al-Ikhlas					

c. Indikator Peduli

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu mengajak orang lain untuk ikut menabung dan meginvestasikan dananya ke BMT Al-Ikhlas					
2.	Saya akan memberikan masukan, kritikan dan saran kepada karyawan BMT Al-Ikhlas apabila dalam pemberian pelayanan tidak memuaskan					
3.	Saya akan memberikan masukan kepada BMT Al-Ikhlas apabila ada pelencengan dalam operasional yang tidak sesuai dengan syariah Islam					

d. Indikator Patuh

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya bersedia membayar biaya keterlambatan (denda) dalam pembayaran angsuran karena kelalaian saya sebagai nasabah.					
2.	Saya ikut bertanggung jawab dan menerima segala keputusan atau kebijakan di BMT Al Ikhlas.					
3.	Saya akan membayar angsuran pembiayaan di BMT sesuai dengan jangka waktu yang disepakati (tepat waktu).					

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

SEX	USIA	AGAMA	EDU	JOB	SALARY	LAMA	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	
Laki-laki	37,00	Islam	SD	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	
Laki-laki	28,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00	3,00	
Perempuan	32,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	3,00	4,00	2,00	4,00	
Perempuan	24,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Perempuan	24,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	< 1 tahun	5,00	4,00	2,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	3,00
Perempuan	25,00	Islam	SLTA	Swasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	> 4 tahun	4,00	1,00	4,00	2,00	2,00	2,00	3,00	5,00	1,00	3,00	
Laki-laki	19,00	Islam	SLTA	Lainnya	> Rp 500.001	< 1 tahun	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	4,00	
Laki-laki	25,00	Islam	D3	Swasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	5,00	
Perempuan	29,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Laki-laki	30,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	5,00	4,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	5,00	2,00	1,00	
Laki-laki	36,00	Islam	SLTA	Lainnya	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	22,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00
Perempuan	25,00	Islam	D3	Swasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
Laki-laki	34,00	Islam	SLTA	Swasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	5,00	5,00	2,00	2,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00
Perempuan	31,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	5,00	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	5,00
Laki-laki	39,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	2,1 -3 tahun	4,00	5,00	3,00	2,00	3,00	2,00	4,00	4,00	3,00	2,00	4,00
Perempuan	27,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Laki-laki	22,00	Islam	SLTA	Lainnya	> Rp 500.001	3,1-4 tahun	4,00	4,00	4,00	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	3,00
Laki-laki	30,00	Islam	SLTA	Swasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	4,00	4,00	2,00	2,00	5,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Perempuan	24,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	< 1 tahun	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
Laki-laki	32,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	2,00	5,00
Laki-laki	29,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Perempuan	23,00	Islam	Sarjana	Lainnya	Rp 350.001 - Rp 500.000	2,1 -3 tahun	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	3,00	5,00
Perempuan	27,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	2,00	5,00
Perempuan	35,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00
Laki-laki	29,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	< 1 tahun	5,00	5,00	4,00	3,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00
Perempuan	45,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00
Laki-laki	32,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	5,00	4,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00
Laki-laki	27,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	< 1 tahun	5,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	45,00	Islam	D3	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	5,00	
Laki-laki	27,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00
Laki-laki	35,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
Laki-laki	25,00	Islam	D3	pns	Rp 350.001 - Rp 500.000	2,1 -3 tahun	5,00	4,00	2,00	2,00	4,00	1,00	4,00	5,00	1,00	4,00	

Perempuan	22,00	Islam	SLTA	Swasta	Rp 200.001 - Rp 350.000	1-2 tahun	4,00	5,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Laki-laki	40,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	5,00	5,00	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	2,00	5,00
Laki-laki	23,00	Islam	SLTA	Swasta	Rp 200.001 - Rp 350.000	1-2 tahun	5,00	5,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	21,00	Islam	D3	Swasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	< 1 tahun	5,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	35,00	Islam	D3	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	5,00	5,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	27,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00
Perempuan	28,00	Islam	5 SLTA	Lainnya	Rp 200.001 - Rp 350.000	> 4 tahun	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00
Perempuan	26,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	< 1 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00
Laki-laki	37,00	Islam	D3	Swasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	< 1 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Perempuan	30,00	Islam	Sarjana	Wiraswasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Perempuan	24,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	2,00	5,00	4,00	2,00	5,00	5,00
Laki-laki	39,00	Islam	SLTA	Lainnya	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	3,00	5,00	4,00	3,00	5,00	5,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	< 1 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	25,00	Islam	D3	Swasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	1-2 tahun	5,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	3,00	2,00	4,00
Laki-laki	20,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	Rp 200.001 - Rp 350.000	< 1 tahun	3,00	2,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	3,00	2,00	5,00	5,00
Laki-laki	32,00	Islam	D3	Wiraswasta	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	5,00	2,00	5,00	5,00
Laki-laki	32,00	Islam	SLTA	Swasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00
Perempuan	31,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	2,00	5,00	4,00	4,00	2,00	5,00
Perempuan	30,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	5,00	4,00	4,00	2,00	5,00
Perempuan	35,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	2,1 -3 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	2,00	5,00	4,00	4,00	3,00	5,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Lainnya	> Rp 500.001	< 1 tahun	5,00	3,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00
Laki-laki	37,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	> 4 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00
Laki-laki	28,00	Islam	Sarjana	Swasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	1-2 tahun	5,00	5,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	4,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	2,00	4,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Swasta	> Rp 500.001	1-2 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	4,00
Perempuan	25,00	Islam	Sarjana	Lainnya	Rp 200.001 - Rp 350.000	2,1 -3 tahun	4,00	3,00	3,00	5,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	2,00
Laki-laki	23,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	< 1 tahun	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	27,00	Islam	SLTA	Swasta	Rp 200.001 - Rp 350.000	1-2 tahun	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	5,00	2,00	4,00
Laki-laki	30,00	Islam	SLTP	Wiraswasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	2,1 -3 tahun	5,00	5,00	5,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00
Perempuan	23,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	Rp 200.001 - Rp 350.000	< 1 tahun	5,00	5,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00
Laki-laki	36,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	> Rp 500.001	3,1 -4 tahun	5,00	5,00	5,00	1,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	3,00
Laki-laki	20,00	Islam	SLTA	Wiraswasta	Rp 100.000 - Rp 200.000	< 1 tahun	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Laki-laki	41,00	Islam	SLTP	Swasta	Rp 350.001 - Rp 500.000	> 4 tahun	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Laki-laki	31,00	Islam	Sarjana	Lainnya	Rp 200.001 - Rp 350.000	> 4 tahun	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00
Laki-laki	21,00	Islam	Sarjana	pns	> Rp 500.001	< 1 tahun	4,00	3,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00	5,00

B11	B12	B13	B14	B15	P1	P2	P3	P4	P5	S1	S2	S3	S4	PD1	PD2	PD3	PT1	PT2	PT3	BHASIL	PERCAYA	SETIA	
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	51,00	17,00	13,00
5,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	54,00	18,00	15,00
4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	52,00	18,00	16,00
5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	58,00	23,00	16,00
3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	50,00	16,00	13,00
4,00	1,00	2,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	2,00	4,00	1,00	3,00	2,00	1,00	4,00	40,00	16,00	11,00
4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	54,00	20,00	15,00
4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	65,00	24,00	20,00
4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	3,00	3,00	3,00	2,00	4,00	4,00	3,00	54,00	18,00	16,00
5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	59,00	24,00	18,00
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	4,00	3,00	56,00	18,00	15,00
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	4,00	3,00	66,00	19,00	15,00
4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	62,00	24,00	20,00
5,00	3,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	60,00	23,00	17,00
2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	52,00	18,00	16,00
3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	50,00	18,00	16,00
4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	4,00	3,00	54,00	18,00	16,00
3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	44,00	21,00	16,00
5,00	2,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	52,00	22,00	15,00
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	52,00	25,00	20,00
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	63,00	23,00	20,00
5,00	5,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	55,00	17,00	16,00
4,00	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	64,00	19,00	14,00
3,00	4,00	4,00	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	51,00	19,00	15,00
5,00	5,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	64,00	18,00	17,00
5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	55,00	17,00	16,00
5,00	5,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	64,00	17,00	16,00
3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	62,00	24,00	20,00
5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	64,00	18,00	17,00
5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	60,00	21,00	16,00
4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	51,00	20,00	16,00
3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	63,00	24,00	17,00
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	3,00	3,00	5,00	2,00	3,00	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	65,00	19,00	13,00
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	4,00	5,00	5,00	3,00	5,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	63,00	20,00	17,00
3,00	2,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	51,00	21,00	14,00



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PEDULI	PATUH	KOMITMEN	BHASIL2	KOMIT2
10,00	10,00	50,00	sedang	rendah
9,00	10,00	52,00	sedang	rendah
8,00	10,00	52,00	sedang	rendah
14,00	12,00	65,00	sedang	sedang
9,00	8,00	46,00	kurang baik	rendah
7,00	6,00	40,00	kurang baik	rendah
10,00	11,00	56,00	sedang	sedang
12,00	15,00	71,00	sangat baik	tinggi
9,00	9,00	52,00	sedang	rendah
12,00	13,00	67,00	sedang	tinggi
10,00	9,00	52,00	sedang	rendah
10,00	9,00	53,00	sangat baik	sedang
15,00	15,00	74,00	sangat baik	tinggi
11,00	12,00	63,00	sedang	sedang
12,00	12,00	58,00	sedang	sedang
11,00	12,00	57,00	kurang baik	sedang
9,00	9,00	52,00	sedang	rendah
11,00	10,00	58,00	kurang baik	sedang
12,00	11,00	60,00	sedang	sedang
9,00	12,00	66,00	sedang	tinggi
15,00	15,00	73,00	sangat baik	tinggi
12,00	12,00	57,00	sedang	sedang
12,00	11,00	56,00	sangat baik	sedang
12,00	12,00	58,00	sedang	sedang
15,00	14,00	64,00	sangat baik	sedang
12,00	12,00	57,00	sedang	sedang
13,00	14,00	62,00	sangat baik	sedang
15,00	15,00	74,00	sangat baik	tinggi
14,00	14,00	63,00	sangat baik	sedang
11,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
11,00	12,00	64,00	sangat baik	sedang
10,00	11,00	53,00	sangat baik	sedang
11,00	12,00	60,00	sangat baik	sedang
12,00	12,00	59,00	sedang	sedang



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

13,00	12,00	58,00	sedang	sedang
12,00	14,00	62,00	sedang	sedang
13,00	12,00	59,00	sedang	sedang
14,00	12,00	59,00	sedang	sedang
12,00	13,00	59,00	sedang	sedang
12,00	12,00	58,00	sedang	sedang
12,00	13,00	58,00	sedang	sedang
11,00	12,00	54,00	sedang	sedang
13,00	11,00	61,00	sedang	sedang
12,00	12,00	57,00	sedang	sedang
15,00	15,00	69,00	sedang	tinggi
15,00	14,00	70,00	sangat baik	tinggi
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	12,00	55,00	sedang	sedang
14,00	12,00	61,00	sedang	sedang
12,00	13,00	66,00	sedang	tinggi
14,00	15,00	62,00	sedang	sedang
13,00	15,00	73,00	sangat baik	tinggi
12,00	14,00	62,00	sangat baik	sedang
15,00	15,00	68,00	sedang	tinggi
12,00	13,00	63,00	sedang	sedang
15,00	15,00	75,00	sangat baik	tinggi
13,00	14,00	63,00	sedang	sedang
8,00	9,00	51,00	sedang	rendah
12,00	12,00	59,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	11,00	56,00	sedang	sedang
13,00	9,00	51,00	sedang	rendah
11,00	11,00	54,00	sedang	sedang
9,00	10,00	50,00	sedang	rendah
11,00	11,00	55,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
11,00	10,00	60,00	sedang	sedang
13,00	11,00	57,00	sedang	sedang
13,00	9,00	51,00	sedang	rendah



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

11,00	12,00	58,00	sedang	sedang
9,00	11,00	43,00	kurang baik	rendah
15,00	9,00	61,00	kurang baik	sedang
12,00	12,00	56,00	sedang	sedang
13,00	12,00	65,00	sangat baik	sedang
12,00	11,00	59,00	sedang	sedang
10,00	11,00	49,00	sedang	rendah
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	11,00	56,00	sedang	sedang
12,00	12,00	55,00	sedang	sedang
12,00	12,00	55,00	sedang	sedang
13,00	9,00	52,00	sedang	rendah
12,00	12,00	57,00	sedang	sedang
12,00	13,00	61,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	9,00	53,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	kurang baik	sedang
12,00	12,00	58,00	sedang	sedang
11,00	12,00	57,00	sedang	sedang
13,00	11,00	60,00	sedang	sedang
11,00	12,00	60,00	sedang	sedang
14,00	14,00	61,00	sedang	sedang
9,00	13,00	58,00	sedang	sedang
10,00	12,00	59,00	sedang	sedang
13,00	12,00	62,00	sedang	sedang
10,00	13,00	59,00	sedang	sedang
14,00	13,00	64,00	sedang	sedang
12,00	13,00	59,00	sedang	sedang
12,00	12,00	55,00	sedang	sedang
12,00	12,00	60,00	sedang	sedang
12,00	11,00	55,00	sedang	sedang
12,00	12,00	57,00	sedang	sedang

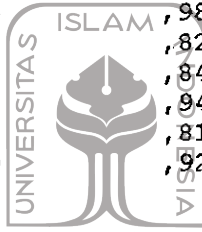
Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Dan Rcabilitas Persepsi Pola Bagi Hasil

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	B1	4,1000	,9182	20,0
2.	B2	4,0000	,8584	20,0
3.	B3	3,7500	,8195	20,0
4.	B4	2,6000	,8826	20,0
5.	B5	4,1000	,9119	20,0
6.	B6	1,9500	,6863	20,0
7.	B7	4,0000	,8584	20,0
8.	B8	4,2500	,6387	20,0
9.	B9	2,0500	,8592	20,0
10.	B10	3,8500	,9881	20,0
11.	B11	4,0500	,8256	20,0
12.	B12	3,6000	,8463	20,0
13.	B13	4,1500	,9452	20,0
14.	B14	4,1000	,8182	20,0
15.	B15	3,7000	,9234	20,0



Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	54,2500	40,0921	6,3318	15

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	50,1500	38,8711	,3788	,7928
B2	50,2500	33,8816	,5477	,7580
B3	50,5000	36,3684	,3183	,7888
B4	51,6500	35,1868	,3941	,7711
B5	50,1500	31,7132	,7348	,7394
B6	52,3000	40,8526	,4404	,8054
B7	50,2500	33,3553	,6051	,7530
B8	50,0000	37,3684	,4966	,7783
B9	52,2000	39,2211	,4310	,7970
B10	50,4000	35,6211	,3963	,7808
B11	50,2000	35,8526	,3599	,7739
B12	50,6500	31,1868	,6684	,7428
B13	50,1000	32,5158	,8262	,7386
B14	50,1500	37,5026	,3357	,7824
B15	50,5500	32,4711	,6432	,7480

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 20,0

N of Items = 15

Alpha = ,8836



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

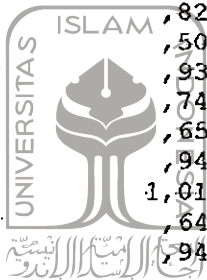
Lampiran 4

Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Komitmen

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	4,0500	,9445	20,0
2.	P2	4,1000	,6407	20,0
3.	P3	3,7000	,5712	20,0
4.	P4	3,9000	1,1192	20,0
5.	P5	4,2500	,5501	20,0
6.	S1	4,1500	,5871	20,0
7.	S2	3,5500	,8256	20,0
8.	S3	4,4000	,5026	20,0
9.	S4	3,8500	,9333	20,0
10.	PD1	3,3500	,7452	20,0
11.	PD2	3,7000	,6569	20,0
12.	PD3	3,4500	,9445	20,0
13.	PT1	3,2500	1,0195	20,0
14.	PT2	3,9000	,6407	20,0
15.	PT3	3,6000	,9403	20,0



Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	57,2000	72,4842	8,5138	15

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PI	53,1500	66,1342	,3553	,9360
P2	53,1000	63,1474	,8766	,9211
P3	53,5000	67,1053	,5399	,9289
P4	53,3000	56,6421	,8660	,9192
P5	52,9500	65,9447	,6981	,9260
S1	53,0500	66,0500	,6381	,9269
S2	53,6500	61,0816	,8308	,9206
S3	52,8000	69,6421	,3087	,9332
S4	53,3500	59,8184	,8170	,9207
PD1	53,8500	64,0289	,6625	,9257
PD2	53,5000	67,2105	,4495	,9309
PD3	53,7500	61,1447	,7073	,9245
PT1	53,9500	59,5237	,7578	,9230
PT2	53,3000	64,3263	,7538	,9240
PT3	53,6000	60,0421	,7931	,9215

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 20,0

N of Items = 15

Alpha = ,9303



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Lampiran 5

Analisis Deskriptif

Frequencies

Statistics

		SEX	EDU	JOB	SALARY	LAMA
N	Valid	103	103	103	103	103
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

SEX

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	54.4	54.4	54.4
	Perempuan	47	45.6	45.6	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

EDU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	1.9	1.9	1.9
	SLTP	5	4.9	4.9	6.8
	SLTA	38	36.9	36.9	43.7
	D3	17	16.5	16.5	60.2
	Sarjana	41	39.8	39.8	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

JOB

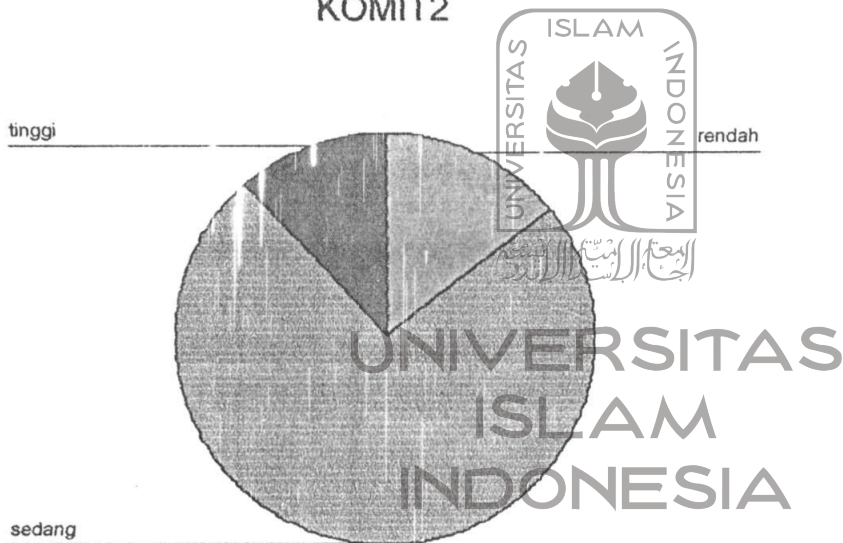
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pns	6	5.8	5.8	5.8
	Swasta	37	35.9	35.9	41.7
	Wiraswasta	48	46.6	46.6	88.3
	Lainnya	12	11.7	11.7	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

Frequencies

KOMIT2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid rendah	15	14.6	14.6	14.6
sedang	76	73.8	73.8	88.3
tinggi	12	11.7	11.7	100.0
Total	103	100.0	100.0	

KOMIT2



Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BHASIL	103	40.00	66.00	55.5243	4.80164
KOMITMEN	103	40.00	75.00	58.8738	6.15913
Valid N (listwise)	103				

Frequencies

Statistics

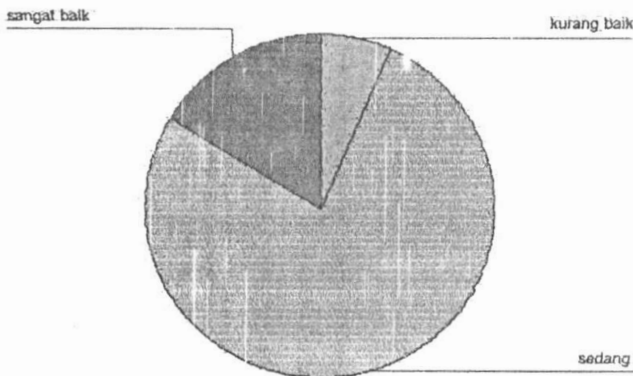
BHASIL2

N	Valid	Missing
	103	0

BHASIL2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang baik	7	6.8	6.8	6.8
sedang	79	76.7	76.7	83.5
sangat baik	17	16.5	16.5	100.0
Total	103	100.0	100.0	

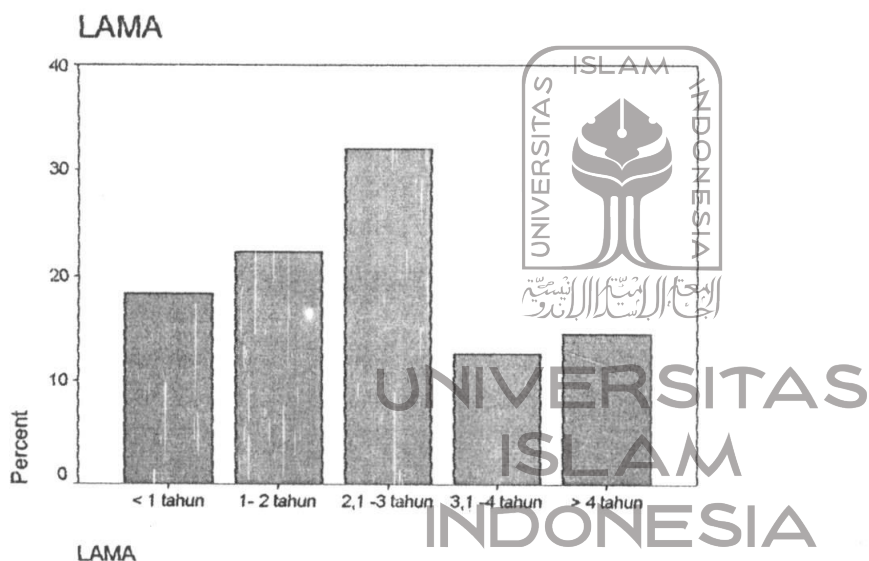
BHASIL2



Frequencies

LAMA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	19	18.4	18.4	18.4
	1- 2 tahun	23	22.3	22.3	40.8
	2,1 -3 tahun	33	32.0	32.0	72.8
	3,1 -4 tahun	13	12.6	12.6	85.4
	> 4 tahun	15	14.6	14.6	100.0
	Total	103	100.0	100.0	



Descriptives

Descriptive Statistics

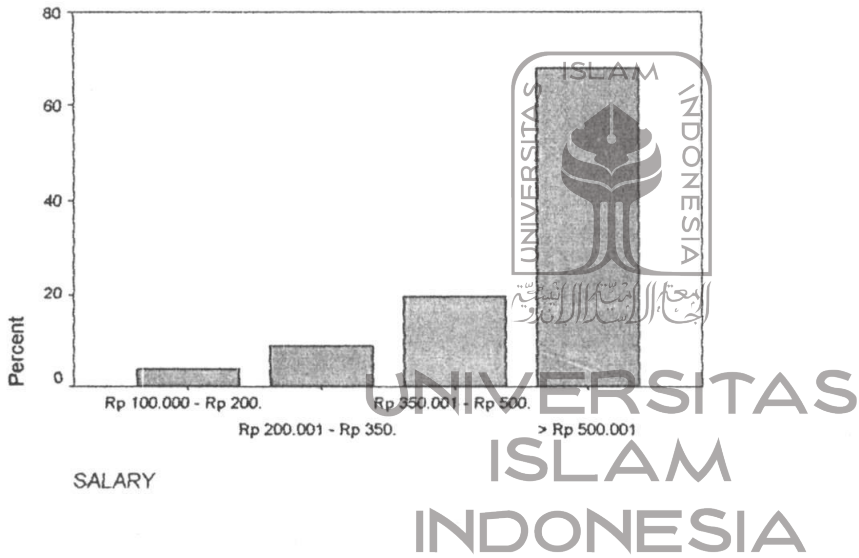
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
USIA	103	19.00	49.00	29.4854	6.51674	42.468
Valid N (listwise)	103					

Frequencies

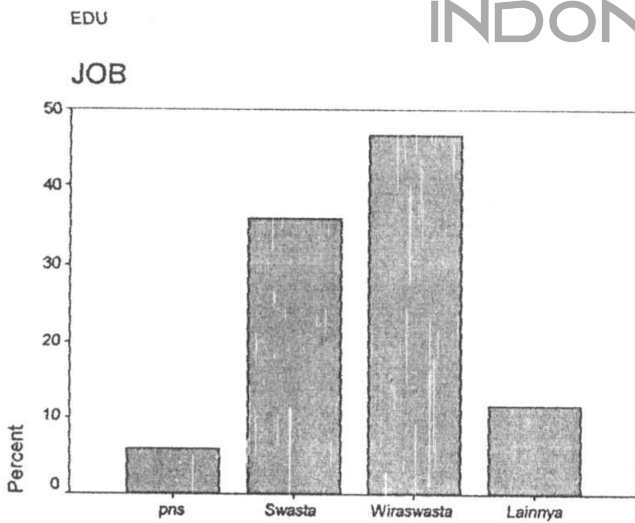
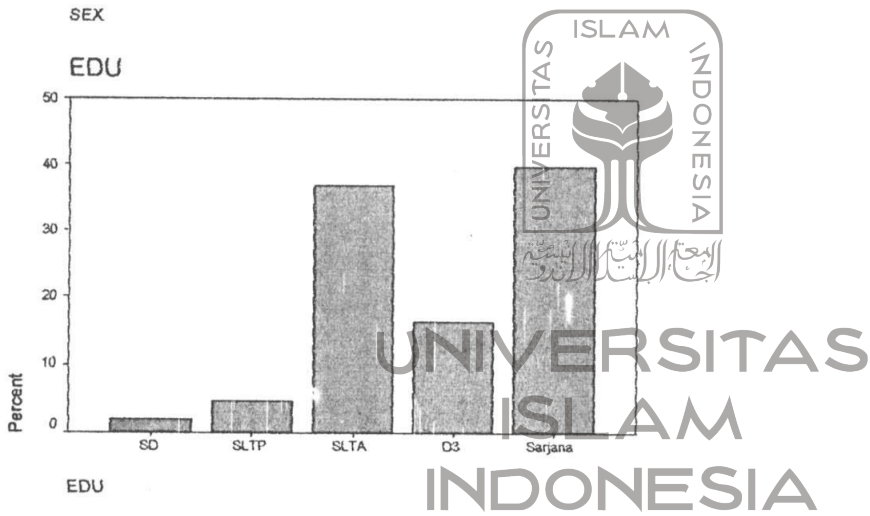
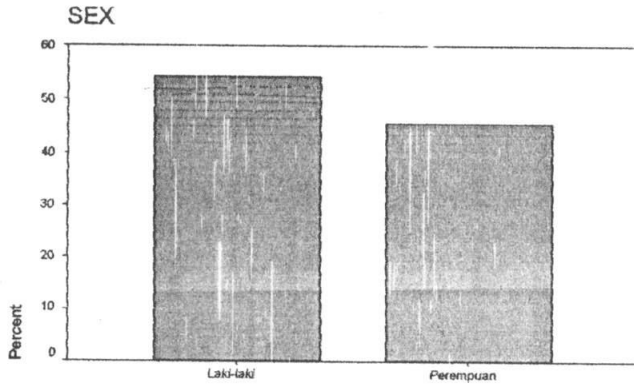
SALARY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 100.000 - Rp 200.000	4	3.9	3.9	3.9
	Rp 200.001 - Rp 350.000	9	8.7	8.7	12.6
	Rp 350.001 - Rp 500.000	20	19.4	19.4	32.0
	> Rp 500.001	70	68.0	68.0	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

SALARY



Bar Chart



JOB

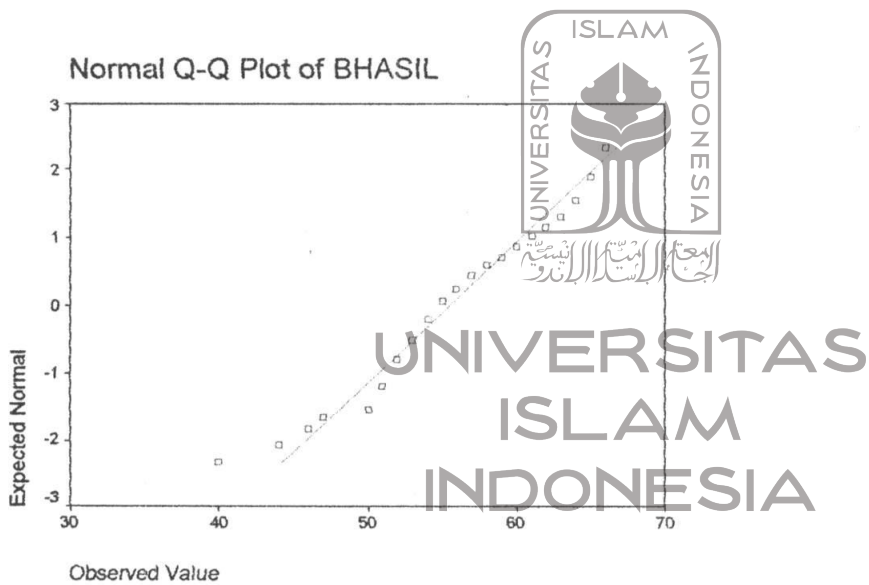
Lampiran 6

Uji Normalitas variabel persepsi Bagi Hasil

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
BHASIL	.110	103	.074	.964	103	.097

a. Lilliefors Significance Correction



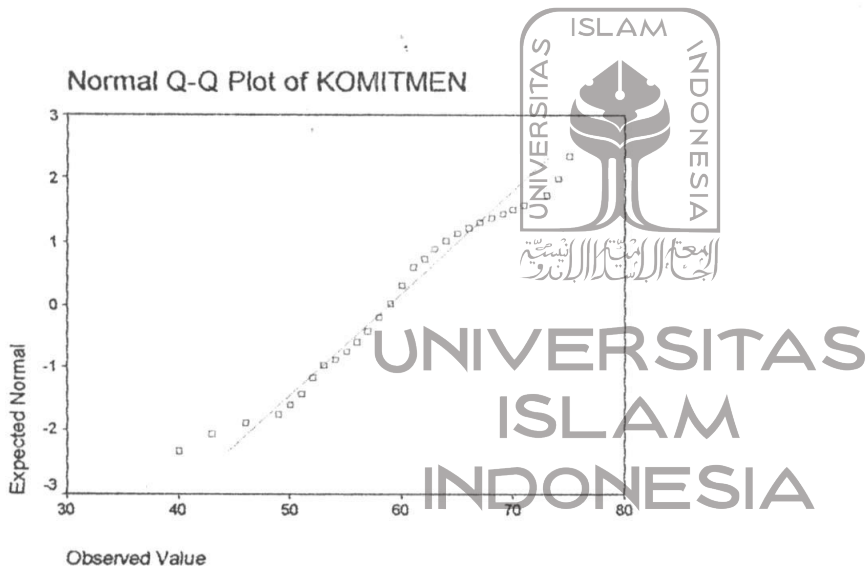
Lampiran 7

Uji Normalitas variabel komitmen

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KOMITMEN	.126	103	.060	.964	103	.087

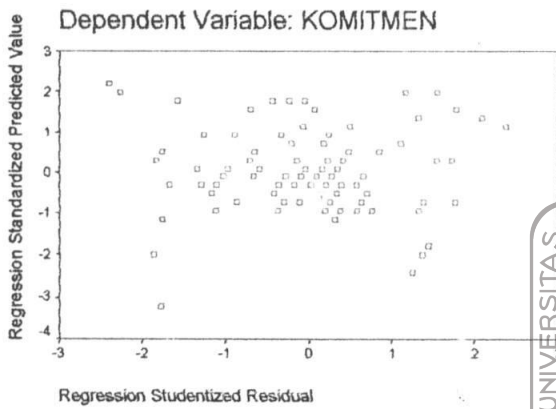
a. Lilliefors Significance Correction



Lampiran 8

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	48.9796	65.5503	58.8738	3.06026	103
Std. Predicted Value	-3.233	2.182	.000	1.000	103
Standard Error of Predicted Value	.53188	1.79915	.71324	.22811	103
Adjusted Predicted Value	50.1143	66.3001	58.8795	3.05388	103
Residual	-12.5503	12.6363	.0000	5.34506	103
Std. Residual	-2.336	2.352	.000	.995	103
Stud. Residual	-2.405	2.379	-.001	1.009	103
Deleted Residual	-13.3001	12.9267	-.0057	5.50209	103
Stud. Deleted Residual	-2.465	2.437	-.001	1.019	103
Mahal. Distance	.010	10.453	.990	1.541	103
Cook's Distance	.000	.199	.015	.032	103
Centered Leverage Value	.000	.102	.010	.015	103

a. Dependent Variable: KOMITMEN

Lampiran 9

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	BHASIL	.497	.497	.497	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KOMITMEN

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	BHASIL
1	1	1.996	1.000	.00	.00
	2	.004	23.283	1.00	1.00

a. Dependent Variable: KOMITMEN

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Lampiran 10

Uji Auto Korelasi

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BHASIL ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: KOMITMEN

Model Summary^b

Model	Durbin-Wa a ison
1	1.920 ^a

- a. Predictors: (Constant), BHASIL
b. Dependent Variable: KOMITMEN



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Lampiran 11

Analisis Regresi Linier

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BHASIL		Stepwise (Criteria: Probabilit y-of-F-to-e nter <= .050, Probabilit y-of-F-to-r emove >= .100).

a. Dependent Variable: KOMITMEN

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	S.d. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.497 ^a	.247	.239	5.37146	.247	33.108	1	101	.000

a. Predictors: (Constant), BHASIL

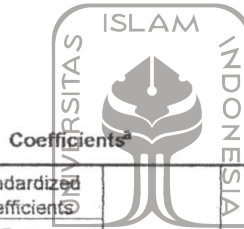
b. Dependent Variable: KOMITMEN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	955.249	1	955.249	33.108	.000 ^a
	Residual	2914.111	101	28.853		
	Total	3869.359	102			

a. Predictors: (Constant), BHASIL

b. Dependent Variable: KOMITMEN



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	23.486	6.173	3.805	.000	11.241	35.732
	BHASIL	.637	.111	.497	.000	.418	.857

a. Dependent Variable: KOMITMEN

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	48.9796	65.5503	58.8738	3.06026	103
Std. Predicted Value	-3.233	2.182	.000	1.000	103
Standard Error of Predicted Value	.53188	1.79915	.71324	.22811	103
Adjusted Predicted Value	50.1143	66.3001	58.8795	3.05388	103
Residual	-12.5503	12.6363	.0000	5.34506	103
Std. Residual	-2.336	2.352	.000	.995	103
Stud. Residual	-2.405	2.379	-.001	1.009	103
Deleted Residual	-13.3001	12.9267	-.0057	5.50209	103
Stud. Deleted Residual	-2.465	2.437	-.001	1.019	103
Mahal. Distance	.010	10.453	.990	1.541	103
Cook's Distance	.000	19.199	.015	.032	103
Centered Leverage Value	.000	.102	.010	.015	103

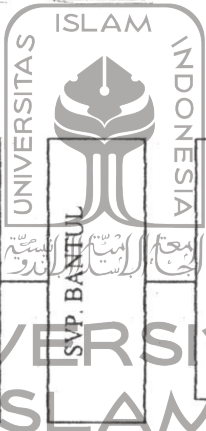
a. Dependent Variable: KOMITMEN



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PENGURUS
 Ketua : A. Sumiyanto
 Sekretaris : Edi Susilo
 Bendahara : Nuruddin Susanto

— = Garis Komando
 = Garis Koordinasi





LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

BMT AL IKHLAS

BADAN HUKUM: 150/BH/KWK.12/IV/1997

PROFESIONAL, ADIL DAN MENGUNTUNGKAN



SURAT KETERANGAN

NO. 003/L.HRD&GA/BMT.AI/I/2007

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Sumiyanto, S.E, MSI
Jabatan : Ketua Pengurus BMT Al Ikhlas Yogyakarta

menerangkan bahwa :

Jama : Marwiyah
JIM : 04913097
PST : Program Pascasarjana MSII Yogyakarta
Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Pola Bagi Hasil Terhadap Komitmen Nasabah
(Studi Kasus pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta)



Benar-benar telah melakukan penelitian di lembaga kami pada bulan September-November 2006.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Yogyakarta, 9 Januari 2007


LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
BMT AL IKHLAS

Ahmad Sumiyanto, SE, MSI.
Ketua Pengurus

Kantor Pusat:

Jl. Prof. Herman Yohanes 103 E Sagan,
Yogyakarta
Telp. (0274) 588216, 580 992
Faks. (0274) 558 010
www.bmt-alikhlas.com,
e-mail: post@bmt-alikhlas.com

Kantor Prambanan
Jl. Yogya-Solo KM. 17 Tlogo Kidul no. 4 Prambanan, Telp. (0274) 748 4347

Kantor Sleman
Jl. Raya Magelang KM 5 No. 119, Telp. (0274) 625 945

Kantor Bantul
Jl. Parangtritis, Kompleks Ruko Perwita Regency Blok B No. 4, Telp. (0274) 411 830