

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung

Koperasi ini berdiri sebagai amalgamasi dari BUUD JABUNG menjadi KOPERASI UNIT DESA JABUNG (KUD JABUNG) pada tanggal 28 Pebruari 1980. Dengan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia serta tidak adanya visi yang jelas, maka keberadaan KUD JABUNG belum bisa dirasakan manfaatnya oleh anggota dan masyarakat. Beberapa kali pergantian pengurus dan manajemen, belumlah mampu menghasilkan perbaikan yang berarti. Bahkan terjadi mismanajemen yang berkepanjangan sampai mencapai klimaksnya pada tahun 1984, dimana KUD JABUNG pada waktu itu sudah tidak mampu lagi membayar kewajiban-kewajibannya kepada anggota dan Bank. Hutang yang banyak serta tunggakan kredit yang tak mampu dibayar, mewarnai kondisi KUD JABUNG waktu itu.

Pada tahun 1985 dengan manajemen baru walaupun dengan kualitas dan kuantitas SDM yang terbatas, KUD JABUNG mulai berbenah diri dan mulai bangun dari keterpurukan. Dimulai dengan upaya membangun kembali kepercayaan anggota manajemen baru tidak segan-

segaran datang dari rumah kerumah untuk meyakinkan anggota. Begitu juga kewajiban-kewajiban dan tunggakan kredit ada. Unit Tebu Rakyat, yaitu satu-satunya usaha yang bisa dibangun kembali, sekuat tenaga diberdayakan. Kerja sama dengan Bank dan Pabrik Gula menjadi fokus utama disamping pendekatan dan pelayanan kepada petani tebu yang terus diperbaiki.

Alhamdulillah dengan komitmen yang kuat pengurus dan manajemen, didukung oleh segelintir karyawan serta para petani tebu, kepercayaan perbankan, pabrik gula, pemerintah serta anggota tumbuh kembali. Momentum ini tidak disia-siakan oleh manajemen untuk terus melakukan perbaikan dan pengembangan, agar KUD JABUNG bisa dirasakan manfaatnya oleh lebih banyak anggota. Untuk itulah pada tahun 1989 akhir, KUD JABUNG mulai mengembangkan usaha sapi perah, menyusul usaha simpan pinjam dan pertokoan yang juga sama-sama dalam proses perintisan.

Dengan perkembangan yang telah dicapai tersebut KUD JABUNG sempat meraih penghargaan sebagai KUD TERBAIK NASIONAL tahun 1997. Pada tahun 1998, KUD JABUNG berubah menjadi KOPERASI AGRO NIAGA JABUNG atau KAN JABUNG setelah melalui proses penggodokan dengan anggota dan tokoh masyarakat. Kembali ke jati diri koperasi dengan menata kembali penerapan NILAI-NILAI dan PRINSIP-

PRINSIP KOPERASI menjadi landasan utama pengembangan KAN JABUNG pada tahap berikutnya.

Perbaikan pengembangan yang terus menerus (continuous Improvement & Development) menjadi tekad yang dipegang teguh oleh pengurus, manajemen dan pengawas. Pada tahun 2001 upaya ini secara terencana gencar dilakukan, mulai dari perubahan dibidang organisasi, yaitu perubahan AD/ART, struktur organisasi, revitalisasi TUPOKSI pengurus, heregistrasi anggota sampai pembenahan organisasi kelompok anggota. Dibidang manajemen juga dilakukan perubahan-perubahan, yaitu menata kembali desain bisnisnya. Untuk keberhasilan upaya ini KAN JABUNG tidak segan-segan bekerjasama dengan lembaga lain yang memiliki kompetensi di bidang masing-masing.

Koperasi Agro Niaga Jabung berlokasi di jalan Suropati No. 4-6 Kemantren Jabung Malang lokasi ini didukung oleh keadaan biografis sebagai berikut :

Lahan kering	: 3.493.046 Ha
Lahan Sawah	: 1.169. 102 Ha
Lahan Hutan	: 7.931.800 Ha
Lahan perkampungan	: 934.545 Ha
Lahan Pekarangan	: 31.077 Ha

Maka total luasnya 13.568.570 Ha dan ketinggian lahan rata-rata 600 Meter di atas permukaan laut, dengan suhu rata-rata 85 'C keadaan

tersebut sangat cocok untuk pengembangan usaha sapi perah, sehingga kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pihak Koperasi Agro Niaga Jabung sebagai unit usaha inti (Core Business).

A. Visi, Misi, Tekad & Motto KAN Jabung

1. Visi

Visi dari KAN JABUNG yaitu “Menjadi Koperasi Agrobisnis yang Kompetitif dalam mengembangkan kualitas hidup anggota dan masyarakat berdasarkan nilai-nilai Koperasi”.

2. Misi

Misi dari KAN JABUNG antara lain :

1. Meningkatkan taraf hidup anggota dan masyarakat dengan cara memenuhi kebutuhan mereka dalam arti ekonomi, sosial dan budaya dengan prinsip-prinsip koperasi sebagai dasar atas semua kegiatannya.
2. Melakukan perbaikan dan pengembangan secara terus-menerus terhadap sumber daya manusia dan manajemen sistem menuju terbentuknya budaya organisasi beretika, guna meningkatkan benefit dan produktivitas.
3. Melakukan perbaikan dan pengembangan secara terus menerus terhadap SDM dan manajemen sistem menuju terbentuknya budaya organisasi, guna meningkatkan Benefit dan Produktifitas

4. Menyediakan sarana produksi yang dibutuhkan oleh anggota, berperan aktif dalam proses produksi, serta membantu proses pemasaran
5. Meningkatkan daya beli anggota dengan cara mendorong pertumbuhan dan perbaikan manajemen keuangan keluarga.

3. Tekad

Tekad dari KAN JABUNG adalah “Tumbuh dan berkembang bersama anggota menuju hari esok yang lebih baik”.

4. Motto

Melayani dan memberdayakan

B. Struktur Organisasi Instansi

Organisasi koperasi adalah suatu cara atau sistem hubungan kerjasama antara orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama untuk mencapai tujuan yang sama pula. Kerjasama yang erat dari fungsi yang satu dengan yang lainnya sangat diharapkan untuk dibina terus demi perkembangan koperasi selanjutnya. Berbagai fungsi dari orang-orang tersebut dipersatukan dalam hubungan yang harmonis sehingga kepentingan masing-masing dipersatukan dalam suatu kepentingan bersama. Untuk itu diperlukan koordinasi yang baik sehingga kewajiban dan tugas dari masing-masing orang dapat seimbang dalam seluruh kegiatan koperasi.

Untuk melaksanakan tujuan dan maksud tersebut diperlukan suatu struktur organisasi yang jelas dan tepat. Struktur organisasi koperasi adalah merupakan mekanisme untuk mencapai tujuan koperasi yang telah ditetapkan dan direncanakan. Yang mana didalamnya diletakkan pembagian kerja dari masing-masing fungsi yang ada menurut suatu sistem yang cocok dengan maksud dan tujuan yang akan dicapai wewenang, tanggung jawab, kewajiban dari masing-masing fungsi yang ada dalam struktur organisasi dilaksanakan secara konsekuen dan kerjasama di dalam pengetrapannya sehari-hari.

Suatu organisasi yang baik harus tegas dan jelas menggambarkan suatu pertanggung jawaban atas pekerjaan, wewenang, peranan dan batas-batas keputusan yang dapat diambil oleh setiap pegawai dalam setiap susunan organisasi. Sesuai dengan Undang-Undang No. 12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian, Bab VIII pasal 19 yang menyebutkan bahwa alat perlengkapan organisasi koperasi terdiri dari: Rapat Anggota, Pengurus, dan Dewan pengawas.

1. Rapat Anggota

Rapat anggota merupakan lembaga tertinggi dalam koperasi. Melalui rapat anggota dapat ditetapkan hal-hal mendasar yang menyangkut kehidupan perkoperasian dan diketahui sejauh mana tanggung jawab yang telah dibebankan pengurus dan pengawas yang telah dijalankan. Tugas dan tanggung jawab (Rapat Anggota) sesuai

dengan UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian pasal 23 menetapkan :

- a. Anggaran Dasar.
- b. Kebijakan umum dibidang koperasi, manajemen dan usaha koperasi.
- c. Pemilihan, pengangkatan, pemberhentian pengurus dan pengawas.
- d. Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta pengesahan laporan keuangan.
- e. Pengesahan pertanggung jawaban pengurus dan pelaksana tugas.
- f. Pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU).
- g. Penggabungan, peleburan, pembagian dan pembubaran koperasi.

2. Pengurus

Hasil pemilihan pengurus secara langsung pada Rapat Anggota Tahunan tanggal 24-25 maret 2010 dihasilkan susunan sebagai berikut:

Ketua I : Wahyudi, SH.

Ketua II : Mishari

Ketua III : Santoso

Sekretaris : Yulistiana

Bendahara : Syamsul Bachri

Pengawas : H. Zainal Fanani

Sutrisno Nugroho

Suwendi Mukti

Manajer Umum	: Drs. EC. Ahmad Ali Suhadi
Audit Internal	: Latifah, Amd.
Manajer Divisi Agribisnis	: Sugeng Widodo, Dr.h.
Manajer Divisi Perdagangan & Jasa	: Didik Wijanarko, SE.
Manajer BMT Al Hijrah	: Syaiful Muslim, SE.

3. Legalitas

Suatu lembaga usaha yang bergerak dalam lingkungan pemberdayaan ekonomi rakyat KAN Jabung telah dilengkapi dengan perjanjian yang dipenuhi, yaitu :

1. Badan Hukum Nomor : 4427/BH/1980
2. SIUP : 123/10-25/PPM/XII/90
3. TDUP : 13242600028
4. NPWP : 01.426.021.623.000
5. PKP : 623.023.140295
6. TDP : 13252600028

C. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha KAN Jabung

Sesuai dengan visi dari pada KAN Jabung yaitu menjadi Koperasi Agribisnis yang kompetitif, maka pengembangan usaha tetap pada sektor agri namun demikian tidak menutup kemungkinan pengembangna ke sektor lainnya sepanjang bertujuan untuk memperkuat dan menunjang pertumbuhan sektor agri bisnisnya. Hal ini disebabkan karena sebagian

besar anggota berusaha dibidang agri. Yaitu usaha sapi perah dan usaha tebu rakyat.

1. Usaha inti (usaha sapi perah) / CBP

Usaha ini merupakan usaha yang terkait langsung dengan sebagian besar anggota KAN Jabung. Oleh karena itu wajar jika usaha ini dijadikan *Core business* (usaha inti). Di dukung oleh Kurang lebih 1500 orang peternak yang tersebar dikecamatan jabung dan sekitarnya, baru mampu menghasilkan kurang lebih 26.000 liter susu per hari. Meskipun baru sekecil itu tapi telah mampu membangkitkan perekonomian wilayah ini. Dari potensi wilayah yang ada, usaha ini masih bisa dikembangkan hingga tiga kali lipat kondisi sekarang. Didukung dengan sarana pendinginan yang tersebar di sentra produksi susu, kualitas susu KAN Jabung kategori cukup bagus.

2. Usaha tebu rakyat

Usaha ini secara historis mempunyai peran penting adalah proses kebangkitan Koperasi ini setelah mengalami ketepurukan pada tahun 1984. disaat kepercayaan anggota dan pihak terkait berada dalam titik terendah, justru petani tebu dengan kesadaran dan pengertian yang tinggi bersedia menerima penjadwalan pembayaran yang menjadi hak mereka. Unit usaha ini sempat menjadi unit usaha yang dominan sampai tahun 1990. kemudian secara bertahap digeser oleh unit sapi perah.

3. Beberapa usaha penunjang

Guna memperkuat usaha inti serta memenuhi kebutuhan anggota, maka KAN Jabung membuka usaha-usaha penunjang. Selain untuk memenuhi kebutuhan anggota, usaha penunjang ini juga dimaksudkan untuk membiayai overhead cost koperasi agar tidak terlalu membebani anggota.

Usaha-usaha ini terbagi menjadi dua yaitu : Usaha penunjang langsung dan usaha penunjang tidak langsung.

a. Usaha penunjang langsung

Yaitu usaha yang berfungsi sebagai penunjang langsung terhadap usaha inti, yaitu :

1) Unit usaha sapronak

Dalam rangka memenuhi kebutuhan paka ternak dan sarana ternak yang lain.

2) Unit usaha angkutan

Unit usaha ini sangat dominant perannya dalam memperkuat usaha inti, mengingat kebutuhan transportasi susu dan lainnya ditopang oleh unit angkutan.

3) Unit usaha swalayan

Unit usaha swalayan ini termasuk penunjang langsung bagi usaha sapi perah, namun demikian unit ini bukan hanya melayani anggota, terbukti dari data yang ada volume usaha ini yang berasal dari

anggota peternak hanya berkisar 40%, dan sisanya adalah berasal dari pasar umum.

4) Unit usaha simpan pinjam

Unit usaha ini memiliki peran penting dalam menunjang secara langsung usaha inti. Kebutuhan dana bagi peternak untuk pembelian sapi, perbaikan kandang, serta lahan rumput dan juga kebutuhan konsumsi kerja sepenuhnya dilayani oleh unit ini. Disamping memberikan pinjaman kepada anggota, unit ini juga berperan menjembatani minat menabung dan menyimpan bagi anggota melalui produk sigatera (Sigatera Mandiri ialah simpanan untuk umum, dan sigatera sepakat atau simpan sukarela ialah Khusus peternak, dimana potongan dari bayaran susu peternak [1 liter susu = Rp 200]), Sijaka (Simpana Berjangka Waktu), Si Tita (Simpanan Titian Cita-cita) serta Sutera (Simpana Khusus Tebu Rakyat).

b. Usaha penunjang tak langsung

Yaitu usaha yang tidak secara langsung berhubungan dengan usaha inti, akan tetapi sisa hasil usaha yang diperoleh dipergunakan sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota di usaha inti antara lain adalah :

1) Unit usaha saprotan

Usaha ini bergerak dalam bidang produksi untuk pertanian, khususnya pupuk yang di butuhkan untuk tanaman tebu.

2) Unit usaha toko bangunan

Usaha ini bergerak dalam bidang perdagangan material atau bahan-bahan yang dibutuhkan untuk bangunan.

3) Unit kolaborasi

Usaha ini adalah usaha kerjasama antara koperasi dengan pihak lainnya yaitu : Stasiun Pompa Bahan Bakar (pom bensin), Bank Perkreditan Rakyat dan Diklat (Training Centre), serta BMT Al Hijrah yang baru berdiri pada 28 Oktober 2009. Usaha-usaha tersebut menyumbangkan SHU yang sangat penting untuk menyangga beban operasional KAN Jabung. Sehingga beban kepada anggota bisa jauh lebih ringan.

4.1.2 *Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Hijrah*

BMT Al Hijrah berdiri pada 28 Oktober 2009. Sejarah berdirinya BMT Al Hijrah KAN Jabung ini didasari dengan perencanaan oleh Manajer KAN Jabung sejak tahun 2005. Baru pada tahun 2009 rencana tersebut terealisasi dengan persiapan yang cukup matang, baik dari tatanan SDM maupun manajemen. Salah satu yang mendukung atas berdiri lembaga keuangan syariah tersebut adalah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Malang yang dilanjutkan dengan bentuk kerjasama antar KAN Jabung dengan PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Perkembangan BMT AL Hijrah sampai dengan saat ini cukup pesat, hal ini terbukti dengan jumlah nasabah selalu meningkat di tiap bulannya.

Sampai dengan September 2011, jumlah nasabah di BMT Al Hijrah adalah 1662 nasabah.

Produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Al Hijrah diantaranya:

1. *As Sakinah* adalah simpanan yang mutasinya dapat dilakukan sewaktu-waktu, dengan perbandingan bagi hasil 25 : 75 (nasabah : BMT). Saldo minimal setoran Rp10.000,-
2. *An Najah* adalah simpanan yang penempatannya dilakukan rutin setiap bulan dan dapat diambil menjelang Hari Raya Idul Fitri, dengan perbandingan bagi hasil 30 : 70 (nasabah : BMT). Minimal setoran Rp 20.000,- per bulan. Jangka waktu minimal 12 bulan.
3. *Arafah* adalah simpanan yang penempatannya dilakukan rutin setiap bulan dan dapat diambil menjelang Hari Raya Idul Adha, dengan perbandingan bagi hasil 30 : 70 (nasabah : BMT). Minimal setoran Rp 20.000,- per bulan. Jangka waktu minimal 12 bulan.
4. *Mudharabah Berjangka* adalah simpanan yang pengambilannya sesuai tanggal jatuh tempo yang ditetapkan pada akad awal. Ketentuan nisbah bagi hasilnya sesuai dengan lama jangka waktu penempatan.
5. *Murabahah* adalah pembiayaan dengan akad jual beli. Dengan persyaratan mudah dan proses cepat.
6. *Rahn* adalah gadai syariah berupa emas beserta surat kepemilikannya. Proses cepat/langsung cair.

Dari hasil penggalan data oleh peneliti yang berupa wawancara dengan Manajer Operasional BMT Al Hijrah KAN Jabung Malang, didapatkan informasi bahwa dalam meningkatkan jumlah nasabah, BMT Al Hijrah telah membuat dan menyebarkan brosur yang berupa informasi, melakukan pendekatan ke jamaah tahlil, tokoh masyarakat-agama, serta kerjasama aliansi dengan lembaga Islam seperti: MI, SMPI, MTs, MA terdekat serta perguruan tinggi. Selain itu setiap pegawai di BMT Al Hijrah juga berperan sebagai *marketing*, sehingga mereka juga turut menyebarkan informasi terkait produk-produk BMT di lingkungan mereka masing-masing. Dan yang sedang dalam proses pengembangan adalah melakukan *internet marketing*, yaitu pemasaran dengan basis internet dengan memanfaatkan jejaring sosial, antara lain *facebook*, *twitter*, dan *blog (website)*.

Pandangan masyarakat juga cenderung positif terhadap hadirnya lembaga keuangan syariah yaitu BMT Al Hijrah, hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah yang rata-rata mencapai 60% tiap tahunnya. Dan yang diluar dugaan juga ada beberapa lembaga Islam yang memindahkan tabungannya ke BMT Al Hijrah yang sebelumnya telah disimpan di lembaga konvensional lain. Selain itu BMT Al Hijrah juga mengalami persaingan yang ketat dengan lembaga-lembaga keuangan lain, karena dari segi lokasi yang relatif sangat dekat seperti unit Simpan Pinjam KAN Jabung sendiri, BRI, dan BPR. Namun hal

tersebut bukanlah menjadi penghalang dan ancaman yang serius, karena BMT Al Hijrah selalu melakukan peningkatan pelayanan dan fasilitas untuk terus menjadi lebih baik, dan juga karena BMT Al Hijrah adalah satu-satunya lembaga keuangan syariah yang ada di wilayah Jabung khususnya. Hal ini juga sangat sesuai dengan karakter psikologis masyarakat Jabung yang notabene mayoritas beragama Islam.

Dengan memiliki produk unggulan *As Sakinah*, yaitu simpanan yang mutasinya dapat dilakukan sewaktu-waktu, dengan perbandingan bagi hasil 25 : 75 (nasabah : BMT), hal ini cukup menjadi daya tarik bagi calon nasabah karena dengan konsep bagi hasil tentu perkembangannya sangat fluktuatif di tiap bulannya. Apabila hasil yang didapatkan BMT dalam mengelola keuangan tinggi maka jumlah bagi hasil yang diterima oleh nasabah juga tinggi. Sangat berbeda sekali dengan konsep bunga yang ditawarkan oleh lembaga keuangan konvensional yang hanya berpatokan dari nilai bunga dan jumlah tabungan nasabah saja. Memiliki target pasar nasabah tabungan kepada para pengusaha dan pegawai, BMT Al Hijrah memiliki tren positif dimana mereka juga mendapatkan timbal balik. Karena selain memiliki tabungan, para nasabah juga seringkali memanfaatkan produk pinjaman yang dimiliki oleh BMT Al Hijrah.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1) Wawancara

Peneliti melakukan pengumpulan data berupa wawancara kepada Manajer Operasional BMT Al Hijrah KAN Jabung terkait dengan sejarah berdirinya BMT, tanggapan masyarakat terhadap berdirinya BMT, jenis-jenis produk yang dipasarkan, produk unggulan dan yang diminati nasabah, teknik pemasaran produk yang telah dilakukan, target pasar yang dituju, dan persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.

2) Kuesioner (Angket)

Kuesioner ini berupa daftar pernyataan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di BMT Al Hijrah, yaitu faktor psikologis (motivasi, belajar, sikap persepsi) dan faktor rasionalis (tingkat keuntungan). Dalam hal ini peneliti bekerjasama dengan pihak BMT untuk membantu dalam proses pengisian kuesioner oleh setiap nasabah yang datang ke BMT khususnya nasabah untuk produk tabungan. Jumlah kuesioner yang disebarakan adalah 100 eksemplar ditambah 10 eksemplar untuk cadangan.

3) Dokumentasi

Peneliti menggunakan metode ini karena membutuhkan data jumlah nasabah BMT Al Hijrah yang digunakan untuk menentukan jumlah populasi dan sampel penelitian yang dilakukan. Data yang diperoleh berupa surat keterangan jumlah nasabah per September 2011 dengan jumlah 1662 nasabah.

4.2.2 Gambaran Umum Responden

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasar Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-laki	49	49%
2.	Perempuan	51	51%
	Total	100	100%

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 49 responden (49%), dan sebanyak 51 responden (51%) berjenis kelamin perempuan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa di BMT Al Hijrah KAN Jabung lebih banyak berjenis kelamin perempuan.

b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Jumlah Responden berdasar Usia

No.	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	≤ 20 Th	4	4%
2.	21 - 30 Th	29	29%
3.	31 - 40 Th	38	38%
4.	41 - 50 Th	20	20%
5.	≥ 51 Th	9	9%
	Total	100	100 %

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Dari hasil penelitian, jumlah responden terbanyak adalah responden yang berusia 31 - 40 tahun yaitu sebesar 38 orang (38 %). Sedangkan jumlah responden yang paling sedikit adalah responden yang berusia dibawah 20 tahun yaitu 4%.

c. Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Tabel 4.3
Responden berdasar Status Pernikahan

No.	Status	Jumlah	Prosentase
1.	Belum Menikah	21	21 %
2.	Menikah	79	79 %
	Total	43	100 %

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Dari hasil penelitian terlihat bahwa jumlah responden yang sudah menikah sebesar 79 orang (79%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah BMT Al Hijrah sudah berkeluarga.

d. Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4
Jumlah Responden berdasar Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1.	SD	12	12%
2.	SMP	20	20%
3.	SMA	44	44%
4.	DIPLOMA/SARJANA	24	24%
	Total	100	100%

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Dari hasil penelitian terlihat bahwa responden berdasarkan jenjang terakhir pendidikan yang paling sedikit adalah SD sebesar 12 orang, dan mayoritas SMA dengan 44%.

e. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5
Jumlah Responden berdasar Pekerjaan

No.	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1.	Swasta	47	47%
2.	Peternak/Petani	31	31%
3.	Guru	13	13%
4.	Lain-lain	9	9%
	Total	100	100%

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Dari hasil penelitian terlihat bahwa responden berdasarkan jenis pekerjaannya mayoritas adalah swasta dengan 47%, diikuti dengan peternak/petani dengan 31%, guru 13% dan sisanya lain-lain 9%.

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Analisa item-item pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui valid tidaknya item pertanyaan tersebut digunakan perhitungan kevalid dan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 16.0 for Windows.

Korelasi item total terkoreksi untuk masing-masing item ditunjukkan oleh kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dalam studi tentang pengukuran, ini disebut daya beda, yaitu kemampuan item dalam membedakan orang-orang dengan *trait* tinggi dan rendah. Sebagai acuan umum, dapat digunakan harga 0,3 sebagai batas. Item-item yang memiliki daya beda kurang dari 0,3 menunjukkan item tersebut memiliki ukuran kesejalan yang rendah, untuk itu item-item ini perlu dihilangkan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4.6
Item-Total Statistics Faktor Psikologis dan Faktor Rasionalis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	37.32	48.624	.769	.	.914
x1.2	37.36	48.273	.796	.	.913
x2.1	37.30	52.596	.478	.	.927
x2.2	37.58	47.943	.765	.	.914
x3.1	37.33	48.264	.806	.	.912
x3.2	37.38	48.743	.804	.	.913
x3.3	37.34	55.520	.356	.	.930
x4.1	37.48	48.313	.805	.	.912
x4.2	37.32	52.705	.464	.	.928
x5.1	37.58	47.943	.765	.	.914
x5.2	37.51	48.495	.818	.	.912

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

Tabel 4.7
Item-Total Statistics Pengambilan Keputusan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	3.77	.825	.526	.276	.a
Y.2	3.57	1.035	.526	.276	.a

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

a. Skala Faktor Psikologis & Rasionalis

Hasil perhitungan dari uji validitas skala variabel faktor psikologis dan faktor rasionalis didapatkan hasil bahwa tidak terdapat item yang gugur dari 11 item yang ada, sehingga banyaknya butir item yang valid tetap sebesar 11 item, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Item Valid dan Gugur Faktor Psikologis dan Rasionalis

No	Item	Butir item			
		Diterima	Jml	Gugur	Jml
1	Motivasi (X1)	1, 2	2	-	0
2	Belajar (X2)	3, 4	2	-	0
3	Sikap (X3)	5, 6, 7	2	-	0
4	Persepsi (X4)	8, 9	2	-	0
5	Tingkat Keuntungan (X5)	10, 11	2	-	0
Total		11		0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

b. Skala Pengambilan Keputusan

Hasil perhitungan dari uji validitas skala variabel pengambilan keputusan didapatkan hasil bahwa tidak terdapat item yang gugur dari 2 item yang ada, sehingga banyaknya butir item yang valid tetap sebesar 2 item, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Item Valid dan Gugur Pengambilan Keputusan

No	Aspek	Butir item			
		Diterima	Jml	Gugur	Jml
1	Keputusan Nasabah Menabung di BMT	12, 13	2	-	0
Total		2		0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik pengukuran *Alpha Chornbach*. Dalam menghitung reliabilitas kedua skala peneliti menggunakan bantuan

program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16.0 for windows.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan bantuan SPSS 16.0 for windows, maka ditemukan nilai alpha sebagai berikut:

Tabel 4.10
Reliabilitas Skala Faktor Psikologis dan Rasionalis

Skala	Alpha	Keterangan
Motivasi (X1)	0,942	Reliabel
Belajar (X2)	0,555	Reliabel
Sikap (X3)	0,715	Reliabel
Persepsi (X4)	0,441	Reliabel
Tingkat Keuntungan (X5)	0,842	Reliabel

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Dari data diatas menunjukkan bahwa motivasi mempunyai reliabilitas yang tinggi, sedangkan yang paling rendah yaitu persepsi.

Sedangkan untuk reliabilitas pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Reliabilitas Skala Pengambilan Keputusan

Skala	Alpha	Keterangan
Keputusan Menabung	0,686	Reliabel

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Dari data diatas menunjukkan bahwa skala pengambilan keputusan mempunyai reliabilitas yang cukup tinggi.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian melalui regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh psikologis dan rasionalis terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

Untuk menguji pengaruh tersebut diatas diperlukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16.0 *For Windows*. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan regresi linier berganda adalah tingkat 95% atau dengan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 0,05$). Pada analisis regresi linier berganda dilakukan uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial. Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Psikologis dan Rasionalis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.082	0.189		0.435	0.665
X1	0.415	0.074	0.461	5.642	0.000
X2	0.236	0.056	0.235	4.172	0.000
X3	0.026	0.072	0.032	0.356	0.723
X4	-0.155	0.062	-0.134	-2.507	0.014
X5	0.450	0.052	0.475	8.612	0.000
R		= 0.949			
R ²		= 0.900			
Adjusted R Square		= 0.894			
F _{hitung}		= 168.805			
Sig F		= 0.000			

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel diatas, maka dapat diambil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,082 + 0,0415 X_1 + 0,236 X_2 + 0,026 X_3 + (-0,155) X_4 + 0,450 X_5 + e$$

Hasil analisis tersebut akan diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Konstanta (a) = 0,082 menunjukkan kecenderungan positif, artinya jika tidak ada pengaruh motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), tingkat keuntungan (X_5), masih terdapat kecenderungan positif terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y).
- b) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel motivasi (X_1) akan mempengaruhi keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 0,0415 dengan asumsi bahwa variabel belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), dan tingkat keuntungan (X_5) konstan.
- c) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel belajar (X_2) akan mempengaruhi keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 0,262 dengan asumsi bahwa variabel motivasi (X_1), sikap (X_3), persepsi (X_4), dan tingkat keuntungan (X_5) konstan.
- d) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel sikap (X_3) akan mempengaruhi keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 0,026 dengan asumsi bahwa variabel motivasi (X_1), belajar (X_2), persepsi (X_4), dan tingkat keuntungan (X_5) konstan.

- e) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel persepsi (X_4) akan mempengaruhi keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar -0,155 dengan asumsi bahwa variabel motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), dan tingkat keuntungan (X_5) konstan.
- f) Untuk setiap kontribusi dari setiap variabel tingkat keuntungan (X_5) akan mempengaruhi keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 0,450 dengan asumsi bahwa variabel motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), dan persepsi (X_4) konstan.

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel-variabel faktor psikologis yang terdiri atas motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), dan faktor rasionalis, yaitu tingkat keuntungan (X_5) secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y).

Koefisien korelasi (R) sebesar 0,949 menunjukkan bahwa terdapat hubungan Hubungan positif yang sangat kuat dan searah antara motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), tingkat keuntungan (X_5) dengan keputusan menabung (Y). Hubungan ini dapat dikategorikan kuat, sebagaimana diketahui bahwa suatu hubungan dikatakan sempurna jika koefisien korelasinya mencapai angka 100% atau 1 (baik dengan angka positif atau negatif). (Bungin, 2008:184)

Tabel 4.13
Tabel Nilai Koefisien

Koefisien regresi	Keterangan
+ 0,70 s/d ke atas	Hubungan positif yang sangat kuat
+ 0,50 s/d 0,69	Hubungan positif yang mantap
+ 0,30 s/d 0,49	Hubungan positif yang sedang
+ 0,10 s/d + 0,29	Hubungan positif yang tak berarti
0,0	Tidak ada hubungan
- 0,01 s/d -0,09	Hubungan negatif tak berarti
- 0,10 s/d -0,29	Hubungan negatif yang rendah
- 0,30 s/d - 0,49	Hubungan negatif yang sedang
- 0,50 s/d - 0,59	Hubungan negatif yang mantap
- 0,70 s/d ke bawah	Hubungan negatif yang sangat kuat

Sumber : *Burhan, Bungin. 2010*

Dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,894 atau 89,4%. Angka ini menunjukkan bahwa variabel motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), tingkat keuntungan (X_5) memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 89,4% sedang sisanya sebesar 10,6% dipengaruhi oleh sebab lain yang tidak diteliti.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.4.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah uji simultan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan variabel faktor psikologis dan rasionalis (variabel bebas) terhadap keputusan nasabah menabung (variabel terikat),

apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak. Dan berikut adalah uji F yang menunjukkan besarnya uji F (F hitung). Dalam *output* SPSS uji F terletak pada tabel Anova^b.

Tabel 4.14
Uji Hipotesis (Uji F)

F hitung	Sig	Kesimpulan
168,805	0.000	Signifikan

Sumber: *Data primer diolah tahun 2012*

Adapun untuk melihat F tabel pada $df_1 = 5$, $df_2 = 94$ diperoleh dari tabel distribusi F sebesar 2,31 pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$).

Hal tersebut membuktikan bahwa F hitung (168,805) > dari F tabel (2,31), sedangkan signifikansi $0,000 < 0,05$ (α pada taraf kepercayaan 95%). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dengan bunyi "Variabel faktor psikologis dan rasionalis (Variabel bebas) ada pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung (Variabel terikat)".

4.2.4.2 Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel yaitu motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), tingkat keuntungan (X_5) secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap terhadap variabel keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y), maka digunakan uji t.

Apabila besarnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berikut disajikan hasil perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} masing-masing variabel bebas (faktor psikologis dan rasionalis) terhadap keputusan nasabah menabung.

Tabel 4.15
Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel}

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig. T	Keterangan
Motivasi (X_1)	5,642	1,985	0,000	Signifikan
Belajar (X_2)	4,172	1,985	0,000	Signifikan
Sikap (X_3)	0,356	1,985	0,723	Tidak Signifikan
Persepsi (X_4)	-2,507	1,985	0,014	Signifikan
Tingkat keuntungan (X_5)	8,612	1,985	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

a) Variabel Motivasi (X_1)

Uji t terhadap variabel motivasi (X_1) didapatkan t_{hitung} sebesar 5,642 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,642 > 1,985$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka secara parsial variabel motivasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa investasi non bunga dan jaminan keamanan dana nasabah mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

b) Variabel Belajar (X_2)

Uji t terhadap variabel belajar (X_2) didapatkan t_{hitung} sebesar 4,172 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,172 > 1,985$)

atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka secara parsial variabel belajar (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa pengalaman baik dan informasi produk kepada nasabah mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung. Karena pada dasarnya setiap konsumen sebelum memutuskan untuk menabung di BMT, mereka akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai kondisi BMT tersebut. Oleh karena itu informasi yang diperoleh dari pihak BMT akan lebih menguatkan dan meyakinkan mereka bahwa pilihan mereka untuk menabung di BMT tersebut telah tepat. Oleh karena itu pihak manajemen BMT Al Hijrah KAN Jabung haruslah mempunyai personel yang handal dalam masalah komunikasi dan pengetahuan perbankan, sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

c) Variabel Sikap (X_3)

Uji t terhadap variabel Sikap (X_3) didapatkan t_{hitung} sebesar 0,356 dengan signifikansi t sebesar 0,723. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,356 < 1,985$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,723 > 0,05$) sehingga H_0 diterima, maka secara parsial variabel Sikap (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah

KAN Jabung (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa perbaikan pelayanan, daya tarik fisik dan kecepatan transaksi tidak akan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN.

d) Variabel Persepsi (X_4)

Uji t terhadap variabel Persepsi (X_4) didapatkan t_{hitung} sebesar (-2,507) dengan signifikansi t sebesar 0,014. Karena $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ ($-2,507 < -1,985$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,014 < 0,05$), maka secara parsial variabel Persepsi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa persepsi nasabah terhadap perhatian BMT pada pengembangan ekonomi umat, dan reputasi BMT mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

e) Tingkat keuntungan (X_5)

Uji t terhadap variabel Tingkat keuntungan (X_5) didapatkan t_{hitung} sebesar 8,9612 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,172 > 1,985$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka secara parsial variabel Tingkat keuntungan (X_5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Dari hasil analisis ini dapat

diinterpretasikan bahwa nisbah yang diperoleh dan giro dan tabungan yang dipilih mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

Untuk menguji variabel dominan, peneliti juga menggunakan nilai t_{hitung} yang paling besar dari masing-masing variabel. Selain itu peneliti juga menguji variabel dominan, dimana terlebih dahulu harus diketahui kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana terhadap variabel terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat.

Tabel 4.16
Nilai t_{hitung} dan Kontribusi Variabel

Variabel	t_{hitung}	r	r^2	Kontribusi (%)
Motivasi (X_1)	5,642	0.826	0.6823	68.23%
Belajar (X_2)	4,172	0.701	0.4914	49.14%
Sikap (X_3)	0,356	0.837	0.7006	70.06%
Persepsi (X_4)	-2,507	0.597	0.3564	35.64%
Tingkat keuntungan (X_5)	8,612	0.857	0.7344	73.44%

Sumber: Data primer diolah tahun 2012

Dari hasil analisis tersebut juga diketahui bahwa variabel bebas (X) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menabung di di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) adalah variabel Tingkat keuntungan (X_5). Hal ini di buktikan dengan nilai t_{hitung} dari variabel tingkat keuntungan (X_5) sebesar 8,612 atau nilai kontribusi sebesar 73,44% yang memiliki kontribusi terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya, yaitu variabel

motivasi (X_1) sebesar 5,642; variabel belajar (X_2) sebesar 4,172; variabel sikap (X_3) sebesar 0,356; dan variabel persepsi (X_4) sebesar -2,507.

Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan bahwa variabel tingkat keuntungan (X_5) berpengaruh dominan terhadap keputusan menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung diterima atau H_0 ditolak.

Seperti yang telah dijelaskan pada tabel 4.15 di atas, diketahui bahwa variabel bebas (X) yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) adalah variabel motivasi (X_1), belajar (X_2), dan tingkat keuntungan (X_5). Untuk variabel tingkat keuntungan (X_5) pengaruhnya secara signifikan lebih besar daripada variabel motivasi (X_1), belajar (X_2), yang berarti semakin tinggi (X_5) maka Y akan semakin mengalami kenaikan. Dalam hal ini, semakin tinggi nisbah yang diperoleh dan semakin beraneka ragam produk bisnis yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan jumlah nasabah yang menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda antara variabel-variabel bebas yaitu motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), dan tingkat keuntungan (X_5) dengan variabel terikat yaitu keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) seperti yang telah diuraikan di atas dapat diketahui bahwa faktor-faktor rasional yang berada dalam diri individu nasabah mempunyai hubungan yang

signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa sebelum nasabah memutuskan untuk menabung di suatu lembaga keuangan, maka ia akan mengevaluasi segala yang ada dalam dirinya meliputi motivasi, belajar, sikap, persepsi, dan tingkat keuntungan yang diperoleh terhadap sesuatu yang dirasakan menyangkut pelayanan, jaminan keamanan dan keuntungan yang diperoleh nasabah. Dari hasil analisis dan pengujian tersebut juga dapat diketahui bahwa faktor-faktor psikologis dan rasionalis secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung tidak terlepas dari faktor-faktor psikologis dan rasionalis yang ada dalam diri nasabah. Dalam hal ini tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis memegang peranan utama dalam menggerakkan seorang nasabah terhadap kecenderungan untuk menabung.

Hasil dari penelitian kali ini ternyata mampu memantapkan teori tentang perilaku motif-motif pembelian konsumen yang telah diungkapkan oleh Prasetijo dan Ihalauw (2005:39) dimana motif keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor rasionalis dan faktor psikologis.

Pendapat tersebut telah diterapkan langsung dalam penelitian kali ini dan ternyata mampu menjadi panduan dalam langkah-langkah

pencarian informasi lebih lanjut untuk menghasilkan data yang ditampilkan di atas.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian dan Implementasi

Berdasarkan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa perilaku nasabah yang dijabarkan dalam lima variabel bebas (X) yaitu motivasi (X_1), belajar (X_2), sikap (X_3), persepsi (X_4), dan tingkat keuntungan (X_5) memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung, maka BMT Al Hijrah KAN Jabung harus memperhatikan langkah-langkah untuk mempengaruhi perilaku nasabah guna meningkatkan jumlah nasabah BMT Al Hijrah KAN Jabung, yaitu sebagai berikut :

1. Pada dasarnya perilaku konsumen itu dimulai dengan adanya motivasi. Setiap orang dimotivasi oleh kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan merupakan kekuatan mendasar yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu, dan keinginan merupakan kebutuhan yang dipelajari selama hidup seseorang.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel motivasi (X_1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,642 terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Artinya jika BMT Al Hijrah KAN Jabung lebih gencar lagi untuk melakukan promosi tentang investasi non

bunga dan jaminan keamanan maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Al Hijrah KAN sebesar 68,23%.

Al-Qur'anul Karim sering menyebutkan aneka motivasi manusia, diantaranya adalah Allah *Subhaanahu wa Ta'aala* telah berfirman dalam Qs. An-Nahl (16) : 112, yang berbunyi :

وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ ءَامِنَةً مُّطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِّن كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ ﴿١١٢﴾

Artinya: "Dan Allah telah membuat suatu perumpamaan (dengan) sebuah negeri yang dahulunya aman lagi tenteram, rezekinya datang kepadanya melimpah ruah dari segenap tempat, tetapi (penduduk) nya mengingkari ni`mat-ni`mat Allah; karena itu Allah merasakan kepada mereka pakaian kelaparan dan ketakutan, disebabkan apa yang selalu mereka perbuat".

2. Kemampuan seorang individu untuk belajar, akan dapat memberi perubahan dalam perilaku seseorang yang disebabkan oleh informasi yang didapat dan pengalaman masa lalu. Belajar merupakan respon atau reaksi terhadap beberapa stimulus. Jika respon menyenangkan akan menjadi kepuasan, dan jika respon tidak menyenangkan akan menjadi hukuman.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel belajar (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,172 terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y). Artinya jika BMT Al Hijrah KAN Jabung memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah dan

menginformasikan berbagai produk bisnisnya, maka akan meningkatkan jumlah nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung sebesar 49,14%.

Berkaitan dengan pengartian makna belajar, Allah *Subhaanahu wa Ta'aala* telah berfirman dalam Qs. Al-Baqarah (2):151, yang berbunyi :

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ
وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Artinya: *"Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan ni`mat Kami kepadamu) Kami telah mengutus kepadamu Rasul di antara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al Kitab dan Al-Hikmah (As Sunnah), serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui"*.

Ayat tersebut menggambarkan bahwa kita harus terus memberikan pemahaman dan mengajarkan konsep ekonomi berdasarkan al-Quran kepada setiap umat manusia. Oleh karena pengetahuan mempunyai kaitan erat dengan belajar konsekuensi perilaku sangat berpengaruh terhadap proses belajar maka sebaiknya BMT Al Hijrah KAN Jabung meningkatkan pemberian informasi dan pengetahuan akan produk-produk yang ada di BMT Al Hijrah KAN Jabung untuk meningkatkan nasabah atau calon nasabah untuk menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

3. Pembentukan sikap ini tidak terjadi dengan sendirinya, senantiasa terjadi dan berlangsung dalam interaksi manusia yang berkenaan

dengan obyek tertentu dan sikap ini biasanya merupakan sikap yang positif dan negatif terhadap suatu obyek setelah melalui proses penilaian yang dipengaruhi keadaan diri pribadi orang itu sendiri maupun lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel sikap (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,356 terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y).

Dalam hubungannya dengan perilaku sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu pelayanan. Karena sikap sebagai ekspresi dari perasaan dalam diri yang mencerminkan apakah seseorang cenderung suka atau tidak terhadap beberapa obyek (jasa).

Ditinjau dalam perspektif Islam, sebagaimana hadist yang diriwayatkan dari Aisyah r.a isteri Nabi SAW bersabda:

“Sesungguhnya Rasulullah s.a.w bersabda: Wahai Aisyah! Sesungguhnya Allah itu Maha Lembut, Dia suka akan kelembutan. Allah akan memberikan balasan dari kelembutan yang tidak diberikan atas sikap keras dan kasar serta selainnya” (Riwayat Muslim dalam kitab kebaikan hubungan kekeluargaan dan etika, Hadits No 4697).

Hadist di atas menggambarkan bagaimana Rasulullah SAW memerintahkan untuk bersikap lemah lembut kepada siapapun. sama halnya yang harus dilakukan BMT Al Hijrah KAN Jabung dalam memberikan pelayanan hendaknya karyawannya bersikap ramah dan lemah lembut agar memberikan kesan yang baik kepada nasabah,

sehingga nasabah mempunyai penilaian yang positif pada karyawan yang pada akhirnya akan menarik minat nasabah dan calon nasabah untuk menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung.

4. Konsumen ada kalanya memiliki berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan, hal ini disebabkan adanya perbedaan persepsi yang berawal dari bagaimana mereka mengumpulkan dan menafsirkan informasi yang didapat dari lingkungan sekitar mereka. Dimana persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, mengelola, dan menginterpretasikan stimulus kedalam bentuk arti dan gambar. Persepsi dibentuk perhatian dan pemahaman terhadap suatu objek, seperti perhatian BMT terhadap pengembangan ekonomi umat dan pemahaman terhadap reputasi BMT.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel persepsi (X_4) memberi pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 35,64% artinya jika BMT Al Hijrah KAN Jabung meningkatkan perhatian BMT terhadap pengembangan ekonomi umat dan reputasi BMT dimata masyarakat, maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung sebesar 35,64%.

Oleh karena itu dalam mempengaruhi nasabah, BMT Al Hijrah KAN Jabung meningkatkan citra lembaga keuangan serta peningkatan

perhatian BMT terhadap pengembangan ekonomi umat. Seperti halnya cara yang dilakukan rasul lewat hadist beliau yang diriwayatkan oleh Abu Sa'id ra, yaitu :

“Takutlah kalian kepada firasat orang mukmin. Karena sesungguhnya orang mukmin melihat dengan cahaya Allah Ta'aala.” Kemudian beliau membaca ayat, *“Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Kami) bagi orang-orang yang memperhatikan tanda-tanda”* (Qs. Al-Hijr:75)

5. Tingkat keuntungan yang diperoleh dan perhitungan bisnis merupakan suatu yang diharapkan oleh setiap nasabah lembaga keuangan. Keuntungan biasanya akan selalu dicari oleh setiap nasabah dalam memutuskan untuk menginvestasikan dananya pada suatu lembaga keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel tingkat keuntungan (X_5) memberi pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 73,44% artinya jika BMT Al Hijrah KAN Jabung menawarkan nisbah yang diperoleh dan produk bisnis yang beraneka ragam kepada nasabah maka akan meningkatkan jumlah nasabah untuk menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung (Y) sebesar 73,44%.

Kontribusi yang diberikan variabel tingkat keuntungan (X_5) merupakan kontribusi terbesar dari variabel bebas (X). Jadi sebaiknya BMT Al Hijrah KAN Jabung meningkatkan penawaran nisbah yang

diperoleh dan lebih gencar lagi mempromosikan produk bisnisnya kepada nasabah.

Diriwayatkan daripada Abu Hurairah r.a berkata:

“Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: Sumpah itu penyebab larisnya barang dagangan, tetapi menghapuskan keberkatanya dalam keuntungan”. (Riwayat Bukhari dalam kitab jual beli. Hadits No 1945).

Hadits tersebut menggambarkan bahwa *marketing* tidak boleh memberikan kepastian keuntungan yang akan didapat nasabah jika menabung atau mengambil suatu pembiayaan, karena harta atau keuntungan yang akan didapat tidak akan mendapat berkah dari Allah. Jadi konsep BMT Al Hijrah KAN Jabung tentang nisbah, musyarakah, mudharabah dan lain-lain merupakan konsep yang berimbang antara kondisi ekonomi dan keuntungan yang didapat, sehingga tidak akan merugikan salah satu pihak.