

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT Bina Ihsanul Fikri

1. Sejarah BMT

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) merupakan lembaga keuangan syariah yang menitikberatkan pada pemberdayaan ekonomi kelas menengah kebawah dengan pola bagi hasil yang didirikan pada tahun 1996 di daerah Gedongkuning Yogyakarta.

Munculnya ide untuk mendirikan BMT BIF ini karena melihat banyak pengusaha kecil yang potensial akan tetapi tidak terjangkau oleh bank, khususnya bank syariah. Hal ini menjadikan banyak pengusaha yang kekurangan modal sehingga modalnya tersebut dipenuhi oleh rentenir dan lintah darat yang selama ini kita mengetahui suku bunga dari rentenir sangat besar dan sangat membebani masyarakat yang meminjamnya. Fenomena seperti ini juga bertambah melihat kecenderungan dakwah islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi. Pada akhirnya tanggal 11 Maret tahun 1997 BMT Bina Ihsanul Fikri mendapatkan badan hukum no 159BHKWK. 12VI1997.

Pada prinsipnya usaha BMT BIF dibagi menjadi dua yaitu *Baitul Maal* (usaha sosial) dan *Baitul Tamwil* (usaha bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq, dan shodaqoh serta mentasyarufkannya kepada delapan Ashnaf. Skala prioritasnya dimaksud untuk mengentaskan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang etika bisnis serta bantuan social, seperti biaya bantuan kesehatan, beasiswa. Sedangkan usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan masyarakat ekonomi kelas bawah

dilakukan dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka, kemudian disalurkan dalam bentuk pembiayaan atau kredit kepada pengusaha kecil, dengan system bagi hasil.

2. Visi dan Misi BMT BIF Yogyakarta

Visi dan Misi BMT BIF Yogyakarta yaitu sebagai berikut:

a. VISI

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam memberdayakan umat.

b. MISI

1. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam jasa keuangan mikro syariah.
2. Menerapkan nilai syariah untuk kesejahteraan bersama.
3. Mewujudkan kehidupan umat yang islami.

3. TUJUAN :

1. Turut berpartisipasi aktif dalam membumikan ekonomi umat.
2. Meningkatkan kesejahteraan anggota, pengelola dan umat.
3. Menyediakan permodalan islami bagi usaha mikro.

4. MOTTO

“Adil dan menguntungkan”

B. Sumber Daya Manusia

Berdasarkan peneliti ketahui bahwa sumber daya manusia di BMT BIF cukup kompeten, sehingga kami berharap dapat dibimbing dan mendapatkan banyak pengetahuan yang mendalam mengenai praktik lembaga keuangan syariah. Adapun Struktur Organisasi BMT BIF Yogyakarta sebagai berikut :

1. Sususan Pengurus

SUSUNAN KEPENGURUSAN PERIODE 2014-2018

Pengurus

Ketua : M. Ridwan, SE, M.Ag

Sekretaris : Supriyadi, SH, MM

Bendahara : Saifu Rijal, SH,MM

2. Pengawas

Pengawas Manajemen :

- Ir. Sushardi, SKH, MP

- Hadi Muhtar, SE, MM

- Ir. Fuad Abdullah

Pengawas Syari'ah :

- DR. Hamim Ilyas, MA

- Nurudin, MA

3. Pengelola

Direktur : Muhammad Ridwan, SE, M.Ag

ridwan_bif@yahoo.co.id

Manager Cabang Kota I : Saiful Rijal,SH, MM

Manager Cabang Bugisan : Sutardi, SH, MM

Manager Cabang Nitikan : Yudana Octy S, SE

Manager Cabang Parangtritis : Sudarmanto, S.Ag

Manager Cabang Pleret : Heni Purnoko, A.Md

Manager Cabang Gamping : Hendra Cahyono, S.SI

Manager Cabang Berbah	: Nur Astuti Rahmawati, SE
Manager Cabang Tajem	: Yeni Mastuti Istiqomah, SE
Manager Cabang Sleman Kota	: Anton Supriyanto, S.Sos
Manager Cabang Gunungkidul	: Abdul Aziz, S.SI
Manager Cabang Kulonprogo	: Rina Putra Limawantoro, SE

C. Hasil Penyebaran Kuisisioner

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui metode survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Total item pertanyaan dalam kuisisioner penelitian ini adalah 31 pertanyaan, yang terdiri dari 6 item pertanyaan dari variabel kedisiplinan, 6 item pertanyaan dari variabel motivasi, 6 item pertanyaan dari variabel kepuasan kerja, 6 item pertanyaan dari variabel kompensasi, dan 7 item pertanyaan dari variabel prestasi kerja marketing. Kuisisioner yang disebar sebanyak 45 kuisisioner kepada responden yang merupakan karyawan bagian marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Kuisisioner diberikan langsung oleh peneliti dan peneliti terjun langsung untuk menyebarkan kuisisioner diseluruh cabang yang ada di Yogyakarta setelah mendapat izin dari pihak BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Pengisian kuisisioner dilakukan selama 13 hari yaitu dari tanggal 9 Maret 2018 – 21 Maret 2018.

Hasil penyebaran kuisisioner disajikan dalam bentuk tabel 4.1 yang menunjukkan jumlah kuisisioner disebar. Jumlah kuisisioner yang disebar yaitu 45 kuisisioner, dari jumlah kuisisioner yang telah disebar yang tidak kembali sejumlah 3 kuisisioner sedangkan kuisisioner yang kembali sejumlah 42 kuisisioner, dan semua kuisisioner yang telah kembali dapat diolah.

Tabel 4.1

Hasil Penyebaran Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Kuisisioner yang disebar	45
Kuisisioner yang kembali	42
Kuisisioner yang tidak kembali	3
Kuisisioner yang dapat diolah	42
Kuisisioner yang tidak dapat diolah	0

Sumber : data primer diolah 2018

D. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama bekerja, dan penghasilan. Berikut adalah tabel 4.2 mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase
Laki-laki	33	78,6%
Perempuan	9	21,4%
Total	42	100%

Sumber: data primer diolah 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini dengan jenis laki-laki sejumlah 33 orang dengan presentase 78,6% dan sisanya yaitu dengan jenis perempuan sejumlah 9 orang dengan presentase 21,4%. Dapat disimpulkan bahwa karyawan marketing yang berkerja di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta mayoritas berjenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase
Laki-laki	33	78,6%
Perempuan	9	21,4%
Total	42	100%

Sumber: data primer diolah 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini dengan usia 25 – 35 tahun berjumlah 36 orang dengan presentase sebesar 85,7%, sedangkan usia 36 – 45 tahun berjumlah 6 orang dengan presentase 14,3%. Dengan demikian karakteristik responden berdasarkan usia yang bekerja sebagai marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta mayoritas berusia 25 – 35 tahun dengan presentase sebesar 85,7%.

3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Presentase
SLTA	5	11,9%
Diploma	6	14,3%
S1	30	71,4%
Lain-lain	1	2,4%
Total	42	100%

Sumber: data primer diolah 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini dengan pendidikan terakhir SLTA berjumlah 5 orang dengan presentase 11,9%, diploma berjumlah 6 orang

dengan presentase 14,3%, sarjana berjumlah 30 orang dengan presentase 71,4%, dan lain-lain berjumlah 1 orang dengan presentase 2,4%. Dengan demikian berdasarkan pendidikan terakhir yang bekerja di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta sebagai marketing, mayoritas pendidikan terakhir yang didapatkan yaitu S1 sehingga pendidikan dan pengetahuan yang telah didapatkan sudah mencukupi untuk bekal ia bekerja.

4. Karakteristik responden berdasarkan lama kerja

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kerja

Lama Kerja	Jumlah (orang)	Presentase
1 – 5 tahun	34	81%
6 – 10 tahun	8	19%
Total	42	100%

Sumber : data primer diolah 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini dengan lama kerja 1 – 5 tahun berjumlah 34 orang dengan presentase 81% dan 6 – 10 tahun berjumlah 8 orang dengan presentase 19%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bagian marketing, mayoritas belum terlalu lama bekerja di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, sehingga dapat mempengaruhi kedisiplinan serta kepuasan kerja yang ia dapatkan.

5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah (orang)	Presentase
1 jt – 2 jt	29	69%
2 jt – 5 jt	12	28,6%

>5 jt	1	2,4%
Total	42	100%

Sumber : data primer diolah 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini dengan pendapatan 1jt – 2jt berjumlah 29 orang dengan presentase 69%, 2jt – 5jt berjumlah 12 orang dengan presentase 28,6%, dan >5jt berjumlah 1 orang dengan presentase 2,4%. Dengan demikian dapat dikatakan orang yang bekerja sebagai marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta mayoritas mempunyai penghasilan sebesar 1jt – 2jt, sehingga dapat mempengaruhi kompensasi yang mereka dapatkan.

E. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur ketepatan alat ukur. Item kuisioner yang dijadikan alat ukur dapat dinyatakan valid dengan melihat output uji validitas pada SPSS dengan metode *Pearson Product Moment*. Apabila nilai signifikansinya pada korelasi *pearson* total dibawah 5% maka kuisioner tersebut dinyatakan valid (Fauziyah, 2016: 337).

Hasil uji validitas dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R	Sig.	Keterangan
Kedisiplinan (X1)	KD1	0,520	0,000	Valid
	KD2	0,724	0,000	Valid
	KD3	0,503	0,000	Valid
	KD4	0,710	0,000	Valid
	KD5	0,657	0,000	Valid
	KD6	0,656	0,000	Valid
Motivasi (X2)	MO1	0,473	0,002	Valid
	MO2	0,439	0,004	Valid
	MO3	0,715	0,000	Valid
	MO4	0,658	0,000	Valid

Kepuasan Kerja (X3)	MO5	0,677	0,000	Valid
	MO6	0,657	0,000	Valid
	KK1	0,617	0,000	Valid
	KK2	0,637	0,000	Valid
	KK3	0,704	0,000	Valid
	KK4	0,649	0,000	Valid
Kompensasi (X4)	KK5	0,684	0,000	Valid
	KK6	0,683	0,000	Valid
	KO1	0,777	0,000	Valid
	KO2	0,760	0,000	Valid
	KO3	0,850	0,000	Valid
	KO4	0,796	0,000	Valid
Prestasi Kerja Marketing (Y)	KO5	0,692	0,000	Valid
	KO6	0,641	0,000	Valid
	PKM1	0,720	0,000	Valid
	PKM2	0,738	0,000	Valid
	PKM3	0,774	0,000	Valid
	PKM4	0,572	0,000	Valid
	PKM5	0,747	0,000	Valid
	PKM6	0,661	0,000	Valid
	PKM7	0,707	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah 2018

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja, kompensasi dan prestasi kerja marketing, dapat terlihat bahwa memiliki signifikansi dibawah 0,05 atau kurang dari 5%. Semua indicator yang digunakan dalam setiap variabel penelitian dinilai valid dan layak untuk digunakan sebagai pengukur data yang kemudian dapat dianalisis.

F. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrument pernyataan kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap kuisisioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Fauziyah, 2016:332). Menurut Sekaran (2000) dalam Fauziyah (2016) salah satu cara melihat sebuah

instrument pernyataan reliabel adalah dengan cara menggunakan uji statistik SPSS dengan melihat *Cronbach Alpha* (α) >0,60. Berikut ini hasil uji reliabilitas dalam tabel 4.8 :

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kedisiplinan	0,700	Reliabel
Motivasi	0,653	Reliabel
Kepuasan Kerja	0,743	Reliabel
Kompensasi	0,845	Reliabel
Prestasi Kerja		
Marketing	0,829	Reliabel

Sumber: data primer diolah 2018

Tabel 4.8 di atas dapat terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60. Hal ini berarti semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, sehingga semua item pernyataan dapat dipercaya dan dapat digunakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

G. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas berfungsi untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas atau variable independen. Salah satu cara untuk melakukan uji multikolonieritas yaitu dapat dilihat dengan nilai *Tolerance* dan nilai *Value Inflation Factor (VIF)*. Nilai yang digunakan untuk menunjukkan tidak adanya multikolonieritas yaitu nilai $Tolerance > 0,10$ atau $VIF < 0,10$ (Fauziyah, 2016:222). Berikut ini merupakan uji multikolonieritas dalam tabel 4.9:

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
KD (X1)	0,594	1.682	Tidak terjadi multikolonieritas
MO (X2)	0,375	2.664	Tidak terjadi multikolonieritas
KK (X3)	0,366	2.735	Tidak terjadi multikolonieritas
KO (X4)	0,667	1.499	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber: data primer diolah 2018

Tabel 4.9 di atas dapat terlihat bahwa model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 0,10.

H. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dapat dikatakan heteroskedasitas. Salah satu cara untuk melakukan uji heteroskedasitas yaitu dengan menggunakan uji Glejser, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi heteroskedasitas, jika sebaliknya nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka terjadi homokedastisitas (Muhson, 2012:26).

Berikut ini merupakan uji heteroskedasitas dalam tabel 4.10:

Tabel 4.10

Hasil Uji Heteroskedasitas

Model	Sig.
KD (X1)	0,770
MO (X2)	0,445
KK (X3)	0,928
KO (X4)	0,485

Sumber: data primer diolah 2018

Dari tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa variabel-variabel kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja dan kompensasi hasilnya tidak ada yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai signifikan $\geq 0,05$, maka regresi yang digunakan terhindar dari masalah heteroskedasitas.

I. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika distribusinya tidak normal, maka uji statistic menjadi tidak valid. Salah satu cara mengetahui bahwa normal tidaknya yaitu dengan cara melihat nilai signifikansinya, apabila nilai signifikansinya dibawah 0,05 maka dapat dikatakan berdistribusi tidak normal begitu pula sebaliknya. Berikut ini merupakan uji normalitas dalam tabel 4.11:

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91894124
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.047
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.597
Asymp. Sig. (2-tailed)		.869
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: data primer diolah 2018

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar 0,869 dan tidak signifikan pada 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan jika residual tersebut terdistribusi secara normal.

J. Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Terdapat dua empat variabel bebas atau independen yaitu kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi yang mempengaruhi variabel terikat atau dependen yaitu prestasi kerja marketing.

1. Koefisien Determinasi (Adjusted Square)

Fungsi dari koefisien determinasi yaitu untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dependen. Berikut ini hasil pengujian koefisien determinasi dalam tabel 4.12:

Tabel 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

R	R Square	AdjustedR Square
0,690	0,477	0,420

Sumber: data primer diolah 2018

Tabel 4.12 di atas terlihat bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,477 yang artinya bahwa kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi mempengaruhi prestasi kerja marketing sebesar 47,7 %, dan sisanya sebesar 52,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji F

Pada dasarnya, uji statistic F ini menunjukkan bahwa apakah semua variabel bebas atau independen didalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen. Berikut ini hasil pengujian uji F dalam tabel 4.13:

Tabel 4.13

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	137,429	4	34,357	8,420	0,000
Residual	150,976	37	4,080		
Total	288,405	41			

Sumber: data primer diolah 2018

Tabel 4.13 di atas terlihat bahwa variabel kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi memiliki nilai F sebesar 8,420 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja serta kompensasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap prestasi kerja marketing.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini bertujuan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas atau independen secara parsial dalam menerangkan variabel terikat atau dependen. Berikut ini hasil uji hipotesis dalam tabel 4.15:

Tabel 4.15

Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Sig.
Kedisiplinan	-0,121	0,565

Motivasi	0,796	0,005
Kepuasan Kerja	0,276	0,304
Kompensasi	0,010	0,955
Konstanta	3,289	0,387

Sumber: data primer diolah 2018

Berikut ini hasil dari tabel 4.15 diatas dapat ditulis persamaan regresi, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$\text{Prestasi Kerja marketing} = 3,289 + -0,121X_1 + 0,796X_2 + 0,276X_3 + 0,010X_4$$

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Pengujian hipotesis pertama: kedisiplinan berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,565 yang artinya $> 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel kedisiplinan berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung.
- Pengujian hipotesis kedua: motivasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing. Hal tersebut dapat terlihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,005 yang berarti $< 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel motivasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing didukung.
- Pengujian hipotesis ketiga: kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing. Hal tersebut dapat terlihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,304 yang artinya $> 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis yang

menyatakan variabel kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung.

- d. Pengujian hipotesis keempat: kompensasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing. Hal tersebut dapat terlihat bahwa dari nilai signifikansinya sebesar 0,955 yang artinya $> 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel kompensasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung.

K. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kedisiplinan, motivasi, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap prestasi kerja marketing padar karyawan marketing BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Untuk hasil dari uji empiris hipotesis yang telah dilakukan akan dibahas pada bagian ini.

1. Pengaruh kedisiplinan terhadap prestasi kerja marketing

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.15 menunjukkan nilai signifikansinya sebesar 0,565. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kedisiplinan tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kedisiplinan terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung. Pada awalnya peneliti menduga bahwa perilaku seseorang tidak akan terlepas dari adanya kedisiplinan. Seseorang yang mempunyai disiplin yang tinggi maka akan mempengaruhi apa yang akan ia kerjakan. Namun pada kenyataannya dugaan peneliti kurang tepat, tidak semua orang melakukan pekerjaannya secara disiplin.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nur Rofi (2012) yang menyatakan bahwa kedisiplinan berpengaruh positif terhadap prestasi

kerja marketing. Namun, penelitian ini mendukung penelitian Bernadetta Dian Retnani (2016) yang menyatakan bahwa kedisiplinan berpengaruh negativ terhadap prestasi kerja marketing.

Kedisiplinan dapat tidak terjadi karena organisasi tersebut sudah matang dengan adanya karyawan yang mempunyai tingkat disiplin yang tinggi, karena karyawan sudah terbiasa dengan keadaan seperti itu maka kedisiplinan tidak berpengaruh terhadap prestasi kerja.

Menurut Dinda A (2014:43) kedisiplinan bukan salah satu faktor yang mempengaruhi prestasi kerja karyawan bagian marketing di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, karena variabel prestasi kerja yang diukur dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target, serta pengetahuan dan penguasaan karyawan dalam menyelesaikan tugas tidak harus dengan ketepatan kehadiran dan waktu(rajin dalam bekerja). Karyawan tersebut menaati peraturan perusahaan, tetapi karyawan masih kurang tertib dalam menjalankan peraturan didalam perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan bahwa kedisiplinan berpengaruh tidak signifikan terhadap prestasi kerja.

2. Pengaruh motivasi terhadap prestasi kerja marketing

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.15 motivasi menunjukkan nilai signifikansinya sebesar 0,005. Hal ini berarti motivasi mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh motivasi terhadap prestasi kerja marketing didukung. Pada dasarnya motivasi yang dilakukan oleh seseorang itu berbeda-beda dalam sebuah organisasi. Motivasi yang ada dalam diri karyawan di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta tersebut akan berdampak terhadap prestasi kerja.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ivonne (2013) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap prestasi kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Labudo (2013), bahwa disiplin kerja berpengaruh terhadap produktivitas/kinerja karyawan sehingga dapat meningkatkan produktivitas/kinerja karyawan. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Prabasari dan Netra (2013) yang menyatakan bahwa motivasi paling dominan berpengaruh terhadap prestasi kerja. Hal ini disebabkan karena dengan motivasilah sumber daya manusia (SDM) yang ada mampu terdorong untuk bekerja dengan baik sehingga prestasi kerja yang baik dapat tercapai.

Dalam hal ini sumber daya manusia (SDM) sangat berperan penting dalam menumbuhkan motivasi karyawan, karena motivasi dapat dilakukan dari seorang pimpinan, rekan kerja, serta kerabat. Sehingga, ketika motivasi karyawan itu tinggi maka akan berdampak dengan apa yang sedang ia kerjakan yaitu prestasi kerja dapat meningkat.

3. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.15 terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,304. Hal ini berarti kepuasan kerja tidak memiliki pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kepuasan kerja terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung. Pada awalnya peneliti menduga bahwa karyawan akan merasa terpuaskan dengan apa yang sudah dikerjakannya. Pada kenyataannya dugaan peneliti kurang tepat, tidak semua karyawan merasakan kepuasan kerja setelah apa yang telah dikerjakannya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Sulistyawati dan Indrayani (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja. Dan penelitian Ivonne (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja.

Argument alternatif yang mungkin terjadi kepuasan kerja BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yaitu, faktor dari pimpinan. Apabila pimpinan itu tidak sesuai dengan yang diharapkan karyawan maka akan timbul ketidakpuasan dan dapat mempengaruhi prestasi kerja yang didapatkan sehingga prestasi kerja akan menurun. Alasan lain yaitu karena faktor lingkungan. Apabila lingkungan kerja yang dijalani tidak nyaman, maka kepuasan yang didapat dapat menurun dan dapat mempengaruhi prestasi kerja yang ia dapatkan.

4. Kompensasi berpengaruh positif terhadap prestasi kerja marketing

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.15 terlihat bahwa kompensasi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,955. Hal ini berarti kompensasi tidak mempunyai pengaruh terhadap prestasi kerja marketing, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kompensasi terhadap prestasi kerja marketing tidak didukung. Pada awalnya peneliti menduga bahwa perilaku seseorang tidak terlepas dari kompensasi. Semua perilaku manusia akan dipengaruhi jika ia mendapatkan apa yang ia inginkan, misalnya kompensasi. Pada kenyataannya dugaan peneliti kurang tepat, tidak semua perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh kompensasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aris, Taher, dan Hamidah (2011) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap

prestasi kerja. Namun, penelitian ini mendukung penelitian Bernadetta Dian Retnani (2016) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh negatif terhadap prestasi kerja.

Dengan melihat karakteristik responden mengenai gaji yang diterima oleh karyawan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta mayoritas dalam kisaran 1 – 2 juta dalam pendapatan yang ia dapatkan, maka karyawan dapat merasa bahwa kompensasi yang diterimanya tergolong rendah.