

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan dengan objek petani yang ada di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Peneliti tidak memfokuskan objek pada dusun tertentu yang ada di Desa Bangunjiwo, namun peneliti mengambil responden secara sengaja di seluruh daerah Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Peneliti langsung mewawancarai dan memberikan kuesioner ketika bertemu dengan petani di daerah Desa Bangunjiwo dan mendatangi pertemuan yang diadakan oleh Kelompok Tani yang ada di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas petani berasal dari Dusun Gendeng, Kalirandu, Tirto, dan Kalangan. Adapun deskripsi lain mengenai responden penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul yang peneliti jadikan responden, dari 92 petani, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki. Adapun pada Tabel 5.1 menunjukkan jumlah persentase jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 62 orang atau 95 persen dan 30 orang berjenis kelamin perempuan atau 5 persen.

Tabel 5.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	62	95%
2	Perempuan	30	5%
Total		92	100%

Sumber : Hasil olah data *Microsoft Excel*

2. Usia

Usia petani yang dijadikan responden rata-rata berkisar antara 20 sampai 30 tahun dengan sebanyak 18 orang atau sebesar 12 persen, usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 23 orang atau sebesar 25 persen, usia 41 sampai 50 tahun sebanyak 26 orang atau sebesar 28 persen, dan usia diatas 50 tahun terdapat 32 orang atau sebesar 35 persen. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.2 berikut:

Tabel 5.2
Tingkat Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	20-30	11	12%
2	31-40	23	25%
3	41-50	26	28%
4	> 50	32	35%
Total		92	100%

Sumber : Hasil olah data *Microsoft Excel*

3. Pendidikan

Tingkat pendidikan terakhir responden petani di Desa Bangunjiwo rata-rata tidak tamat sekolah sebanyak 28 orang atau sebesar 30 persen, tingkat Sekolah Dasar sebanyak 45 orang atau sebesar 49 persen, tingkat Sekolah Menengah Pertama sebanyak 13 orang atau sebesar 14 persen, dan tingkat Sekolah Menengah Atas sebanyak 6 orang atau 7 persen. Dari persentase berikut, dapat dilihat bahwa mayoritas petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul tingkat pendidikan terakhirnya hanya di tingkat SD (Sekolah Dasar). Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.3 dibawah ini:

Tabel 5.3
Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak tamat sekolah	28	30%
2	SD	45	49%
3	SMP	13	14%
4	SMA	6	7%
Total		92	100%

Sumber : Hasil olah data *Microsoft Excel*

4. Pendapatan

Berdasarkan hasil survey, rata-rata pendapatan petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul yaitu kurang dari Rp. 500.000/bulan. Persentase tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.4 berikut:

Tabel 5.4
Rata-rata Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp. 500.000/bulan	79	86%
2	Rp. 500.000-1 juta/bulan	13	14%
Total		92	100%

Sumber : Hasil olah data *Microsoft Excel*

Adapun banyaknya petani yang berpendapatan sebesar kurang dari Rp. 500.000/bulan sebanyak 79 orang atau sebesar 86 persen dan petani yang berpendapatan sebanyak Rp. 500.000 – 1.000.000 sebanyak 13 orang atau sebesar 14 persen. Tidak ada petani yang memiliki pendapatan diatas Rp. 1.000.000/bulan dikarenakan pendapatan mereka sangat bergantung kepada musim tanam, sehingga pendapatan setiap bulannya tidak tetap.

5. Deskripsi Jawaban Responden

Sebelum mengolah data hasil kuesioner, peneliti akan memaparkan hasil distribusi jawaban responden berdasarkan variabel pengetahuan, promosi, lokasi dan minat. Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti menggunakan skala likert untuk mengkuantitatifkan jawaban responden dengan menggunakan skor. Adapun pembagian skornya adalah sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- Setuju (S) diberi skor 3
- Sangat Setuju (SS) diberi skor 4

Berikut adalah distribusi jawaban responden berdasarkan item pertanyaan dalam variabel pengetahuan, promosi, lokasi dan minat.

a. Variabel Pengetahuan

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel pengetahuan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.5
Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan

Butir	Alternatif Jawaban							
	STS		TS		S		SS	
	f	%	f	%	F	%	f	%
X1.1	0	0	0	0	2	2	90	98
X1.2	0	0	0	0	2	2	90	98
X1.3	0	0	0	0	2	2	90	98
X1.4	0	0	0	0	2	2	90	98
X1.5	0	0	0	0	2	2	90	98

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5.5 dijelaskan jawaban responden berdasarkan pernyataan variabel pengetahuan (X1) sebagai berikut:

- 1) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X1.1 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X1.1.
- 2) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X1.2 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X1.2.
- 3) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X1.3 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X1.3.
- 4) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X1.4 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X1.4.

- 5) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X1.5 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X1.5.

b. Variabel Promosi

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel promosi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.6
Distribusi Frekuensi Variabel Promosi

Butir	Alternatif Jawaban							
	STS		TS		S		SS	
	f	%	f	%	f	%	f	%
X2.1	0	0	0	0	2	2	90	98
X2.2	0	0	0	0	19	21	73	79
X2.3	0	0	0	0	2	2	90	98
X2.4	0	0	0	0	2	2	90	98
X2.5	0	0	0	0	2	2	90	98

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5.6 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan pernyataan variabel promosi (X2) sebagai berikut :

- 1) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X2.1 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X2.1.

- 2) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X2.2 terdapat 19 orang atau 21 persen yang menyatakan setuju dan 73 orang atau 79 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X2.2.
- 3) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X2.3 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X2.3.
- 4) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X2.4 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X2.4.
- 5) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X2.5 terdapat 2 orang atau 2 persen yang menyatakan setuju dan 90 orang atau 98 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden

yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X2.5.

c. Variabel Lokasi

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel lokasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.7
Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi

Butir	Alternatif Jawaban							
	STS		TS		S		SS	
	f	%	f	%	f	%	f	%
X3.1	0	0	0	0	6	7	86	93
X3.2	0	0	0	0	6	7	86	93
X3.3	0	0	0	0	6	7	86	93
X3.4	0	0	0	0	6	7	86	93
X3.5	0	0	17	16	20	18	55	66

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5.7 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan item pernyataan variabel lokasi (X3) sebagai berikut :

- 1) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X3.1 terdapat 6 orang atau 7 persen yang menyatakan setuju dan 86 orang atau 93 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X3.1.
- 2) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X3.2 terdapat 6 orang atau 7 persen yang menyatakan setuju dan 86 orang atau 93 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden

yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X3.2.

- 3) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X3.3 terdapat 6 orang atau 7 persen yang menyatakan setuju dan 86 orang atau 93 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X3.3.
- 4) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X3.4 terdapat 20 orang atau 22 persen yang menyatakan setuju dan 86 orang atau 93 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X3.4.
- 5) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai X3.5 terdapat 17 orang atau 16 persen yang menyatakan tidak setuju, 20 orang atau 18 persen yang menyatakan setuju dan 55 orang atau 66 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan X3.5.

d. Variabel Minat

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel promosi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.8
Distribusi Frekuensi Variabel Minat

Butir	Alternatif Jawaban							
	STS		TS		S		SS	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Y.1	0	0	0	0	6	7	86	93
Y.2	0	0	0	0	14	15	78	85
Y.3	0	0	0	0	14	15	78	85
Y.4	0	0	0	0	14	15	78	85
Y.5	0	0	0	0	6	7	86	93

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5.8 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan item pernyataan variabel minat (Y) sebagai berikut :

- 1) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai Y.1 terdapat 6 orang atau 7 persen yang menyatakan setuju dan 86 orang atau 93 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan Y.1.
- 2) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai Y.2 terdapat 14 orang atau 15 persen yang menyatakan setuju dan 78 orang atau 85 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan Y.2.

- 3) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai Y.3 terdapat 14 orang atau 15 persen yang menyatakan setuju dan 78 orang atau 85 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan Y.3.
- 4) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai Y.4 terdapat 14 orang atau 15 persen yang menyatakan setuju dan 78 orang atau 85 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan Y.4.
- 5) Dari 92 responden petani yang memberikan tanggapan mengenai Y.5 terdapat 6 orang atau 7 persen yang menyatakan setuju dan 86 orang atau 93 persen yang menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju terhadap pernyataan Y.5.

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang

dilakukan oleh peneliti merupakan informasi yang akurat (Basuki dan Prawoto, 2016). Melalui uji validitas, dapat digunakan untuk melihat ketepatan dan kecermatan instrumen penelitian dalam fungsinya yaitu mengukur item-item pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Adapun hasil dari uji validitas setiap butir pertanyaan variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.9.

Tabel 5.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	1	Valid
	X1.2	1	Valid
	X1.3	1	Valid
	X1.4	1	Valid
	X1.5	1	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,876	Valid
	X2.2	0,718	Valid
	X2.3	0,876	Valid
	X2.4	0,876	Valid
	X2.5	0,876	Valid
Lokai (X3)	X3.1	0,893	Valid
	X3.2	0,893	Valid
	X3.3	0,893	Valid
	X3.4	0,893	Valid
	X3.5	0,822	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,810	Valid
	Y.2	0,963	Valid
	Y.3	0,963	Valid
	Y.4	0,963	Valid
	Y.5	0,810	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas yang terlihat pada Tabel 5.9, maka didapatkan bahwa nilai korelasi antar variabel dengan nilai totalnya lebih dari 0,25, sehingga seluruh butir pertanyaan variabel

pada kuesioner dapat dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas. Melalui uji reliabilitas ini, instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila digunakan untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama pula. Uji reliabilitas ini menggunakan *Alpha Cronbach* sebagai tolok ukurnya. Pada Tabel 5.10 akan diperlihatkan hasil uji reliabilitas pada setiap variabel.

Tabel 5.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
X1	1	Reliabel
X2	0,765	Reliabel
X3	0,790	Reliabel
Y	0,942	Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas ini, nilai *Alpha Cronbach* setiap variabel diatas adalah diatas 0,70. Hal ini berarti instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini tidak menimbulkan anti ganda dan data yang dihasilkan konsisten, sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel pengetahuan, promosi, lokasi dan minat ini memiliki reliabilitas tinggi (Basuki dan Prawoto, 2016).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Terdapat banyak cara pengujian yang dapat dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan fungsi distributif kumulatif dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Model dapat dikatakan berdistribusi normal ketika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai signifikansi $>$ nilai *alpha* (Suliyanto, 2011). Berdasarkan hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini, nilai signifikansinya adalah 0,301 atau lebih besar dari 0,05. Dari hasil uji normalitas tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah pengambilan sampel sudah dilakukan pada populasi yang tepat atau dengan kata lain apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke residual satu pengamatan yang lainnya (Basuki dan Prawoto, 2016). Model penelitian ini dikatakan tidak mengandung penyakit heteroskedastisitas ketika nilai signifikansinya lebih besar dari nilai *alpha*. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi variabel pengetahuan adalah sebesar 0,445, nilai signifikansi variabel promosi sebesar 0,344 dan nilai signifikansi variabel lokasi adalah sebesar 0,457. Berdasarkan nilai signifikansi hasil uji heteroskedastisitas tersebut, dapat dikatakan bahwa model tidak mengandung penyakit

heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansinya lebih besar dari pada *alpha* (0,05).

c. Uji Multikolinearitas

Fungsi uji multikolinearitas adalah digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Keberadaan penyakit multikolinearitas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil dari regresi penelitian itu sendiri, sehingga parameter yang dihasilkan tidak efektif sehingga menimbulkan kesalahan. Dalam model penelitian ini, peneliti akan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi ini dapat dikatakan bebas dari penyakit multikolinearitas ketika nilai VIF kurang dari 10 dan dikuatkan dengan nilai *Tolerance* lebih dari 0,01 (Suliyanto, 2011).

Tabel 5.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan (X1)	0,225	4,452
Promosi (X2)	0,231	4,325
Lokasi (X3)	0,739	1,353

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 5.11 dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi memiliki nilai *Tolerance* diatas 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10,

sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi bebas dari penyakit multikolinearitas.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa regresi telah memenuhi syarat asumsi klasik sehingga diharapkan dapat menganalisis pengaruh variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Pengujian hasil regresi tersebut dilakukan secara simultan menggunakan uji-F dan secara parsial menggunakan uji-t.

1. Uji-F (Simultan)

Uji hipotesis secara simultan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap kurangnya minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah dengan melihat nilai F-hitungunya.

Tabel 5.12
Hasil Uji Hipotesis secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	166,087	3	55,362	201,177	,000
Residual	24,217	88	275		
Total	190,304	91			

Sumber : Hasil olah data SPSS

Rumusan hipotesis yang digunakan adalah:

H0 : Variabel pengetahuan, promosi dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

H1 : Variabel pengetahuan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi dari variabel bebas adalah 0,000 atau $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

2. Uji-t (Parsial)

Uji hipotesis secara parsial ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap variabel minat. Berdasarkan hasil uji-t dengan menggunakan SPSS, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.13
Hasil Uji Hipotesis secara Parsial

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients	Significance
Pengetahuan	0,837	0,424	0,000
Promosi	0,891	0,496	0,000
Lokasi	0,876	0,928	0,000

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji-t diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat. Selanjutnya dapat pula diketahui hasil persamaan

regresi linier berganda dari model penelitian yang diuji sebagai berikut

:

$$Y = 0,424 X_1 + 0,496 X_2 + 0,928 X_3$$

$$\text{Minat} = 0,424 \text{ pengetahuan} + 0,496 \text{ promosi} + 0,928 \text{ lokasi}$$

Adapun hipotesis yang digunakan adalah :

a. Pengetahuan

H₀: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H₁: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji-t, variabel pengetahuan nilai signifikansinya 0,000 dan nilai *Unstandardized Coefficients B* adalah 0,837. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dan variabel pengetahuan mempengaruhi minat sebesar 0,837, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi pengetahuan petani mengenai pembiayaan *as-salam* maka akan semakin tinggi pula minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* pada perbankan syariah. Artinya, jika pengetahuan naik sebesar 1.000 satuan, maka minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* akan naik sebesar 837 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan petani mengenai pembiayaan akad *as-salam* akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah.

b. Promosi

H0: Promosi tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Promosi mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji-t, variabel promosi nilai signifikansinya 0,000 dan nilai *Unstandardized Coefficients B* adalah 0,891. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dan variabel promosi mempengaruhi minat sebesar 0,891, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi tingkat promosi maka akan semakin tinggi pula minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* pada perbankan syariah. Artinya, jika promosi naik sebesar 1.000 satuan, maka minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* akan naik sebesar 891 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi perbankan syariah mengenai pembiayaan akad *as-salam* akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah.

c. Lokasi

H0: Lokasi tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Lokasi mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji-t, variabel lokasi nilai signifikansinya 0,000 dan nilai *Unstandardized Coefficients B* adalah 0,876. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi

berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dan variabel lokasi mempengaruhi minat sebesar 0,876 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin dekat lokasi kantor perbankan syariah dari rumah petani, maka akan semakin tinggi pula minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* pada perbankan syariah. Artinya, jika jarak lokasi semakin dekat dan dikuantitatifkan menjadi sebesar 1.000 satuan, maka minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* akan naik sebesar 876 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi atau jaringan kantor perbankan syariah yang semakin dekat dengan lokasi rumah petani, maka akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah, sehingga proporsi pembiayaan akad *as-salam* semakin meningkat.

3. Uji R-square (Koefisien Determinasi)

Pengujian R-square atau biasa disebut koefisien determinasi yang mana digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel independen yaitu meliputi variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap variabel dependen yaitu kurangnya minat masyarakat menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hasil uji R-square dapat dilihat pada Tabel 5.14 berikut:

Tabel 5.14
Hasil Uji R-square (Koefisien Determinasi)

R	R Square	Adjusted R Square
0,934	0,873	0,868

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian R-square atau koefisien determinasi di atas, karena model pengujian ini merupakan regresi linier berganda, maka dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,868. Dengan nilai *Adjusted R Square* 0,868, artinya variabel independen (variabel pengetahuan, promosi dan lokasi) dapat menjelaskan variabel dependen (minat petani menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah) sebesar 86,8 persen, sedangkan 13,2 persen sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat didalam model.

D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Pengetahuan itu sendiri merupakan semua informasi yang dimiliki oleh petani khususnya mengenai perbankan syariah beserta produk-produk pembiayaan perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian pada kuesioner, menunjukkan bahwa pengetahuan petani mengenai perbankan syariah dan pembiayaan *as-salam* masih sangat kurang.

Selain itu juga, peneliti melakukan wawancara mengenai mekanisme dan konsep perbankan syariah beserta pengalaman mereka dalam mengakses perbankan syariah. Dari hasil wawancara tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa mereka tidak mengetahui sama sekali mengenai perbankan syariah serta pembiayaan *as-salam*. Berdasarkan paparan Sudaryanto selaku Ketua Kelompok Tani Mulyo, para petani juga tidak mengerti mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah, sehingga mereka lebih memilih menggunakan modal pribadi yang mereka miliki (Wawancara Petani, 26 November 2018).

Kendala yang mereka hadapi adalah ketika mereka tidak memiliki cadangan uang dan memiliki kebutuhan yang sangat mendesak, terpaksa mereka meminjam kepada keluarga atau kerabat terdekat untuk mengelola lahan pertanian mereka. Hal tersebut dilakukan karena petani takut untuk berurusan atau meminjam pada

pihak perbankan, karena ketika mereka mengalami gagal panen, mereka takut tidak dapat mengembalikan pinjaman yang mereka ajukan. Maka dari itu, mayoritas petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul lebih memilih menggunakan modal sendiri karena mereka merasa lebih aman dan tidak merasa memiliki tanggungan hutang (Sudaryanto, Wawancara Petani, 26 November 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asaad (2011) sebenarnya melalui pembiayaan *as-salam* dapat menyelesaikan permasalahan kesulitan permodalan yang dialami oleh petani, namun ketika pengetahuan mengenai pembiayaan *as-salam* minim maka tidak akan menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Sejatinya, pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa atau produk selalu diawali dengan informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai jasa atau produk tersebut. Namun fakta dilapangan, informasi mengenai perbankan syariah beserta produk-produk pembiayaannya masih sangat minim. Hal ini merupakan salah satu faktor yang menjadi permasalahan, padahal perkembangan teknologi dan informasi sudah sangat canggih namun masih saja susah dan jarang untuk menemukan informasi tentang perbankan syariah.

Teknologi informasi yang canggih ini semestinya dapat dijadikan peluang untuk mengedukasi masyarakat khususnya petani di Indonesia mengenai perbankan syariah dan produk pembiayaan seperti

as-salam yang cocok untuk usaha sektor pertanian. Maka dari itu, diperlukan dukungan serta campur tangan pemerintah untuk membantu perbankan syariah dalam memberikan sosialisasi dan edukasi kepada petani mengenai perbankan syariah, mekanisme dan konsep serta produk-produk pembiayaan syariah agar minat petani dalam menggunakan produk pembiayaan syariah khususnya *as-salam* meningkat. Hal berikut senada dengan hasil penelitian Hakimi dan Rizki (2015) yang mencoba mengungkap bahwa pembiayaan *as-salam* merupakan produk perbankan syariah yang fleksibel bagi sektor pertanian, sehingga harus dimaksimalkan penggunaan pembiayaannya.

2. Promosi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Perbankan syariah yang memiliki produk pembiayaan yang unggul serta memiliki manfaat yang besar, promosi merupakan strategi utama dan paling penting untuk kemajuan dari perbankan syariah itu sendiri. Dalam promosi, juga harus diperhatikan kualitas dari produk pembiayaan tersebut. Produk pembiayaan yang ditawarkan harus dapat menjawab permasalahan yang dialami oleh nasabah khususnya petani

dalam hal pendanaan. Kualitas produk tidak hanya mengenai manfaat namun juga meliputi skema pembiayaan yang sederhana dan mudah difahami oleh petani, agar tujuan utama promosi dapat tercapai.

Selain itu, dengan pangsa pasar yang mulai terhimpit oleh perbankan konvensional, maka perbankan syariah harus dapat menghadapi tantangan serta ancaman dengan memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk pembiayaannya kepada masyarakat luas. Perbankan syariah juga dapat bersinergi dengan pemerintah pusat ataupun daerah untuk membantu sosialisasi, promosi serta edukasi petani agar faham mengenai produk pembiayaan yang ada pada perbankan syariah. Hal ini dikarenakan, berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul menegaskan bahwa pihak perbankan syariah tidak pernah memberikan sosialisasi atau mempromosikan produk pembiayaan syariah yang mereka miliki sehingga banyak petani yang tidak mengerti bahwa ada pembiayaan yang cocok untuk usaha sektor pertanian.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa promosi sangat berpengaruh terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam*, karena strategi mempromosikan suatu produk merupakan misi penting yang harus dilakukan oleh perbankan syariah untuk meningkatkan minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

3. Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa faktor lokasi berpengaruh terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Menurut Kotler (2002), lokasi merupakan salah satu kunci sukses sebuah usaha. Hal tersebut dikarenakan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah atau petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Kebanyakan petani kurang tertarik menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah karena lokasi dan jarak kantor perbankan syariah dengan tempat tinggal sangat jauh dan memerlukan biaya akomodasi dan transport yang tidak sedikit untuk menjangkau dan mengakses perbankan syariah.

Menurut Pujo (Wawancara Petani, 27 November 2018) jarak antara rumah petani dengan kantor perbankan syariah yang ada di Kasihan maupun di Bantul itu relatif jauh, kurang lebih di atas 15 Km. Jika para petani menggunakan motor pribadi kurang lebih di atas 30 menit untuk mencapai lokasi kantor perbankan syariah, sedangkan jika menggunakan angkutan umum akan menjadi lebih lama. Selain itu, rumah para petani terletak di ujung Desa Bangunjiwo dan jarang sekali

ada angkutan umum yang melintas. Hal tersebut yang membuat para petani kurang minat untuk menggunakan pembiayaan di perbankan syariah khususnya pembiayaan *as-salam*.

Penentuan lokasi kantor perbankan syariah merupakan kebijakan yang sangat penting, karena kantor yang terletak di lokasi yang strategis akan sangat memudahkan nasabah dalam hal urusan dengan perbankan. Seperti halnya dekat dengan pasar, dekat dengan desa, dekat dengan perumahan, dekat dengan perkantoran dan industri. Selain lokasi harus strategis, bangunan kantor tersebut juga harus semaksimal mungkin memberikan kenyamanan kepada nasabah, seperti halnya *layout* ruangan, desain, serta areal parkir yang luas agar nasabah menjadi nyaman.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan lokasi kantor harus sangat diperhatikan oleh perbankan syariah karena akan berdampak pada perkembangan dan kemajuan perbankan syariah itu sendiri. Selain itu juga, faktor lokasi akan meningkatkan minat petani untuk menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Setelah penelitian ini selesai dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa faktor pengetahuan, promosi dan lokasi benar mempengaruhi secara signifikan minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Perbankan syariah harus melebarkan sayapnya

dan memperluas pangsa pasarnya dengan melakukan sosialisasi, edukasi petani dan promosi kepada petani mengenai pembiayaan *as-salam*. Memperluas jaringan kantor juga harus dilakukan agar sebaran jaringan kantor perbankan syariah semakin banyak sehingga masyarakat yang tinggal di desa juga dapat dengan mudah mengaksesnya karena lokasi kantor perbankan syariah semakin dekat.

Sejatinya, pembiayaan *as-salam* merupakan pembiayaan yang sangat sesuai untuk usaha sektor pertanian dan dapat memutus rantai kemiskinan dikalangan petani. Ketika petani menggunakan pembiayaan *as-salam*, resiko kegagalan akan semakin menurun ketika diiringi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari pihak bank yang faham mengenai seluk beluk pertanian, sehingga kualitas dan kuantitas dari hasil pertanian juga akan semakin baik dan meningkat.

Melalui pembiayaan *as-salam* yang diberikan oleh perbankan syariah, sektor pertanian akan semakin sejahtera dan produksi hasil pertanian seperti beras, kedelai, jagung, sayuran, dan lain-lain akan semakin meningkat sehingga dapat mensuplai kebutuhan domestik, bahkan ketika produksi pertanian surplus maka dapat diekspor sehingga dapat meningkatkan pendapatan nasional. Selain meningkatkan pendapatan nasional, melalui pembiayaan *as-salam* akan meningkatkan pendapatan petani sehingga petani akan semakin sejahtera dan Indonesia tidak perlu lagi mengimpor kebutuhan pangan pokok dari luar negeri.