

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

BMT Bina Ihsanul Fikri

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) merupakan lembaga keuangan syariah yang menitik beratkan pada pemberdayaan ekonomi kelas bawah yang didirikan dan dimiliki oleh masyarakat pada tahun 1996 di daerah Gedong Kuning Yogyakarta.

Munculnya ide untuk mendirikan BMT BIF ini karena melihat banyak pengusaha kecil potensial tetapi tidak terjangkau oleh bank, selain itu juga karena selama ini dakwah islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi umat. Sehingga seringkali kebutuhan modalnya dicukupi oleh renternir dan lintah darat yang suku bunganya sangat besar dan juga merupakan praktek riba serta memberatkan masyarakat, karena masyarakat diharuskan membayar bunga tambahan dari dana yang dipinjam. Keprihatinan ini mendorong untuk berdirinya BMT BIF.

Dalam menjalankan operasionalnya BMT BIF memiliki Visi dan misi dalam mencapai tujuannya. Adapun visi dan misinya sebagai berikut :

Visi :

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam memberdayakan umat

Misi :

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

Tujuan

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

Moto

“Adil dan menguntungkan”

Terdapat jenis dan proses maupun syarat dan ketentuan yang berlaku pada BMT Bina Ihsanuk Fikri kantor pusat yogyakarta, antara lain sebagai berikut :

1. Persyaratan
 - a. Menjadi anggota
 - b. Foto Copy Identitas (KTP) suami dan istri
 - c. Foto Copy kartu keluarga (C1)
 - d. Foto Copy jaminan
 - e. Slip Gaji (bagi karyawan)

2. Jenis-jenis produk

a. Mudharabah (modal 100% dari BMT BIF)

1) Manfaat bagi anggota

- a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- b) Dana di sediakan dari 100 ribu-50 juta rupiah
- c) Jaminan berupa motor, mobil, tanah (termasuk hak milik)

2) Fasilitas

- a) Dana tersedia dalam 2 hari
- b) Persyaratannya mudah
- c) Cicilan disesuaikan pokok ditambah nisbah. Bisa dicicil harian, mingguan, atau bulanan atau tangguh dalam jangka waktu sampai 24 bulan

b. Musyarakah (modal patungan)

1) Manfaat bagi anggota

- a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- b) Dana di sediakan dari 100 ribu-50 juta rupiah
- c) Jaminan berupa motor, mobil, tanah (termasuk hak milik)

2) Fasilitas

- a) Dana tersedia dalam 2 hari
- b) Persyaratannya mudah

- c) Cicilan disesuaikan pokok ditambah nisbah. Bisa dicicil harian, mingguan, atau bulanan atau tangguh dalam jangka waktu sampai 24 bulan
- c. Murabahah (pengadaan barang dengan jual beli)
- 1) Manfaat bagi anggota
 - a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
 - b) Dana di sediakan dari 100 ribu-50 juta rupiah
 - c) Jaminan berupa motor, mobil, tanah (termasuk hak milik)
 - 2) Fasilitas
 - a) Dana tersedia dalam 2 hari
 - b) Persyaratannya mudah
 - c) Cicilan disesuaikan pokok ditambah nisbah. Bisa dicicil harian, mingguan, atau bulanan atau tangguh dalam jangka waktu sampai 24 bulan
- d. Al qard dan Al qard hasan
- 1) Manfaat bagi anggota
 - a) Untuk usaha produktif
 - b) Pendampingan usaha
 - c) Fasilitasi pemasaran

2) Fasilitas

- a) Lebih murah
- b) Lebih mudah
- c) Lebih cepat

e. Hiwalah (jasa talangan)

1) Manfaat

- a) Penyesaian hutang dan piutang dengan cepat
- b) Tersedianya talangan untuk hibah bagi yang membutuhkan

2) Fasilitas

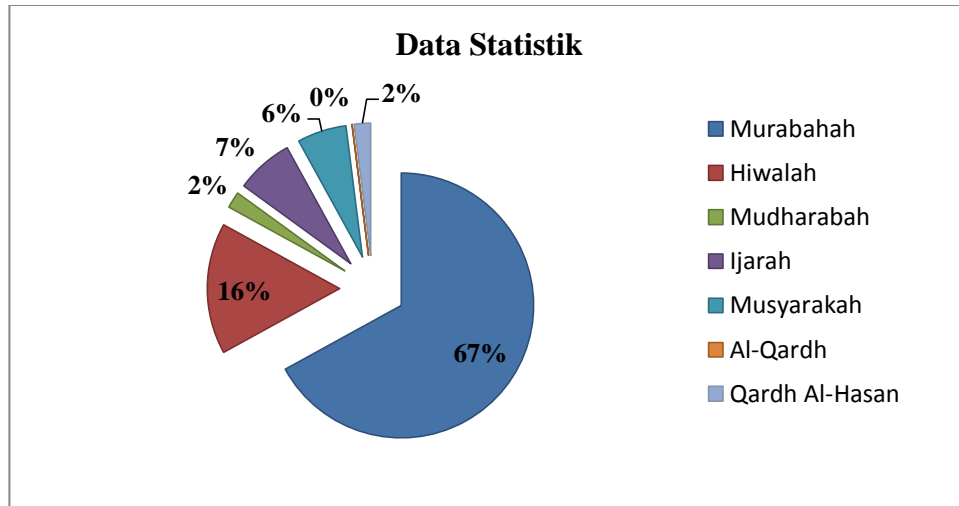
- a) Mudah dan cepat

f. Ijarah (sewa beli)

tentang pembiayaan ijarah, ijarah yaitu akad penyaluran dana untuk pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah), antara perusahaan pembiayaan sebagai pemberi sewa (mu'ajjir) dengan penyewa (musta'jir) tanpa diikuti pengalihan kepemilikan barang itu sendiri

Gambar 4.1

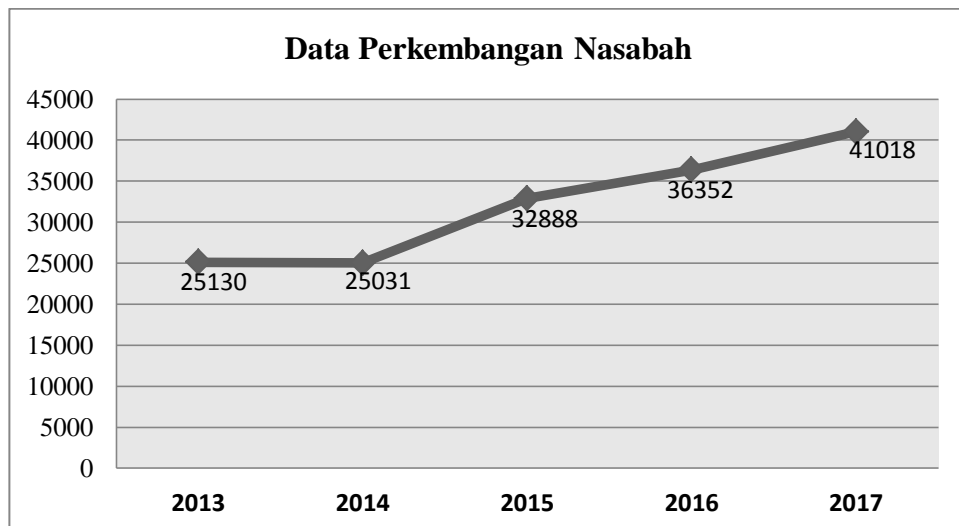
Data Statistik Nasabah Berdasarkan Produk



Sumber : Data Primer 2018

Gambar 4.2

Data Perkembangan Nasabah Pertahun



Sumber : Data Primer 2018

B. Analisis Deskriptif Statistik

Untuk mengetahui data pada penelitian ini digunakan analisis deskriptif. Ringkasan hasil analisis deskriptif statistik yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Laki-Laki	21	42.0
Perempuan	29	58.0
Total	50	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori perempuan yaitu sebanyak 29 responden (58,0%)

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi	Prosentase
< 20 tahun	0	0.0
20-30 tahun	0	0.0
31- 40 tahun	0	0.0

41-50 Tahun	23	46.0
> 50 Tahun	27	54.0
Total	50	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori > 50 tahun yaitu sebanyak 27 responden (54,0%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
< Rp. 500.000	0	0.0
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	33	66.0
Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000	17	34.0
Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000	0	0.0
> Rp. 2.000.000	0	0.0
Total	50	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 33 responden (66,0%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	0	0.0
Pegawai Swasta	0	0.0
Wiraswasta	21	42.0
Buruh	18	36.0
Pelajar	0	0.0
Lain-Lain	11	22.0
Total	50	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori wiraswasta yaitu sebanyak 21 responden (42,0%).

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
SD	6	12.0
SMP	8	16.0
SMA	15	30.0
Diploma	11	22.0
Sarjana	5	10.0
Lain-Lain	5	10.0
Total	50	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori SMA yaitu sebanyak 15 responden (30,0%).

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
> 1 Tahun	21	42.0
> 6 Bulan	15	30.0
> 3 Bulan	10	20.0
< 3 Bulan	4	8.0
Total	50	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan pembiayaan murabahah nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori > 1 tahun yaitu sebanyak 21 responden (42,0%).

C. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Hal yang dilakukan sebelum menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel besar sebanyak 50 responden. Jika r hitung $> r$ tabel, maka pertanyaan tersebut di katakan valid. Sedangkan jika r hitung $< r$ tabel, maka pertanyaan tersebut di katakan tidak valid (Ghozali, 2011). Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas dari Item – Item Variabel Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.829	0,279	Valid
	X1.2	0.809	0,279	Valid
	X1.3	0.839	0,279	Valid
	X1.4	0.851	0,279	Valid
	X1.5	0.865	0,279	Valid
	X1.6	0.869	0,279	Valid
	X1.7	0.848	0,279	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0.860	0,279	Valid
	X2.2	0.853	0,279	Valid
	X2.3	0.857	0,279	Valid
	X2.4	0.911	0,279	Valid
	X2.5	0.892	0,279	Valid
Minat	Y.1	0.879	0,279	Valid
	Y.2	0.877	0,279	Valid
	Y.3	0.883	0,279	Valid
	Y.4	0.860	0,279	Valid

Sumber: hasil olah data 2018

Berdasarkan hasil uji validitas dengan jumlah 50 responden dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Minat yang diajukan untuk responden nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta adalah valid karena dilihat dari r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Hal yang dilakukan setelah menunjukkan bahwa semua variabel pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel besar sebanyak 50 responden Pernyataan dapat di katakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6 (Ghozali, 2011). Berikut ini adalah hasil uji reliabel:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Item – Item Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0.932	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.922	Reliabel
Minat	0.897	Reliabel

Sumber: hasil olah data 2018

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji reliabilitas dari 50 responden dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Minat dapat disimpulkan bahwa semua variabel

dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha > 0,6.

2. Analisis Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov smirnov. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40889086
	Absolute	.082
Most Extreme Differences	Positive	.082
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.577
Asymp. Sig. (2-tailed)		.893

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui nilai *asymp.sig* sebesar 0,893 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	batas	Keterangan
Kualitas Produk	0.344	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Kualitas Pelayanan	0.152	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 5%, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas.

c. Uji Multikolineartias

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (α).

Tabel 4.11
Uji Multikolineartias

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0.273	3.663	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0.273	3.663	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat digunakan analisis regresi linier berganda. Dalam model analisis regresi linier berganda akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima H_a : jika probabilitas (p) $\leq 0,05$ artinya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat.

Ringkasan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	0.841			
Kualitas Produk	0.297	3.321	0.002	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0.290	2.312	0.025	Signifikan

F hitung	53.956			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.684			

Sumber : Data primer 2018

a. Uji Regresi Simultan (uji F)

Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 53,956 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mampu memprediksi perubahan Minat.

b. Uji Regresi Parsial (uji t)

$$Y = 0.841 + 0.297X_1 + 0.290X_2 + e$$

1. Kualitas Produk

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3.321 koefisien regresi (beta) 0.297 dengan probabilitas (p) = 0,002. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Ini menunjukkan semakin baik Kualitas Produk yang dirasakan oleh nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta secara otomatis akan mampu meningkatkan Minat nasabah menggunakan Pembiayaan Murabahah.

2. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.312 koefisien regresi (beta) 0.290 dengan probabilitas (p) = 0,025. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Ini menunjukkan semakin baik Kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta secara otomatis akan mampu meningkatkan Minat nasabah menggunakan Pembiayaan Murabahah.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Besar pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Minat ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,684. Artinya, 68,4% Minat dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Minat. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3.321 dengan probabilitas 0,002 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$).

Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan konsumen baik individu maupun suatu organisasi. Segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.¹

Kualitas produk salah satu saran utama pemasar yang memiliki standarisasi kualitas, dimana tujuan dari standarisasi kualitas ini adalah agar nasabah tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan, karena produk yang dihasilkan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh BMT.²

Pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah sangat diharapkan oleh perusahaan agar nasabah merasa puas akan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sehingga nasabah merasa terbantu dan sejalan dengan meningkatnya minat nasabah lain untuk melakukan pembiayaan murabahah pada BMT. Hal ini yang mengakibatkan kualitas produk berpengaruh terhadap minat nasabah dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada BMT.³

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hadi Maulidin Nugraha (2012) telah menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap Minat. Ini berarti semakin tinggi kualitas

¹ Slameto, 2010, *Ekonomi Syariah*

² Huda, Nurul dan Mohammad Heykal, 2010, *Lembaga Keuangan Syariah Tinjauan Teoritis dan Praktis*

³ Khasmir, 2010, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*

produk maka minat nasabah atas suatu produk akan memiliki peranan dalam membantu nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2.312 dengan probabilitas 0,025 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$).

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam perusahaan, pelayanan yang baik membuat konsumen tertarik untuk membuat keputusan. Pelayanan diartikan sebagai perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kemudahan nasabah dalam menggunakan jasa. Cara untuk menarik minat konsumen adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.⁴

Kesan pertama konsumen pada kualitas pelayanan akan sangat menentukan minat mereka. Pelayanan yang semakin baik akan membuat konsumen semakin senang. Kualitas pelayanan sesuai dengan yang

⁴ Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*

dijanjikan dengan pelayanan yang cepat dan tepat tentunya akan sangat membantu bagi nasabah yang sangat sibuk dengan segala aktivitas.⁵

Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah hal ini akan berdampak baik terhadap perusahaan. Nasabah yang merasa puas akan pelayanan yang dirasakan hal ini akan membuat nasabah royal terhadap perusahaan tersebut. Hal ini yang membuat kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan bertambahnya minat atau keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan.⁶

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Roviana (2015), hasil penelitiannya menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat. Semakin baik Kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh konsumen maka semakin besar minat nasabah dalam melakukan pembiayaan.

⁵ Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*

⁶ Sianipar, J.P.G. 2008. *Manajemen Pelayanan Masyarakat*