

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MEMANFAATKAN FASILITAS
PEMBIAYAAN PADA BMT AMRATANI UTAMA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH

**IMAM HANAFI
NIM: 01390986**

PEMBIMBING

- 1. H. SYAFIQ M. HANAFI, S.Ag., M.Ag.**
- 2. JOKO SETYONO, SE., M.Si.**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
JURUSAN MUAMALAT
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2007

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Imam Hanafi

NIM : 01390986

Jurusan-Prodi : Muamalah-Kuangan Islam


Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta”** adalah merupakan hasil karya penyusun sendiri bukan jiplakan ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah menjadi rujukan, dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam menyusun karya ini, maka *tanggung jawab ada pada penyusun.*

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Juli 2007

Mengetahui

Ka. Prodi Keuangan Islam


Drs. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si
NIP. 150 253 887

Penyusun


Imam Hanafi
01390986

ABSTRAK

Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan syariah. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan. Sejak awal berdirinya BMT, lembaga ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dari sisi kuantitas tercatat hasil yang cukup mengesankan. Untuk wilayah DIY hingga pertengahan tahun 2007, jumlah BMT telah mencapai ratusan BMT, namun yang tercatat sebagai jaringan dari BMT Amratani Group baru berjumlah 15 BMT. Meskipun demikian, ada sejumlah BMT yang tumbuh berkembang dengan baik, serta ada pula yang sebaliknya. Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana respon masyarakat, dalam hal ini pengusaha kecil, terhadap lembaga keuangan syariah pada umumnya dan BMT pada khususnya, jika ditinjau dari sudut pandang minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), bersifat eksploratif dan diorientasikan untuk mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survey (*survey method*) dengan teknik kuisioner, serta teknik wawancara (*interview*) untuk mengantisipasi responden yang tidak dapat memahami dengan baik butir-butir pertanyaan pada kuisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan pada BMT yang menjadi obyek penelitian, sedangkan metode pemilihan sampel yang digunakan adalah metode pemilihan sampel tidak acak (*nonprobability sampling*), dengan teknik sampling kemudahan (*convenience sampling*).

Secara metodik obyek studi ini ditelaah dengan pendekatan multivariat. Dalam proses analisisnya, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor, sebuah teknik analisis yang pada prinsipnya digunakan untuk mereduksi data, yaitu proses peringkasan sejumlah variabel serta menamakannya sebagai faktor. Dari proses analisis tersebut dihasilkan 6 (enam) buah faktor, yang merupakan reduksi dari 28 variabel penelitian. Keenam faktor tersebut kemudian masing-masing dinamakan (1) Fasilitas dan Kemudahan Mendapatkan Jasa, (2) Keunggulan Produk, (3) Keandalan Pelayanan, (4) Kebutuhan dan Norma Agama, (5) Kelompok Referensi, dan (6) Promosi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta dipengaruhi oleh keenam faktor tersebut.

H. Syafiq M. Hanafi S.Ag., M.Ag.

Dosen Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi

Saudara Imam Hanafi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Imam Hanafi

NIM : 01390986

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta

sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam pada Program Studi Keuangan Islam Jurusan Muamalah Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Juli 2007

Pembimbing I



Syafiq M. Hanafi S.Ag., M.Ag.

NIP. 150282012

Joko Setyono, SE., M.Si.

Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi

Saudara Imam Hanafi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Imam Hanafi

NIM : 01390986

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam
Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada BMT Amratani Utama
Yogyakarta

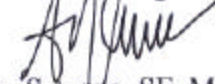
sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam pada Program Studi Keuangan Islam Jurusan Muamalah Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Juli 2007

Pembimbing II



Joko Setyono, SE., M.Si.

NIP. 150246195

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
DALAM MEMANFAATKAN FASILITAS PEMBIAYAAN PADA BMT
AMRATANI UTAMA YOGYAKARTA**

yang disusun oleh: Imam Hanafi

NIM: 01390986

Telah dimunaqasyahkan di depan sidang munaqasyah pada hari kamis tanggal 23 Agustus 2007 M/10 Rajab 1428 H dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 10 Rajab 1428 H
23 Agustus 2007



Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua Sidang

Muyassarotul Ulichah, S.Ag., SH., M.Ag.
NIP. 150 291 023

Sekretaris Sidang

M. Yazid Affandi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 331 275

Pembimbing I

H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 012

Pembimbing II

Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 150 246 195

Penguji I

H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 012

Penguji II

Sunaryati, SE., M.Si.
NIP. 150 321 645

MOTTO

Hari ini saat ini
aku bahagia, aku tenang, aku sehat
Aku bebas
dari rasa takut, cemas, gelisah dan amarah
Aku berkarya
dengan penuh ketulusan dan kesungguhan
Aku mengasihi
setiap makhluk hidup
dan setiap benda di alam ini
Aku berterima kasih
kepada Tuhan
atas segala PemberianNya.

(Aspri Prataksita)

Sedikit ilmu yang kita pelajari, sedikit yang kita ketahui
Makin banyak ilmu yang kita pelajari, bukan semakin banyak yang kita ketahui.
Tapi justru semakin banyak yang tidak kita ketahui.
Makin terlihat betapa bebalnya kita dihadapan semesta pengetahuan.
Betapa kerdil dan dangkalnya hikmah manusia dihadapan
Pencipta Pengetahuan; dihadapan Sang Maha Tahu.
Jadi janganlah merasa paling tahu,
apalagi merasa paling benar.

Persembahan

*Dengan kedalaman rasa syukur ke hadliratNya,
Kupersembahkan sepercik asa ini:*

*Untukmu Bunda dan Ayahanda tercinta,
dari curahan cinta kasihmu
getar kesetiaan pada hati nurani menemukan maknanya.
Ananda mencintaimu...*

*Untukmu saudara-saudaraku terkasih,
dari limpahan kasih yang senantiasa mengalir tanpa pamrih
keinginan lebih berbenah berawal dari membunyah.
Dalam kebersamaan kita
pilar kehormatan itu 'kan utuh terjaga.
Aku menyayangimu...*

*Untukmu pupuk-pupuk penyubur
dalam tumbuh kembangnya bunga kehidupanku,
bila harus bermula dan berakhir
biarkan kasa-kasa hikmah
membalut mesra dalam setiap sayatan rasa.
Kau pun memiliki arti..*

*Dan untukmu jiwa-jiwa damai dalam kasih semesta,
dalam damaimu kumenapak damaiku.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/u/1987. Secara garis besar uraiannya sebagai berikut:

1. Konsonan

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

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasi dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	bā‘	b	be
ت	tā‘	t	te
ث	śā	ś	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	hā‘	h	ha (dengan titik di bawah)

خ	khā'	kh	ka dan ha
د	dāl	d	de
ذ	zāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	ki
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mim	m	em
ن	nūn	n	en

و	wāwu	w	we
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	...'	apostrof
ي	yā'	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	a	a
	Kasrah	i	i
	ḍammah	u	u

Contoh:

كتب - Kataba	يذهب - yazhabu
فعل - fa'ala	سئل - su'ila
ذكر - zukira	

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ى	Fathah dan ya	ai	a dan i
و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كيف – kaifa

هول - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ى ... ا	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى	Kasrah dan ya	i	i dan garis di atas
و ء	ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال -qāla

قيل -qīla

رمى -ramā

يقول - yaqūlu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah (t).

2) Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al”, serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الاطفال - raudah al-atfāl

المدينة المنورة - al-Madinah al-Munawwarah

طلحة - Talḥah

5. Syaddah (Tasydid).

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: ربنا – rabbanā

نزل – nazzala

البر – al- birr

نعم – nu’’ima

الحج – al-hajju

6. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرجل – ar-rajulu

السيدة – as-sayyidatu

الشمس – asy-syamsu

القلم – al-qalamu

البدیع – al-badi’u

الجلال – al-jalālu

7. Hamzah.

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

1) Hamzah di awal:

امرت - umirtu

اكل - akala

2) Hamzah di tengah:

تأخذون - ta’khuḏūna

تأكلون - ta’kulūna

3) Hamzah di akhir:

شيء - syai’un

أنوء - an-nau’u

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara; bias dipisah per kata dan bisa pula dirangkaian.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين

-Wa innallāha lahuwa khair ar- rāziqin

-Wa innallāha lahuwa khairur- rāziqin

فاوفا الكيل والميزان

-Fa aufū al-kaila wa al-mizāna

-Fa auful-kaila wal-mizāna

بسم الله مجرّها ومرسها

-Bismillāhi majrêhā wa mursāhā

ولله على الناس حج البيت

-Wa lillāhi alā an-nāsi hijju al-

baiti manistatā'a ilaihi sabilā

من استطع اليه سبيلا

-Wa lillāhi alan-nāsi hijjul-

baiti manistatā'a ilaihi sabilā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وما محمد الا رسول

- Wa mā **Muhammadun** illā rasūl.

ان اول بيت وضع للناس للذي ببكة مباركا - Inna awwala baitin wudi'a

linnāsi bi **Bakkata** mubārakan.

شهر رمضان الذي انزل فيه القرآن - Syahru **Ramadāna** al-lazi unzila fih

al-**Qur'ānu**.

ولقد راه بالافق المبين - Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil mubini.

الحمد لله رب العلمين - Al-hamdu lillāhi rabbil-‘ālamina.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نصر من الله وفتح قريب - Nasrum **minallāhi** wa fathun qarib.

الله الامر جميعا - **Lillāhi** al-amru jami'an.

- Lillāhil-amru jami'an.

والله بكل شيء عليم - **Wallāhu** bikulli syai'in 'alimun.

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala cinta-kasihNya yang tiada henti. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Sang Nabi, melalui tugas sucinya, sebuah kehidupan yang sarat petunjuk Allah hadir sebagai pelita penerang menuju kehidupan lain nan abadi.

Rasa syukur yang mendalam kiranya menjadi sebuah keharusan atas keluasaan yang diberikan olehNya kepada penyusun, sehingga terselesaikannya skripsi ini sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beragam aral dan rintangan merupakan sebuah keniscayaan selama proses penyusunan, namun hal tersebut tidaklah menjadi kendala yang berarti ketika berbagai dukungan menopang. Oleh karenanya, dengan segala kerendahan hati untaian kata terima kasih terangkai kepada segenap pihak yang memungkinkan terselesaikannya skripsi ini:

1. Bapak Drs. H. Malik Madany, MA., selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Teriring harapan semoga berbagai keteladanan terpancar dari kepemimpinan beliau, dan mampu mengawal fakultas tercinta ini pada masa depan yang lebih baik.
2. Bapak Drs. Yusuf Khoiruddin, S.E.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan atas motivasi yang diberikan untuk segera menyelesaikan skripsi ini

7. Serta segenap pihak, yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak, dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga setetes budi baiknya berbalas curahan kasih dariNya. Amien.

Teriring pula sebuah rasa penyesalan atas tidak terpenuhinya harapan beberapa pihak yang mengharapkan penyusun dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu, kiranya skripsi ini dapatlah menjadi penawar atas kekecewaan yang mungkin tercipta. Namun lebih dalam daripada itu, rasa syukur akan selalu terpanjatkan kehadiratNya, atas beragam makna yang dihadirkan olehNya selama rentang keterlambatan penyelesaian studi, sebagai upaya memperkaya jiwa dengan keikhlasan dan kerendahan hati.

Akhirnya, skripsi ini adalah bagian dari perjuangan untuk menyempurnakan kelemahan dari penyusun. Kekurangan dari skripsi ini merupakan harapan perbaikan dari semua pihak.

Yogyakarta, 25 Juli
2007
Penyusun

Imam Hanafi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan.....	6
D. Telaah Pustaka	7
E. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian	11
2. Sifat Penelitian	11

3. Populasi dan Sampel.....	11
4. Teknik Pengumpulan Data.....	12
5. Variabel Penelitian.....	14
6. Teknik Analisis Data.....	15
F. Sistematika Pembahasan.....	22

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	23
3. Perilaku Konsumen Islami.....	28
B. Proses Keputusan Pembelian.....	30
C. Minat Nasabah.....	34
D. Pembiayaan Dalam Lembaga Keuangan Syariah.....	35
E. Produk-produk Pembiayaan.....	38
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan	47

BAB III GAMBARAN UMUM BMT AMRATANI UTAMA

A. Sejarah Berdirinya.....	51
B. Identitas BMT Amratani Utama	
1. Visi, Misi dan Tujuan BMT Amratani Utama.....	53
2. Produk BMT Amratani Utama.....	54

C. Struktur Organisasi.....	58
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Data Penelitian.....	60
B. Analisis Deskriptif.....	61
C. Uji Kualitas Data	
1. Uji Validitas.....	72
2. Uji Keandalan Instrumen Penelitian (<i>Reliability Test</i>)...	74
D. Analisis Faktor.....	75
1. Hasil Analisis Faktor Reduksi Pertama.....	77
2. Final Analisis.....	79
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
 DAFTAR PUSTAKA.....	 99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	14
Tabel 2. Tingkat Pengembalian Kuisisioner	60
Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Keberadaan BMT	62
Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Produk yang Dimanfaatkan.....	62
Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Dan Pembiayaan	63
Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Nilai Pembiayaan yang Diterima	64
Tabel 7. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 8. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Agama	66
Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 12. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	67
Tabel 13. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	67
Tabel 14. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Produk	68
Tabel 15. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Promosi.....	68
Tabel 16. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Pelayanan	69
Tabel 17. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Fasilitas Pelayanan.....	69
Tabel 18. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Kebutuhan	70

Tabel 19. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Referensi.....	70
Tabel 20. Deskriptif Responden Terhadap Faktor kemudahan	
Mendapatkan Jasa	71
Tabel 21. Deskriptif Responden Terhadap Faktor Keagamaan.....	71
Tabel 22. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan.....	73
Tabel 23. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 24. <i>KMO and Bartlett's Test 1</i>	77
Tabel 25. <i>Koefisien Anti Image Correlation Reduksi Pertama</i>	78
Tabel 26. <i>KMO and Bartlett's Test 2</i>	79
Tabel 27. <i>Koefisien Anti Image Correlation Reduksi ke dua</i>	80
Tabel 28. <i>Communalities</i>	82
Tabel 29. <i>Total Variance Explained</i>	84
Tabel 30. <i>Component Matrix</i>	87
Tabel 31. <i>Rotated Component Matrix</i>	88
Tabel 32. Penamaan Faktor	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian	31
Gambar 2. Struktur Organisasi	58
Gambar 3. <i>Scree Plot</i>	85
Gambar 4. <i>Component Plot in Rotated Space</i>	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya wacana mengenai ekonomi syariah secara umum masih berada pada tataran diskusi atau perdebatan, tetapi hal ini tidak terjadi pada aspek finansialnya. Maraknya bank-bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya di berbagai tempat menunjukkan bahwa kegiatan finansial berbasis syariah telah turun dari tataran konsep ke tataran praktis.¹

Lembaga keuangan syariah mempunyai karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan adalah pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*) atau prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudarabah*.² Hal ini yang menjadi ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam aplikasinya, konsep penyertaan modal menjadi pembeda di antara keduanya. Selain itu, lembaga keuangan syariah tidak menggunakan pranata bunga untuk menutup biaya operasional dan mendapatkan keuntungan dari jasa keuangan.³

Produk lembaga keuangan syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana

¹ Nurul Widyaningrum, *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil Studi Kasus BMT Dampingan Yayasan Peramu Bogor* (Bandung: Akatiga, 2002), hlm. 7.

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 137.

³ Nurul Widyaningrum, *Model Pembiayaan BMT...*, hlm. 41.

yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan sebuah lembaga keuangan syariah. Hal ini dimungkinkan karena sistem syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Namun dalam praktek, sebagian besar lembaga keuangan syariah masih membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan *profitable*.⁴ Dalam upayanya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil *mudharabah* lebih diminati dengan pertimbangan tidak terlalu beresiko, mengingat kapasitasnya sebagai *mudharib*, serta relatif lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan pada nasabah, produk *murabahah* lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Adapun produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan syariah pada umumnya adalah produk pembiayaan (*financing*) dan produk simpanan (*funding*). Produk pembiayaan meliputi pembiayaan *Bai' Bisaman Ajil* (BBA), *Mudharabah* (BDA), *Murabahah* (MBA), *Musarakah* (MSA) dan *Qardul Hasan*. Sedangkan produk simpanan meliputi simpanan *Wadiah* dan *Mudharabah*.⁵ Pada dasarnya nasabah akan memilih suatu produk apabila keinginannya dapat dipenuhi oleh produk tersebut. Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen

⁴ Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 29.

⁵ Muhammad, *Manajemen Baitul Mal wat Tamwil* (BMT), cet. ke-1 (Yogyakarta: STIS, 1998), hlm.170.

atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk-produk lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT).

Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan syariah. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan Bank maupun non-Bank yang bersifat formal dan beroperasi di pedesaan, umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan resiko dan biaya operasi, juga dalam identifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha. Ketidakmampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan. Akibatnya 70% s/d 90% kekosongan ini diisi oleh lembaga keuangan non-formal, termasuk yang ikut beroperasi adalah para rentenir dengan menggunakan suku bunga yang tinggi.⁶

Keberadaan BMT diharapkan tidak saja hanya memberikan jasa keuangan bagi masyarakat kecil melainkan juga turut andil dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Untuk dapat merealisasikan hal tersebut, setidaknya lembaga yang didirikan tersebut harus bersifat mengandung perkembangan dalam dirinya. Hal ini penting agar lembaga itu tidak sekali pakai,

⁶ *Ibid.*

namun bersifat sebagai lembaga penolong masyarakat kecil yang bersifat tetap, sehingga hal-hal berikut menjadi catatan penting bagi pihak lembaga BMT: a merealisasikan keuntungan, keuntungan diperlukan untuk menolong masyarakat kecil lainnya yang membutuhkan modal usaha. b keuntungan diperlukan untuk memperbesar gerak dan ruang lingkup lembaga, serta untuk membiayai para karyawan supaya lembaga lebih mandiri dan profesional.⁷ Pembiayaan merupakan tulang punggung bagi BMT, serta merupakan faktor yang dominan untuk menyangga keberlangsungannya dalam upayanya mencari keuntungan. Penerapan secara baik produk pembiayaan pada lembaga keuangan syariah (BMT) diharapkan dapat memberikan manfaat sosial maupun manfaat ekonomi sekaligus dapat mendorong pada kinerja keuangan yang baik pula.

Mempelajari dan mengetahui perilaku konsumen atau nasabahnya sangatlah penting bagi pihak pengelola BMT, sebagaimana yang diungkapkan oleh Mowen yang dikutip oleh Sutisna, mempelajari dan mengetahui perilaku konsumen atau nasabah dan proses konsumsi yang dilakukan konsumen atau nasabah memiliki beberapa manfaat yaitu:

1. Membantu para manajer dalam pengambilan keputusannya.
2. Memberikan pengetahuan kepada para peneliti pemasaran dengan dasar pengetahuan analisis konsumen.

⁷ Bambang Setiaji dan Sami'an, "Pengembangan Kredit Usaha Kecil, Kasus Kredit Becak dan Gaduh Kambing di Rembang dan Masjid ar-Rahman Surakarta". Dalam Ade Ma'ruf WS dan Zufran Heri (ed.), *Muhammadiyah dan Pemberdayaan Rakyat*, cet. I (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 134.

3. Membantu legislator dan regulator dalam menciptakan hukum dan peraturan yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa.
4. Membantu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yang baik.⁸

Setiap konsumen dalam berperilaku selalu dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

1. Faktor sosial budaya, yang terdiri dari kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi.
2. Faktor psikologi, yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.⁹

Selanjutnya, menurut Husein Umar, perilaku konsumen atau nasabah memang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian atau pemilihan produk tertentu.¹⁰

Sejak awal berdirinya BMT, lembaga ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dari sisi kuantitas tercatat hasil yang cukup mengesankan. Untuk wilayah DIY hingga pertengahan tahun 2007, jumlah BMT telah mencapai ratusan BMT, namun yang tercatat sebagai jaringan dari BMT Amratani Group baru berjumlah 15 BMT.¹¹ Meskipun demikian, perkembangan tersebut masih

⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, cet. ke-3 (Bandung: PT. Remaja Rosda karya offset, 2003), hlm. 5.

⁹ Husein Umar, *Riset dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC), 2000), hlm. 50.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Data ini berdasarkan catatan daftar jaringan BMT Amratani Group Yogyakarta.

menyerap pengusaha kecil. Ada sejumlah BMT yang tumbuh dan berkembang dengan baik, serta ada pula yang sebaliknya. Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana respon masyarakat, dalam hal ini pengusaha kecil, terhadap lembaga keuangan syariah pada umumnya dan BMT pada khususnya. Pertanyaan ini penting dijawab untuk melihat faktor-faktor apa yang mendukung keberhasilan suatu BMT, jika ditinjau dari sudut pandang minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta?”

C. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak pengelola BMT serta lembaga yang terkait dalam rangka pengambilan kebijakan guna pengembangan BMT, sebagai upaya meningkatkan kinerja keuangan lembaganya, khususnya berkaitan dengan produk pembiayaan. Adapun bagi dunia akademis, hasil penelitian ini kiranya dapat digunakan untuk

mengkaji lebih jauh tentang keberadaan BMT di antara lembaga keuangan lainnya. Melalui penelitian ini pula diharapkan muncul berbagai kajian-kajian yang berkaitan dengan pengembangan BMT, yang selanjutnya dapat memberikan sumbangan berharga bagi kerangka berpikir serta model-model pengembangannya.

D. Telaah Pustaka

Seiring dengan perkembangan institusi keuangan syariah di Indonesia yang cukup pesat belakangan ini, menimbulkan minat penulis dan pemikir untuk melakukan kajian dan penelitian seputar lembaga keuangan syariah. Berbagai hasil penelitian dan kajian mereka tersebut tertuang dalam berbagai literatur baik berupa buku-buku, majalah, jurnal, essay serta karya ilmiah lainnya.

Salah satu penelitian yang pernah dilakukan, yaitu “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”¹², penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT-BMT di DIY. Hasil penelitian tersebut yang secara khusus berkaitan dengan pembiayaan, dengan menggunakan analisis faktor, didapatkan bahwa alasan nasabah BMT dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT-BMT di DIY dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: Kualitas Pelayanan,

¹² Catur Budi Patriono, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di DIY,” Skripsi Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005).

Dorongan Individual, Keunggulan Produk, Kenyamanan Berkontrak, Kemudahan Mendapatkan Jasa dan Promosi.

Penelitian lain yang pernah dilakukan, yaitu “Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”,¹³ penelitian ini berupaya untuk menggali peluang dan potensi DIY sebagai daerah pengembangan bank syariah. Salah satu dari hasil penelitian tersebut didapatkan beberapa faktor pendukung dalam percepatan pengembangan bank syariah di DIY karena: karyawan bank syariah profesional; memberikan layanan secara cepat/efektif; lokasi bank syariah harus strategis; karyawan bank syariah harus kredibel; bank syariah menawarkan produk yang variatif; bank syariah memberikan bagi hasil yang lebih tinggi; dan mekanisme perbankan dijalankan sesuai dengan syariah. Di sisi lain, dengan menggunakan analisis regresi binary, didapatkan pula 8 variabel yang secara signifikan dapat diasosiasikan dengan minat masyarakat berhubungan dengan bank syariah. Kedelapan variabel independen tersebut adalah, variabel: a. Agama Islam; b. Pengetahuan responden tentang keberadaan bank syariah; c. Pendapat responden tentang bunga bank; d. Tingkat pendidikan responden; e. Jenis pekerjaan: usaha sendiri dengan buruh, TNI/Polri; f. Tingkat pendapatan: 5010.01-1.000.000; g. Preferensi terhadap bank syariah, serta; h. Pengetahuan responden tentang produk dan mekanisme bank syariah.

Selain itu, laporan penelitian Helmi Mudrikah juga cukup relevan disinggung disini karena dengan menggunakan analisis faktor disimpulkan bahwa Preferensi Nasa bah dalam Pemanfaatan Kredit Pemilikan Rumah Syariah di Bank

¹³ Bank Indonesia dan PSEI STIS Yogyakarta, *Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, Laporan penelitian tahun 2003.

Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Yogyakarta adalah Faktor Pelayanan dan Produk, faktor Prosedur, Faktor Dorongan Individual, Faktor Pengamatan dan Faktor Informasi. Faktor-faktor tersebut terpecah dalam beberapa indikator; pelayanan yang merata dan tidak membedakan status sosial, produk KPR Syariah yang bervariasi, persyaratan yang ringan, murah biaya administrasi, kebutuhan yang mendesak, anjuran teman dan saudara, margin keuntungan yang cukup kompetitif, tampilan gedung BTN Syariah, pengalaman orang lain yang sudah mendapatkan KPR Syariah, promosi yang dilakukan pihak BTN Syariah dan kejelasan informasi dan kebebasan memilih produk yang ditawarkan.¹⁴

Terdapat pula penelitian lain, “Penelitian Peluang, Hambatan dan Kinerja Bank Syariah Sebagai Lembaga Intermediasi di Jawa Timur”,¹⁵ penelitian ini diantaranya berupaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat terhadap produk dan jasa bank syariah, baik dari sisi penghimpunan dana maupun penyaluran dana, termasuk pula jasa-jasa lain. Dengan teridentifikasinya berbagai hal tersebut, maka akan tersedia informasi yang berguna untuk merumuskan strategi yang sistematis dan obyektif untuk mengembangkan bank syariah sebagai lembaga intermediasi. Hasil penelitian tersebut yang secara khusus berkaitan dengan pembiayaan, didapatkan bahwa alasan nasabah bank syariah melakukan pembiayaan pada bank syariah secara berurutan adalah: kesesuaian dengan syariah, cepatnya pelayanan, keramahan

¹⁴ Helmi Mudrikah, “Preferensi Nasabah dalam Pemanfaatan Kredit Pemilikan Rumah Syariah di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Yogyakarta,” Skripsi Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2006).

¹⁵ Bank Indonesia dan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga, *Penelitian Peluang, Hambatan dan Kinerja Bank Syariah sebagai Lembaga Intermediasi di Jawa Timur*, Laporan penelitian tahun 2002.

petugas, kedekatan dengan lokasi, pengelolaan yang kredibel dan terjaminnya keamanan.

Adapun penelitian lain yang telah dibukukan, khususnya berkenaan dengan institusi keuangan mikro syariah, yaitu “Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil”.¹⁶ Penelitian tersebut hanya sebatas pada upaya untuk mengeksplorasi respon nasabah suatu institusi keuangan mikro syariah, dalam hal ini BMT, terhadap model jasa keuangan mikro, sistem pelayanan serta dampak pembiayaan terhadap nasabahnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BMT sebagai salah satu jenis lembaga keuangan mikro membawa dampak yang cukup signifikan bagi usaha kecil, yaitu terjaganya stabilitas usaha, terjadinya diversifikasi usaha dan terbukanya akses terhadap sumber modal lain. Hasil penelitian yang menarik lainnya adalah meskipun BMT beroperasi dengan membawa sentimen keagamaan, namun tidak demikian halnya dengan alasan nasabah dalam menggunakan BMT. Hal ini mengindikasikan bahwa lembaga keuangan berbasis syariah harus melengkapi dirinya dengan pelayanan cepat dan mudah sehingga mampu bersaing dengan institusi keuangan lainnya.

Dari keseluruhan karya di atas, tidak satu pun yang secara spesifik melakukan pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta. Oleh karenanya bahasan dalam penelitian ini menjadi sesuatu yang perlu guna pengembangan wacana dan selanjutnya diharapkan dapat

¹⁶ Nurul Widyaningrum, *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil Studi Kasus BMT Dampingan Yayasan Peramu Bogor* (Bandung: Akatiga, 2002).

ditindaklanjuti dalam rangka perbaikan kinerja Lembaga Keuangan Mikro Syariah, dalam hal ini adalah BMT Amratani Utama Yogyakarta.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu cara penelitian yang dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel dengan kondisi lingkungan penelitian yang natural dan tingkat keterlibatan peneliti yang minimal.¹⁷

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksploratif dan diorientasikan untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

3. Populasi dan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta, sedangkan metode pemilihan sampel yang digunakan adalah metode pemilihan sampel tidak acak (*nonprobability sampling*). Adapun teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling kemudahan (*convenience sampling*). Pada pengambilan sampel dengan cara ini, sampel diambil berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya.¹⁸ Dengan kata lain sampel diambil atau terpilih karena

¹⁷ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002), hlm. 92.

¹⁸ Sugiharto, dkk., *Teknik Sampling* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 38.

sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Pemilihan sampel dengan cara ini seringkali digunakan pada penelitian eksploratif yang ditujukan untuk mencari petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian.

Tingkat variasi populasi memberikan pengaruh dalam menentukan ukuran sampel. Semakin besar dispersi atau variasi suatu populasi maka semakin besar pula ukuran sampel yang diperlukan agar estimasi terhadap parameter populasi dapat dilakukan dengan akurat dan presisi.¹⁹

Dari penjelasan di atas serta adanya pendapat ahli bahwa jumlah sampel yang dianjurkan dalam proses analisis faktor, sebuah analisis yang digunakan dalam penelitian ini, adalah 50 sampai dengan 100 sampel²⁰ maka dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuisioner ke pada responden sebanyak 100 eksemplar yang dibagikan kepada nasabah yang memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang pengumpulannya dilakukan melalui:

¹⁹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian...*, hlm. 132.

²⁰ Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 94.

a. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Setelah data terkumpul, dilakukan proses *editing* dalam dua tahap, yaitu: tahap pertama pada kuisioner sebelum datanya di-entry untuk dianalisis dengan terlebih dahulu diberikan skor setiap item jawaban pertanyaan kuisioner dengan skala Likert yaitu dengan menggunakan lima angka penilaian: 1. sangat setuju; 2. setuju; 3. netral; 4. tidak setuju; dan 5. sangat tidak setuju. Adapun tahapan kedua proses *editing* dilakukan sesudah di-entry. *Editing* data ini dimaksudkan untuk mengurangi kesalahan pada data secara individual, mengurangi sifat keanekaragaman (*heterogeneity*), sehingga pada akhirnya dapat dengan mudah dalam pengelolaannya. Untuk selanjutnya, setelah ditemukan kepastian dan kebenaran data, maka dilakukan proses tabulasi dengan menggunakan program yang sesuai dengan teknik analisis data. Proses analisis data dilakukan menggunakan komputer dengan aplikasi statisti SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*).

5. Variabel Penelitian

Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Table 1
Deskripsi Variabel Penelitian

NO	VARIABEL
1	Produk bervariasi
2	Produk sesuai kebutuhan
3	Persyaratan yang ringan
4	Biaya administrasi murah
5	Jasa pembiayaan yang rendah
6	Promosi yang dilakukan
7	Media informasi
8	Undian, door prize dari BMT
9	Karyawan yang ramah
10	Pelayanan cepat dan efisien
11	Informasi yang jelas
12	Pelayanan sesuai dengan keinginan
13	Pelayanan yang tidak membedakan status sosial
14	Fasilitas yang memadai
15	Ruangan kantor yang nyaman
16	Tampilan gedung yang indah
17	Kebutuhan yang mendesak
18	Untuk modal usaha
19	Kondisi keuangan tidak mencukupi
20	Telah mengenal baik karyawan BMT
21	Melihat teman mendapatkan pembiayaan
22	Saran dari teman
23	Lokasi strategis
24	Karyawan datang ke nasabah
25	Dekat dengan tempat tinggal
26	Prosedur yang mudah
27	Produk sesuai dengan syariat Islam
28	Terbebas dari bunga
29	Akad transaksi sesuai ajaran Islam
30	Bunga kredit bank konvensional haram

Penelitian ini mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel tersebut dengan melakukan uji korelasi, untuk kemudian direduksi dengan membuat sebuah variabel set baru yang dinamakan faktor, untuk menggantikan sejumlah variabel tersebut.

6. Teknik Analisis Data

Secara metodis obyek studi ini ditelaah dengan pendekatan multivariat. Dalam pendekatan ini, dimungkinkan variabel-variabel yang berperan pada suatu fenomena ditentukan oleh banyak determinan, bukan hanya oleh satu atau dua determinan saja.

Dalam proses analisisnya, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ditempuh dalam dua tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pertama, dilakukan analisis atau uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menentukan kesahihan dan keandalan instrumen penelitian. Pengujiannya dilakukan dengan teknik analisis korelasi *Product Moment* (untuk uji validitas) dan analisis *Cronbach's Alpha* (untuk uji reliabilitas).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan dan kecermatan instrumen pengukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana instrumen yang digunakan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengukuran valid atau tidaknya instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation* (r hitung) dan nilai dari *Pearson's correlation*. Instrumen penelitian dapat dinilai tidak valid jika nilai dari r hitung $<$ nilai kritisnya (r tabel), sedangkan sebaliknya jika nilai r hitung $>$ nilai kritisnya maka dapat dikatakan valid. Adapun untuk nilai kritis (r

tabel) dapat dilihat pada tabel r (*critical values of correlation coefficient*) atau tabel r *product moment* yang nilainya tergantung besar nilai *degree of freedom* dan *level of significance (a)*, misalkan sebesar 5%. Nilai r hitung diperoleh dari nilai *corrected item-total correlation*, nilai tersebut sudah muncul melalui analisis reliabilitas dari program SPSS, sedangkan nilai r tabel diambil dari nilai statistik r *product moment*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran itu memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama. Pengukuran reliabilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut dengan koefisien. Dalam hal ini terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan:²¹

1) Koefisien Stabilitas

Dalam pendekatan ini, peneliti bermaksud untuk menguji stabilitas jawaban responden dari suatu waktu ke waktu berikutnya dengan cara menghitung koefisien korelasi dari skor jawaban responden yang diukur dengan instrumen yang sama pada saat yang berbeda. Proses pengujian ini dikenal dengan *test-retest reliability*, sedangkan salah satu metode yang umumnya digunakan adalah *Pearson correlation*.

²¹ *Ibid.*, hlm. 180-181.

2) Koefisien Ekuivalensi

Melalui pendekatan ini, peneliti menguji korelasi skor jawaban responden untuk mengetahui koefisien ekuivalensi antara skor jawaban dengan menggunakan instrumen pengukuran yang berbeda, sedangkan subyek penelitian, *construct* serta saat pengukurannya adalah sama.

3) Reliabilitas Konsistensi Internal

Konsep ini menekankan pada konsistensi butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen Keterkaitan antara butir pertanyaan dalam suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur *construct* tertentu menunjukkan reliabilitas konsistensi internal. Adapun teknik statistik yang dapat digunakan untuk mengukur konsistensi internal, yaitu: *split-half reliability coefficient*, *Kuder-Richardson #20*, dan *Cronbach's alpha*.

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > (r tabel).

2. Tahap kedua, analisis dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Analisis faktor (*analysis factor*) dipandang sangat relevan untuk

digunakan dalam penelitian ini. Analisis faktor, sebagaimana pendekatan multivariat lainnya, mempunyai hipotesis tentang berperannya banyak varian pada suatu gejala. Di sisi lain, analisis faktor, berdasarkan kuadrat koefisien korelasi menunjuk besarnya kontribusi varian yang diselidiki dan secara tidak langsung menunjukkan kemungkinan berperannya varian yang tidak diselidiki atau yang belum diketahui. Dengan analisis faktor, relasi antara variabel-variabel disikapi tanpa didahului hipotesis relasi sebab akibat.²²

Analisis faktor pada prinsipnya digunakan untuk mereduksi data, yaitu proses peringkasan sejumlah variabel serta menamakannya sebagai faktor. Adapun tahapan pada analisis faktor, secara garis besar adalah sebagai berikut:²³

- a. Memilih variabel yang layak dalam analisis faktor. Alat seperti *MSA* atau *Bartlett's test* dapat digunakan untuk keperluan ini.

Dalam hal ini hipotesis yang diajukan untuk signifikansi adalah:

H_0 = Sampel (variabel) belum memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

H_1 = Sampel (variabel) sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Kriteria dengan melihat probabilitas (signifikansi):

1. Angka Sig. > 0.05 maka H_0 diterima

²² Noeng Muhadjir, *Identifikasi Faktor-Faktor Opinion Leader Inovatif bagi Pembangunan Masyarakat* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2001), hlm. 71.

²³ Singih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran...*, hlm. 250.

2. Angka Sig.<0.05 maka H_0 ditolak

Angka MSA (*measure of sampling adequacy*) berkisar 0 sampai 1, dengan kriteria:

1. MSA=1, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
 2. MSA>0,5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
 3. MSA<0,5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.
- b. Setelah sejumlah variabel terpilih, maka dilakukan ekstraksi variabel tersebut hingga menjadi satu atau beberapa faktor. Metode pencarian faktor yang populer dan digunakan dalam penelitian ini adalah *principal component analysis*. Banyaknya faktor yang harus diekstraksi bisa ditentukan secara apriori atau berdasarkan *eigenvalues*, *scree plot*, *percentage of variance*, *split-half reliability* atau *significant test*.
- c. Selanjutnya, jika isi faktor masih diragukan dapat dilakukan proses rotasi untuk memperjelas apakah faktor yang terbentuk sudah secara signifikan berbeda dengan faktor lain. Rotasi dipergunakan untuk mengubah (mentransformasi) *matrix factor* menjadi matrix yang lebih sederhana dan lebih mudah untuk diinterpretasi. Metode rotasi yang paling banyak digunakan ialah *varimax procedur*, yang menghasilkan *factor orthogonal*, faktor yang tidak berkorelasi,

bebas dari *multicollinearity*. *Matrix factor* yang dirotasi membentuk dasar untuk menginterpretasi faktor.

- d. Setelah faktor benar-benar terbentuk, maka proses dilanjutkan dengan menamakan faktor yang ada, dengan terlebih dahulu dilakukan validasi hasil faktor. Validasi faktor dimaksud untuk mengetahui apakah hasil analisis faktor tersebut bisa digeneralisasikan ke populasi. Adapun proses validasi ada beberapa macam cara, namun yang paling praktis digunakan adalah dengan menguji kestabilan faktor yang telah terbentuk. Untuk mengetahui kestabilan tersebut, sampel yang ada dipecah (*split*) menjadi dua bagian dan kemudian setiap bagian akan diuji dengan analisis faktor, persis seperti yang telah dilakukan sebelumnya. Kemudian masing-masing hasil diperbandingkan, dengan ketentuan, jika sebuah faktor stabil, maka hasil-hasil yang ada relatif tidak jauh berbeda, baik jumlah faktor atau angka-angkanya.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan hasil penelitian ini dirumuskan dalam bab sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang terdiri dari: latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, metode penelitian dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti.

Bab ketiga, karena penelitian ini berupa penelitian lapangan, maka akan digambarkan kondisi umum obyek penelitian yang mengetengahkan tentang sejarah berdirinya BMT Amratani Utama Yogyakarta, visi dan misi, struktur organisasi, ruang lingkup dan produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Bab keempat, berisi tentang analisa dan pengujian data serta hasil dari penelitian yang didapat penyusun dari lapangan.

Bab kelima, bab ini merupakan penutup yang terdiri dari: kesimpulan atas pokok permasalahan serta saran-saran dalam upaya pengembangan BMT.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari serangkaian analisis yang dilakukan, dapatlah diambil kesimpulan bahwa minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Faktor Fasilitas dan Kemudahan Mendapatkan Jasa, yaitu karena fasilitas memadai, ruangan nyaman, gedung yang indah, lokasi strategis, karyawan datang ke nasabah, dekat dengan tempat tinggal dan prosedur yang mudah. Faktor ini memiliki variance sebesar 21,098% .
2. Faktor Keunggulan Produk, yaitu karena produk pembiayaan yang bervariasi, produk pembiayaan sesuai kebutuhan nasabah, memiliki persyaratan ringan, biaya administrasi yang murah, jasa pembiayaan lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional dan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial. Faktor ini memiliki variance sebesar 16,540% .
3. Faktor Keandalan Pelayanan, yaitu karena karyawan yang ramah, pelayanan cepat dan efisien, informasi yang diberikan sangat jelas, dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah. Faktor ini memiliki variance sebesar 12,959% .
4. Faktor Kebutuhan dan Norma Agama, yaitu karena kebutuhan nasabah yang cukup mendesak, kondisi keuangan tidak mencukupi untuk

memenuhi kebutuhan tersebut namun produk yang ditawarkan sesuai syariat Islam, fasilitasnya terbebas dari bunga dan sitem transaksinya sesuai ajaran Islam. Faktor ini memiliki variance sebesar 10,624% .

5. Faktor kelompok Referensi, yaitu karena nasabah telah mengenal baik karyawan BMT, melihat teman mendapatkan pembiayaan dan saran dari teman untuk mengajukan pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta. Faktor ini memiliki variance sebesar 8,432% .
6. Faktor promosi, yaitu karena promosi yang dilakukan cukup menarik, informasi luas di media dan adanya undian, doorprice dari BMT. Faktor ini memiliki variance sebesar 6,631% .

B. Saran

Melihat analisis dan kesimpulan yang didapat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh BMT Amratani Yogyakarta.

1. Faktor fasilitas dan kemudahan mendapatkan jasa merupakan faktor yang memberikan kontribusi paling besar, untuk itu hendaknya pihak manajemen BMT lebih agresif dalam menggaet nasabah misalnya dengan melakukan “jemput bola” melalui kegiatan-kegiatan yang ada di masyarakat seperti pasar tradisional, koperasi dan lain sebagainya.
2. Sedangkan faktor promosi merupakan faktor yang paling rendah pengaruhnya terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan fasilitas pembiayaan di BMT, untuk itu sebaiknya perlunya sosialisasi yang intensif utamanya melalui media interpersonal (teman/saudara) serta melalui media lain yang memungkinkan dapat memberikan gambaran jelas

tentang keberadaan lokasi BMT, prosedur mendapatkan pelayanan dan syarat apa saja yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Widyaningrum, Nurul, *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil*, Bandung: Akatiga, 2002
- Antonio, M. Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002
- Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002
- Muhammad, *Manajemen Baitul Mal wat Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: STIS, 1998
- , *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, 2000
- Setiaji, Bambang, dan Sami'an, *Pengembangan kredit usaha kecil*, cet. I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995
- Bank Indonesia dan PSEI STIS Yogyakarta, *Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, Laporan penelitian tahun 2003.
- Bank Indonesia dan PPKP Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro, *Penelitian Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*, laporan penelitian tahun 2000.
- Bank Indonesia dan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga, *Penelitian Peluang, Hambatan dan Kinerja Bank Syariah sebagai Lembaga Intermediasi di Jawa Timur*, Laporan penelitian tahun 2002.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, cet, 3, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya offset, 2003
- Umar, Husein, *Riset dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 2002
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 1999
- Kasmir, *"Pemasaran Bank"* Jakarta: Prenada Media, 2004

- Muhadjir, Noeng, *Identifikasi Faktor-Faktor Opinion Leader Inovatif bagi Pembangunan Masyarakat*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2001
- Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*, Jakarta: Elex Media, 2002
- J. Supranto, *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Nasution, Harun, *Ensiklopedia Islam Indonesia*, Jakarta: Djambatan, 1992
- Widodo, Hartanto, dkk. *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal wat Tamwil*, Bandung: Mizan, 1999
- Zulkifli, Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, cet, II, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003
- Saladin, Djaslim, *Unsur-unsur inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis*, cet, II, Bandung: Mandar Maju, 1996
- Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran*, edisi I, Yogyakarta: Library, 1995
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, alih bahasa Djaslim Saladin, Jakarta: Gramedia, 2002
- Yuliadi, Imamuddin, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, cet, I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001
- Angel, James F. Roger d Blackwell & Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, Jilid II edisi keenam (terjemahan), Jakarta: Binarupa Aksara, 1995

BIOGRAFI TOKOH

Muhammad Syafi'i Antonio, lahir pada 12 Mei 1967 dengan nama asli Nio Gwan Chung. Tahun 1990, lulus dari Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi University of Jordan, serta mengikuti program Islamic Studies di Al-Azhar University Kairo. Perintis Bank Muamalat dan Asuransi Takaful ini mendapat Master of Economics dari International Islamic University Malaysia dan mengikuti program doctoral di University of Melbourne.

Saat ini, Aktif di Komite Ahli Bank Syariah pada Bank Indonesia, Dewan Pengawas Bank Muamalat, Asuransi Takaful, RHB Asset Management, dan BNI Faysal Finance. Di samping itu, juga memimpin beberapa unit usaha yang tergabung dalam Tazkia Group yang memiliki misi pengembangan bisnis dan ekonomi syariah. Dalam bidang social kemasyarakatan, bersama H. Junus Jahja, Ali Kariem dan Prof. Hembing aktif di Yayasan Haji Kariem Oei untuk pembauran WNI keturunan.

Muhammad, lahir di Pati, 10 April 1996. gelar kesarjanaan diraih di IKIP Yogyakarta (sekarang UNY) tahun 1990 pada keahlian bidang Kurikulum dan Teknologi Pendidikan. Ia pernah mengikuti *short-course* Perbankan Syariah di Syariah Banking Institute Yogyakarta tahun 1995. Gelar Master dicapai di Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia dalam waktu 17 bulan. Ia pun dinyatakan lulus dengan predikat sangat memuaskan pada konsentrasi Ekonomi Islam. Tesis yang dipertahankan berjudul “Akuntansi Syariah: Refleksi Akuntansi Berorientasi Sosial dan Pertanggungjawaban”.

Karir pekerjaannya diawali dari Syariah Banking Institute Yogyakarta sebagai Manajer Akademik (1995-1997), Biro Akademik Magister Manajemen STIE Mitra Indonesia (1996-1997), dan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Yogyakarta. Saat ini aktif sebagai dosen luar bisa di berbagai Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta dengan spesialisasi studi Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah.

Nurul Widyaningrum, lulusan dari Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ITB, lahir di Karanganyar, 2 Juni 1975. sejak tahun 1999 menjadi peneliti di AKATIGA dan tertarik pada isu pengembangan usaha kecil dan ekonomi kerakyatan. Studi yang tengah dilakukannya saat ini adalah Studi Struktur dan Relasi Perdagangan dan Produksi Usaha Kecil, serta Studi Struktur dan Relasi Perdagangan dan Produksi Usaha Kecil, serta Studi dan Advokasi Gerakan Perempuan Usaha Kecil bekerjasama dengan Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK).

Johanes Supranto, lahir di Semarang, 22 Mei 1939. Pendidikan: (1) Akademi Ilmu Statistik, 1961 (2) University of North Carolina, USA, 1963 (3) University of Wisconsin, USA, 1970 (4) Sekolah Staf dan Pimpinan Administrasi, SESPA, 1974 (5) Kursus Statistik untuk Perencanaan, Tokyo, 1975. Pekerjaan: sejak tahun 1964 hingga kini mengabdikan diri di Kantor Biro Pusat Statistik, dan menduduki berbagai jabatan penting. Jabatan sekarang Ahli Peneliti Utama, bidang Ekonomi dan Manajemen. Di samping itu, juga menjadi Guru Besar MM di Universitas Persada Indonesia YAI, Dosen Akademi Ilmu Statistik, Fakultas Ekonomi UI, Sekolah Tinggi Akuntansi Negara, Universitas Atmajaya, Tarumanegara, dan Trisakti.

Nur Indriantoro, lulus dari Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada (tahun 1985), dan memperoleh gelar Master of Science in Accounting dari School of Accountancy, Carol Martin Gatton College of Business and Economics, University of Kentucky, USA (tahun 1989). Dari Universitas yang sama ia memperoleh gelar Doctor of Philosophy in Business Administration dengan major Accounting (tahun 1993). Sejak tahun 1985, menjadi staf pengajar pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, program Magister Sains dan program Doktor Akuntansi, serta Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, dan pernah mengajar pada program Magister Manajemen di berbagai perguruan tinggi.

Bambang Supomo, lulus dari jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada pada tahun 1984 dan memperoleh gelar Magister Sains program studi Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada tahun 1998, saat ini menjadi staf pengajar dan peneliti pada Fakultas Ekonomi dan Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro. Pernah mengajar di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Magister Manajemen Mitra Indonesia, saat ini aktif mengajar pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “YKP” Yogyakarta, Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “IEU” Yogyakarta dan Akademi Akuntansi “Widya Wiwaha” Yogyakarta.