

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK
PEMBIAYAAN MURABAHAH**

(Studi Kasus pada BMT Amratani Utama Yogyakarta)



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**ARIF BUDI WIBOWO
NIM : 01390676**

PEMBIMBING:

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

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR**

Hal : Skripsi Saudara Arif Budi Wibowo

Lamp : -

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Arif Budi Wibowo

NIM : 0139 0676

Judul Skripsi : "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH(Studi Kasus Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta)".

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah Jurusan/Program studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam bidang Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Agustus 2008

Pembimbing I,

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

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR**

Hal : Skripsi Saudara Arif Budi Wibowo

Lamp :-

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Arif Budi Wibowo

NIM : 0139 0676

Judul Skripsi : "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH(Studi Kasus Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta)".

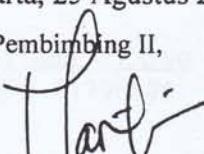
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah Jurusan/ Program studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam bidang Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Agustus 2008

Pembimbing II,


Sunaryati, S.E., M.Si.
NIP. 150 321 645

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Arif Budi Wibowo

NIM : 01390676

Jurusan-Prodi : Muamalah-Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH” (Studi Kasus Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta)** adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Agustus 2008

Mengetahui

Ka. Prodi Keuangan Islam

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

Penyusun


Arif Budi Wibowo
NIM. 01390676

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/042/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Arif Budi Wibowo

NIM : 01390676

Telah dimunaqasyahkan pada : 29 Agustus 2008

Nilai Munaqasyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua sidang

H. Syafiq Mahmudah, S.Ag., M.Ag

NIP. 150 282 012

Pengaji I

Muyassarotussolihah, S.Ag., SH., M.Hum

NIP. 150 291 023

Pengaji II

Drs. Riyanta, M.Hum

NIP. 150 259 417



Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D.

NIP. 150 240 524

ABSTRAK

Sejak awal berdirinya BMT di Indonesia, 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. Sedangkan BMT Amratani Group telah memiliki 15 jaringan BMT. 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 Anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta. Hal tersebut penting diketahui sebagai masukan bagi lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan minat anggota dalam menggunakan produk-produk layanan BMT.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), bersifat diskriptif analitik yang menggambarkan variabel independen untuk menganalisis bagaimana pengaruhnya terhadap minat anggota terhadap produk pembiayaan murabahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survey (*survey method*) dengan teknik kuisioner, serta teknik wawancara (*interview*) untuk mendapatkan data tentang BMT Amratani Utama Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah Anggota pembiayaan Murabahah pada BMT yang menjadi obyek penelitian, sedangkan metode pemilihan sampel yang digunakan adalah metode pemilihan sampel acak bertujuan (*random purposive sampling*).

Uji regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen penelitian terhadap minat anggota dalam menggunakan produk murabahah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk murabahah di BMT Amratani Utama. Hal tersebut didasarkan pada nilai t hitung (2.557) lebih besar dari nilai t tabel (1.701), dan nilai signifikansi (0.017) lebih kecil dari alpha (α) 0.05. Demikian pula dengan variabel keuntungan yang dirasakan nasabah, berpengaruh signifikan terhadap minat anggota BMT Amratani Utama, dalam menggunakan produk murabahah, yang didasarkan pada nilai t hitung (4.438) lebih besar dari nilai t tabel (1.701), dan nilai signifikansi (0.017) lebih kecil dari alpha (α) 0.05. Sedangkan variabel kualitas produk, tidak pengaruh signifikan terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah di BMT Amratani Utama, didasarkan pada nilai t hitung (1.193) lebih kecil dari nilai t tabel (1.701), dan nilai signifikansi (0.244) lebih besar dari nilai alpha (α) 0.05. Pengujian variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan secara bersama-sama, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hasil tersebut didasarkan pada nilai t hitung sebesar 14.021 lebih besar dari nilai t table sebesar 2.743, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai alfa (α) 0.05.

PERSEMBAHAN

Semoga Skripsi ini diberkahi

>Allah swt. dan Muhammad Rasul Allah

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ayahku H. Suyatno

Ibuiku Hj Srinatun

*Kakak dan adekku
tercinta*

Motto

ان مع العسر يسرا

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya bagi Allah atas segala hidayah-Nya. Shalawat dan Salam semoga tetap terlimpah keharibaan Rasulullah Muhammad saw., Keluarga dan Sahabatnya.

Syukur Alhamdulillah, akhirnya setelah melalui perjalanan yang panjang, penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan banyak pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penyusun menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Amin Abdullah, selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Yusuf Khoiruddin S.E. M.Si., selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam.
4. Ibu Muyassarotussolichah, S.Ag., SH., M.Hum., selaku Sekretaris Prodi Keuangan Islam.
5. Bapak H. Syafiq Mahmudah, S.Ag., M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya memberikan arahan dan koreksi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Sunaryati, S.E., M.Si., selaku Penasehat Akademik dan Pembimbing II dalam penyusunan skripsi yang telah dengan sabar meluangkan waktunya, untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penyusun.

7. Bapak dan Ibu Dosen Prodi KUI yang telah memberikan berbagai macam ilmu dan pengetahuan, dan Staff TU Prodi KUI Fakultas Syariah, yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan masa kuliah.
8. Bapak, Ibu, Kakak dan Adikku tercinta yang senantiasa memberi doa, semangat, dan motivasi bagi penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku “Dabag 25”, Hariz, Sabri, Zaenal, Bowo, dan segenap teman-teman yang tidak sempat disebutkan satu-persatu, untuk segala kebersamaanya dalam ruang dan waktu.
10. Rekan-rekan kampung, Paijo, Pran, Pras, Wijianto, atas segala doa dan dukungannya.
11. Segenap teman-teman KUI 1 dan 2, terima kasih untuk semua bantuan yang telah diberikan semoga ini semua akan menjadi amalan kita kelak, amin...
12. Serta semua pihak yang telah turut membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penyusun mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penyusun menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaannya di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Yogyakarta, 28 Agustus 2008

Penyusun

Arif Budi Wibowo

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	2
B. Pokok Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan	4
D. Telaah Pustaka	6
E. Kerangka Teoretik	8
F. Hipotesis	12
G. Metode Penelitian	13
H. Sistematika Pembahasan	26

BAB II. PEMBIAYAAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN DILEMBAGA

KEUANGAN SYARIAH	28
A. Pembiayaan Sebagai Fungsi Lembaga Keuangan Syariah	28
B. Produk Pembiayaan Murabahah	31
1. <i>Bāi‘ Bisamān ‘Ājil</i>	32
2. <i>Murābahah</i>	33
C. Perilaku Konsumen	35
1. Pengertian Perilaku Konsumen	35
2. Perilaku Konsumen Islami	36
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	39
D. Minat Anggota dalam menggunakan Produk Pembiayaan <i>murābahah</i>	42

BAB III. GAMBARAN UMUM BMT AMRATANI UTAMA 46

A. Sejarah Berdirinya	46
B. Strategi Pemasaran	47
C. Visi, Misi Dan Tujuan Bmt Amratani Utama	48
D. Produk BMT Amratani Utama	49
E. Struktur Organisasi	53
F. Praktek Murabahah di BMT Amratani Utama	54

BAB IV. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH..... 56

A. Deskripsi Responden	56
------------------------------	----

B. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	61
C. Uji Asumsi Klasik	62
1. Uji Normallitas Data	62
2. Uji Linearitas	66
3. Uji Heteroskedastisitas	67
4. Uji Autokorelasi	69
5. Uji Multikolonieritas	70
D. Pengujian Hipotesis dan Analisis Hasil Penelitian	73
1. Uji Parsial (Uji-t Statistik)	73
a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Anggota	74
b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Anggota	76
c. Pengaruh Keuntungan terhadap Minat Anggota	78
2. Uji Signifikansi Simultan/Bersama-sama (Uji-F Statistik)	80
3. Koefisien Determinasi	82
BAB V. PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
I. Surat Keterangan Penelitian	
II. Data Sampel	

III. Angket Penelitian

IV. Daftar Wawancara

V. Hasil *Output*

VI. *Curriculum Vitae*

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia.....	54
Gambar 4.1. Histogram dan Kurva Normal	64
Gambar 4.2. Scatterplot	65
Gambar 4.3. Grafik Scatterplot	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2. Tabel Responden berdasarkan Umur.....	58
Tabel 4.3. Tabel Responden berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.4. Tabel Responden berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.5. Tabel Responden berdasarkan Masa Keanggotaan.....	59
Tabel 4.6. Tabel Correlation Uji Validitas Data.....	61
Tabel 4.7. Tabel Statistik Uji Reliabilitas Data.....	63
Tabel. 4.8. Uji Normalitas residual model penelitian dengan Uji Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4.9. Model Summary.....	67
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4.11. Uji Autokorelasi.....	71
Tabel 4.12.Tabel Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>Variance Inflation</i>	72
Tabel 4.13. Tabel Matrik <i>Coefficient Correlations</i>	73
TABEL 4.15. HASIL UJI PARSIAL (UJI-T STATISTIK).....	74
Tabel 4.16. Tabel Uji Simultan (secara bersama-sama).....	83
Tabel 4.17. Tabel Koefisien Determinasi (R^2).....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Perkembangan lembaga-lembaga ekonomi atau keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal pada beberapa tahun terakhir ini menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini ditandai dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan seperti *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) yang telah merambah hingga ke pelosok-pelosok daerah. Disebut informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.

Kehadiran lembaga-lembaga keuangan non formal ini sangat dirasakan oleh berbagai kalangan terutama rakyat yang berada dalam posisi menengah ke bawah. Betapa tidak lembaga-lembaga ini terjun langsung di tengah-tengah masyarakat dengan sistem jemput bola dan biasa bersentuhan langsung dengan para anggotanya. Lembaga-lembaga keuangan seperti ini biasanya banyak beropersi di pasar-pasar tradisional, rumah-rumah para penduduk, dan baru-baru ini telah merambah pada sekolah-sekolah yang juga ikut menjadi anggota dari lembaga keuangan yang bersifat non formal ini.

Keberadaan lembaga keuangan yang menawarkan berbagai bentuk fasilitas pembiayaan merupakan sesuatu yang penting guna mendukung kegiatan perekonomian terutama melalui penggerahan sumber-sumber pembiayaan dan penyalurannya secara efektif dan efisien. Sejalan dengan itu, sejak tahun 1988

pemerintah telah menempuh berbagai kebijakan untuk lebih memperkuat sistem lembaga keuangan nasional melalui pengembangan dan perluasan berbagai jenis lembaga keuangan, diantaranya lembaga pembiayaan.¹

Pada dasarnya, produk lembaga keuangan syariah adalah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana 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 penerapan beberapa produk saja yang dianggap aman dan lebih *profitable*.² Produk *murābahah* lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua 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 *Bāi' Bisaman Ajil* (BBA), *Mudārabah* (BDA), *Murābahah* (MBA), *Musyārakah* (MSA) dan *Qardul Hasan*. Sedangkan produk simpanan meliputi simpanan *Wādiah* dan *Mudārabah*.³ Pada dasarnya anggota akan memilih suatu produk apabila keinginannya dapat dipenuhi

¹ Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: LP FEUI, 2004), hlm. 281

² Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 29.

³ Muhammad, *Manajemen Baitul Māl wat Tamwil* (BMT), cet. ke-1 (Yogyakarta: STIS, 1998), hlm.170.

oleh produk tersebut. Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau anggota merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk-produk lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT).

BMT sebagai salah satu lembaga keuangan mikro yang bergerak di bidang jasa, perlu mengingat bahwa anggota merupakan pihak yang cenderung memberikan penilaian terhadap mutu dengan membandingkan apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Mengetahui apa yang diinginkan atau diharapkan oleh anggota merupakan salah satu tantangan, maka dari itu BMT perlu memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen sangat terikat dengan preferensi. Preferensi yang dimaksud adalah minat dan kecenderungan sekelompok masyarakat dalam kaitannya dengan keputusan untuk melakukan pilihan terhadap barang atau jasa dalam pemenuhan kebutuhan.

Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga *Baitul Māl 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. Oleh karenanya, keberadaan lembaga ini 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.

Dengan jumlah BMT yang semakin meningkat menyebabkan persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar semakin tajam. Di dalam memilih BMT, anggota dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan yang diberikan oleh BMT.

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.⁴ Meskipun demikian, perkembangan tersebut masih 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 anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

⁴ Data ini berdasarkan catatan daftar jaringan BMT Amratani Group Yogyakarta.

B. Pokok Masalah

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

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta?
3. Apakah keuntungan berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, keuntungan berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan Produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan perumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.
2. Menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

3. Menjelaskan pengaruh keuntungan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.
4. Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, keuntungan secara bersama-sama terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Sedangkan kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi BMT Amratani Yogyakarta atau pihak yang terkait di dalamnya, agar kebijakan yang diambil selalu mengedepankan *service excellent* dan menguntungkan bagi anggota, sehingga BMT Amratani Utama Yogyakarta dapat menjadi lembaga keuangan syariah yang memiliki kredibilitas terbaik di mata masyarakat.
2. Menambah wawasan khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

D. Telaah Pustaka

Seiring dengan perkembangan institusi keuangan syariah di Indonesia yang cukup pesat belakangan ini, menimbulkan minat sejumlah 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.

Penelitian yang pernah dilakukan, yaitu “Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, 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.⁵

Catur Budi Patriono, melakukan penelitian dengan judul yaitu “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Anggota dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Daerah Istimewa

⁵ Bank Indonesia dan PSEI STIS Yogyakarta, “Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta,” Laporan penelitian tahun 2003.

Yogyakarta”, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi anggota 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 anggota BMT dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT-BMT di DIY dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: Kualitas Pelayanan, Dorongan Individual, Keunggulan Produk, Kenyamanan Berkontrak, Kemudahan Mendapatkan Jasa dan Promosi.⁶

Imam Hanafi, melakukan penelitian dengan judul yaitu “faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Yogyakarta”, dalam penelitian ini menggunakan beberapa faktor yaitu: Faktor Fasilitas dan Kemudahan Mendapatkan Jasa, Faktor Keunggulan Produk, Faktor Keandalan Pelayanan, Faktor Kebutuhan dan Norma Agama, Faktor kelompok Referensi, Faktor promosi. Dengan menggunakan analisis faktor, hasil penelitian ini bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan fasilitas pembiayaan di pengaruhi oleh enam faktor tersebut.⁷

Dari keseluruhan karya di atas, tidak satu pun yang secara spesifik melakukan pengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani

⁶ Catur Budi Patriono, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Anggota dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di DIY,” Skripsi Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005).

⁷ Imam Hanafi, “Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta,” Skripsi Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2007).

Yogyakarta. Oleh karenanya bahasan dalam penelitian ini menjadi sesuatu yang perlu guna pengembangan wacana dan selanjutnya diharapkan dapat ditindaklanjuti dalam rangka perbaikan kinerja Lembaga Keuangan Mikro Syariah, dalam hal ini adalah BMT Amratani Yogyakarta.

E. Kerangka Teoretik

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *Bayt Al-Mâl wa Al-Tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Baitul Mal wa Tamwil adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal. Penyebutan informal pada *Bayt Al-Mâl wa Al-Tamwil* (BMT), dikarenakan lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.⁸

Produk pembiayaan murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.⁹ Dalam murabahah, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan.

⁸ Djazuli, A. Yadi Janwari, *Lembaga- Lembaga Perekonomian Umat (sebuah Pengenalan)*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), hlm. 183.

⁹ Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press 2001), hlm. 95.

Pada pelayanan BMT dalam menyalurkan berbagai jenis produk, perlu memperhatikan jenis-jenis produk yang sesuai dan menarik minat anggota untuk menggunakannya. Sebagai makhluk sosial yang terlibat dalam interaksi ekonomi, nasabah pasti membutuhkan informasi. Informasi ini dapat berasal dari anggota pengguna produk murabahah sebelumnya, orang dekat, lingkungan ataupun karyawan Lembaga keuangan itu sendiri. Setiap anggota tentunya mempunyai pandangan tersendiri tentang pengaruh informasi tersebut terhadap keputusan penggunaan jasanya.

Kondisi BMT pada saat ini dapat berjalan lebih optimal dan terus mengalami kenaikan baik secara asset maupun jumlah cabang yang ada. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah tindakan langsung yang diberikan perusahaan kepada konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen.¹⁰

Kualitas pelayanan (*customer service*) adalah kualitas dari aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pra transaksi dan pasca transaksi. Termasuk diantaranya pada waktu nasabah menunggu di loket untuk mendapatkan pelayanan dari perusahaan sampai pada yang meninggalkan loket setelah mendapatkan pelayanan. *Customer service* meliputi berbagai aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan nasabah mulai dari pemesanan, pemrosesan

¹⁰ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkas Praktis*, cet. Ke-2 (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 51.

hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan nasabah.¹¹

Peningkatan kualitas layanan ditujukan untuk meningkatkan perolehan keuntungan operasional. *Customer service* bukan sekedar dimaksudkan untuk melayani, namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini untuk sudah dimulai sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Kualitas *customer service* yang baik diukur oleh nasabah, sehingga nasabah tahu perusahaan yang memberikan pelayanan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah.¹³ Maka semakin baik kualitas pelayanan akan memberi kepuasan dan minat anggota dalam menggunakan produk atau jasa.

Potensi perkembangan lembaga keuangan syariah menunjukkan bahwa anggota adalah rasional dan akan memilih produk-produk yang memiliki kualitas meningkatkan keuntungan anggota. Kualitas produk adalah suatu barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen. Produk yang dipilih oleh anggota BMT, merupakan produk yang dianggap mengerti akan masalah-masalah keuangan yang dihadapi oleh anggota. Hal tersebut bahwa semakin baik dan semakin tepat produk yang ditawarkan, tentunya akan mementukan minat anggota dalam memilih produk tersebut.

Selain itu, potensi pasar pada lembaga keuangan syariah terbesar, berada di *floating market*, yang mempunyai ciri lebih menunjukkan aspek *financial*

¹¹ Rambat Lupriyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 119.

¹³ *Ibid.*

benefit dibandingkan dengan aspek syariah. Bagi segmen *floating market*, ketertarikan dan kemauan untuk bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah sangat ditentukan oleh layanan dan atau keuntungan yang ditawarkan.¹² Segmen pasar ini akan mau bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah dengan syarat lembaga keuangan syariah tersebut dapat memberikan layanan dan keuntungan yang minimal sama atau bahkan lebih dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Hal tersebut menunjukkan bahwa rasionalitas anggota akan semakin berminat pada produk-produk bagi usaha dan kebutuhan-kebutuhan anggota lainnya.

Minat merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangi suatu obyek.¹³ Minat berarti dorongan atau daya penggerak yang dapat membentuk orang untuk melakukan suatu hal. Minat adalah suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan seseorang, sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Sedangkan minat beli adalah sesuatu hal yang mendorong manusia untuk melakukan tindakan pembelian barang atau jasa.

F. Hipotesis

Sesuai dengan kerangka pikir di atas, maka peneliti mengambil hipotesis atau dugaan sementara, yaitu:

¹² Rustika T Karim, "Prospek dan Tantangan Perbankan Syariah 2006," *Economic Review Journal*, No 202, Desember 2005, hlm. 5.

¹³ Sukirin, *Pokok-pokok Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: FIP-IKIP,1981), hlm. 75.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Catur Budi Patriono (2005) yang mengadakan pengujian kualitas pelayanan terhadap preferensi anggota, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap preferensi anggota. Maka dari penelitian tersebut dapat disusun hipotesis:

H₀₁: Kualitas pelayanan (*customer service*) tidak berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

H_{a1}: Kualitas pelayanan (*customer service*) berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Dari penelitian yang dilakukan Imam Hanafi (2007) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan menyebutkan bahwa keunggulan produk berpengaruh positif terhadap minat anggota.

H₀₂: Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

H_{a2}: Kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Dari penelitian yang dilakukan Rustika T Karim tentang prospek dan tantangan perbankan syariah bahwa keuntungan berpengaruh positif terhadap Bank Syariah.

H₀₃: Keuntungan Anggota berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Ha₃: Keuntungan Anggota berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Secara keseluruhan faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan anggota terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah. Hal ini didasarkan pada perilaku nasabah yang lebih cenderung pada aspek *financial benefit*.

H₀₄: Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

Ha₄: Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan berpengaruh secara positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian terapan berdasarkan tujuannya. Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji, dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam

memecahkan masalah-masalah praktis.¹⁴ Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti langsung ke lapangan, data diperoleh langsung dari BMT Amratani Utama Yogyakarta, dengan menggunakan metode *random purposive sampling* dalam pengumpulan data.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik, yaitu penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan variabel-variabel *independent* seperti: kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan, untuk menganalisis bagaimana pengaruhnya terhadap produk pembiayaan murābahah di BMT Amratani Yogyakarta.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data yang bersumber langsung dari BMT Amratani Utama Yogyakarta. Untuk kepentingan penelitian ini, sumber data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui interview untuk mendapatkan data tentang keadaaan umum perusahaan dan data yang diperlukan secara langsung dengan objek penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuisioner, yaitu dengan memberikan beberapa butir item pertanyaan kepada responden (seluruh anggota di BMT Amratani Utama Yogyakarta),

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2003), hlm. 77.

dimana jawaban mereka merupakan data primer sebagai bahan dalam analisis kuantitatif.

b. Data Sekunder

Adapun sumber data sekunder yang dimaksud adalah sumber yang didapatkan dari dokumentasi, buku-buku atau pustaka yang ada hubungannya dengan topik bahasan ini serta hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari brosur-brosur yang diterbitkan oleh pihak BMT dan buku-buku pendukung lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisisioner

Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui.¹⁵ Pertanyaan diajukan kepada nasabah BMT Amratani Utama yang masih aktif menggunakan produk saat penelitian dilakukan. Pertanyaan yang ada, bersifat kuisisioner tertutup yaitu responden hanya dipersilahkan memilih dari beberapa jawaban yang sudah tersedia.

b. *Interview/ Wawancara*

Interview/ wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*).¹⁶ Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, yakni dilakukan dengan bebas untuk menanyakan apa saja yang

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Bina Aksara, 1983), hlm 128.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 132

berkenaan dengan penelitian dengan cara tanya jawab langsung kepada kepala kantor pelayanan BMT Amratani Utama Yogyakarta.

5. Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini, variabel yang dijadikan obyek penelitian adalah dan variabel faktor-faktor minat (X), variabel produk pembiayaan murābahah (Y).

- Variabel minat pada produk pembiayaan murābahah merupakan variabel dependen atau terikat

Minat adalah merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangi suatu obyek.¹⁷

Murābahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.¹⁸

- Variabel faktor-faktor minat anggota

Variabel faktor-faktor minat anggota merupakan variabel bebas atau *independent* terbagi tiga, yaitu:

- 1). Kualitas pelayanan adalah tindakan langsung yang diberikan perusahaan kepada konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen.¹⁹

¹⁷ Sukirin, *Pokok-pokok Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: FIP-IKIP, 1981), hlm. 75.

¹⁸ Antonio, Muhammad Syafi`I, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press 2001), hlm. 95.

¹⁹ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkas Praktis*, cet. Ke-2 (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 51.

- 2). Kualitas produk adalah suatu barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen
- 3). Keuntungan yaitu sisa hasil usaha yang bertambah bagi pelaku usaha setelah semua pembayaran untuk modal (bunga), tanah (sewa), dan tenaga kerja yang meliputi manajemen (gaji dan upah) dilakukan.²⁰

6. Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan pengujian tingkat pengaruh dalam analisis data dalam penelitian, data yang diperoleh dari hasil angket yang disebarluaskan, diuji tingkat keabsahan dan kemampuan dalam mengukur instrumen. Adapun pengujian yang dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Untuk melakukan uji validitas terhadap variabel independen dan dependen yang telah dikembangkan menjadi item-item pertanyaan kuesioner, dilakukan analisis faktor atau indikator yaitu mengorelasikan antar skor item instruksi dalam suatu faktor dan mengorelasikan skor faktor dengan skor total.²¹

Dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, dijelaskan bahwa item yang mempunyai korelasi positif dengan kriteriaum (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah kalau r tabel = 0,3. Jadi jika

²⁰ Wirasasmita HRA Rivai, DKK. *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Bandung : Pionir Jaya, 2002), hlm. 396.

²¹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), hlm. 114.

korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3, maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.²²

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan secara *internal consistency*, yaitu mencobakan instrumen sekali saja

Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan uji regresi terhadap model persamaan. Sebelum dilakukan pengujian terhadap modal, perlu dilakukan asumsi klasik untuk menguji kelayakan model persamaan digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolonieritas, uji linearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi data normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. ada beberapa metode yang digunakan dalam metode ini yaitu:

a. Uji Normalitas dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov

Distribusi normal merupakan distribusi teoritis dari variabel random yang kontinyu. Kurva yang menggambarkan distribusi normal adalah kurva normal yang berbentuk simetris. Untuk menguji apakah

²² *Ibid.*, hlm. 124.

sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian Kolmogorov-Smirnov *Goodness of Fit Test* terhadap masing-masing variabel. Jika nilai probabilitas (*p-value*) lebih besar dari nilai alpha (α) 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Normalitas Model dengan Analisis Grafik

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model variabel *independen*, variabel *dependen* atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah terdapat distribusi data yang normal atau mendekati normal. Deteksi adanya normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1). Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.
- 2). Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat benar tidaknya spesifikasi model yang digunakan. Uji ini dilakukan untuk mengetahui dan memilih bentuk data (linear, kuadrat, atau kubik) yang digunakan dalam suatu studi empiris. Uji linearitas memberikan informasi tentang model empiris yang

baik digunakan, antara bentuk linear, kuadrat, atau kubik. Uji *Lagrange Multiplier* digunakan dalam penelitian ini karena uji ini merupakan uji alternatif dari Ramsey test, dan dikembangkan oleh Engle tahun 1982. Estimasi ditujukan untuk memperoleh nilai χ^2 hitung atau $(n \times R^2)$.²³ Pengujian dilakukan dengan melihat hasil perbandingan χ^2 hitung dengan χ^2 tabel. Pengambilan keputusan inti uji ini didasarkan pada nilai χ^2 . Apabila χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel, maka model yang digunakan dalam penelitian memenuhi asumsi linearitas.

3. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel *independent* saling berhubungan secara *linear*. Pengertian dari uji multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lainnya. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah²⁴:

a. Besaran Nilai VIF dan *Tolerance*.

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

- 1) mempunyai nilai VIF sekitar angka di bawah 10.
- 2) mempunyai angka *tolerance* di atas 0,1.

b. Besaran Korelasi antar Variabel *Independen*.

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2001), hlm. 80.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 92.

Pengambilan keputusan untuk metode ini didasarkan pada besaran nilai antar variabel *independen*, yaitu harus di bawah 0,90. Bila korelasi antar variabel *independen* cukup tinggi (umumnya di atas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. analisis deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat melalui nilai D-W (Durbin Watson), dengan pedoman sebagai berikut:

Pengambilan keputusan:

- a) Tidak terjadi autokorelasi jika $du < DW < (4 - du)$
- b) Terjadi autokorelasi positif jika $DW < dL$
- c) Terjadi autokorelasi negatif jika $DW > (4 - dU)$
- d) Tanpa keputusan jika $dL < DW < du$ atau $(4 - du) < DW < (4 - dL)$

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari pengamatan ke pengamatan lain yang berarti terjadi heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu asumsi pokok dari model regresi linear klasik bahwa

gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama.

Adapun metode yang akan dibahas disini yaitu metode Glejser dengan dasar pengambilan keputusan membandingkan nilai *sig* variabel *independen* dengan nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai *sig* lebih besar dari nilai α ($sig > \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

7. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan alat analisis regresi linear berganda karena untuk melihat pengaruh tiga variabel *independen* yaitu variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, keuntungan, terhadap produk pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama sebagai variabel *dependen*. Penyusun menggunakan bantuan *software* SPSS 16.00 untuk mengolah data yang ada.

Model persamaan umum regresinya adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Sedangkan persamaan derivatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$MPM_t = a + b_1 KPY_t + b_2 KPR + b_3 KTNG + e$$

dimana:

MPM_t = Minat pada Pembiayaan Murābahah ke-t

KPY = Kualitas Pelayanan

KPR = Kualitas Produk

$KTNG$ = Keuntungan

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi

Adapun uji yang dilakukan adalah:

a. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial dengan derajat keabsahan 5%, dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut:

1). Menguji pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta, hipotesis statistiknya adalah:

$H_0: b_1 = 0$ (Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

$H_a: b_1 \neq 0$ (Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk Pembiayaan Murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

2). Menguji pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta hipotesis statistiknya adalah:

$H_0: b_2 = 0$ (Kualitas Produk tidak berpengaruh positif terhadap minat anggota dalam menggunakan

produk Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

$H_a : b_2 \neq 0$ (Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

3). Menguji pengaruh variabel Keuntungan terhadap Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta Hipotesis statistiknya adalah:

$H_0 : b_3 = 0$ (Keuntungan tidak berpengaruh positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk Pembiayaan murābahah di BMT Amratani_Utama Yogyakarta).

$H_a : b_3 \neq 0$ (Keuntungan berpengaruh positif terhadap minat anggota dalam menggunakan produk Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai Sig yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai $Sig < \alpha$ maka H_0 ditolak.
- b) Jika nilai $Sig > \alpha$ maka H_0 diterima.

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara serentak. Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai Sig dengan nilai α (5%) pada tingkat derajat 5%, dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0: b_0 = b_1 = b_2 = 0$ (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan terhadap Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

$H_a: \text{tidak semua } b_i \neq 0$ (Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan terhadap Pembiayaan murābahah di BMT Amratani Utama Yogyakarta).

Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai Sig yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $\text{Sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak.
- 2) Jika nilai $\text{Sig} > \alpha$ maka H_0 diterima.

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab dan setiap bab berisi sub bab dengan sistematika sebagai berikut: Bab pertama berisi pendahuluan sebagai titik tolak dan menjadi acuan dalam proses penelitian yang akan dilakukan. Bab ini terdiri dari tujuh sub bab yaitu latar belakang masalah yang menguraikan

alasan dan motivasi penelitian. Selanjutnya pokok masalah sebagai inti permasalahan yang dicarikan jawabannya melalui penelitian dan dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penelitian untuk mengetahui urgensi penelitian ini. Telaah pustaka diperlukan untuk memaparkan penelitian sejenis yang pernah dilakukan guna mengetahui posisi penelitian ini. Setelah diketahui penelitian-penelitian sebelumnya, dilanjutkan dengan pemaparan teori sebagai kerangka dari penelitian ini. Maka penulis mendapatkan dugaan sementara yang terangkum dalam hipotesis. Kemudian dipaparkan metode penelitian sebagai penuntun dalam proses penelitian, dan bab pertama ini diakhiri dengan sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penelitian ini.

Setelah diawali pengantar dalam bab sebelumnya, bab kedua memuat teori yang digunakan sebagai landasan dan pendukung dari penelitian ini. Bab ini pemberian sebagai fungsi lembaga keuangan syariah, produk pemberian murabahah. Selain itu penulis juga memaparkan mengenai perilaku konsumen yang meliputi pengertian perilaku konsumen, perilaku konsumen Islami, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kemudian dilanjutkan mengenai minat anggota dalam menggunakan produk pemberian *murābahah*

Setelah diketahui teori yang mendukung penelitian ini, selanjutnya adalah pembahasan tentang objek penelitian yang disajikan dalam bab ketiga. Bab ini mencakup sejarah perkembangan berdirinya BMT Amratani Utama. Kemudian Produk dan Jasa Layanan BMT Amratani Utama, visi dan misi yang dimiliki BMT Amratani Utama. Dilanjutkan struktur organisasi dan wewenang personalia

bank Produk dan Jasa Layanan BMT Amratani Utama dan yang terakhir adalah praktek murabahah di BMT Amratani Utama.

Bab keempat memaparkan analisis data dan pembahasan hasil analisis yang diawali dengan analisis data, dan hasil pengujian sebagai interpretasi hasil analisis. Pengujian pertama adalah uji validitas dan reliabilitas data, digunakan untuk menguji tingkat keabsahan dan kemampuan item-item pertanyaan menjadi data dalam penelitian. Kemudian pengujian kedua adalah uji asumsi klasik sebagai asumsi dari model regresi. Uji asumsi klasik dilakukan karena model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda. Pengujian selanjutnya adalah uji linearitas untuk melihat apakah model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dan yang terakhir adalah uji teoretis dan hipotesis untuk membuktikan teori dan hipotesis yang diajukan dalam bab pertama.

Setelah diketahui hasil analisis dalam bab empat, kemudian dilanjutkan dengan kesimpulan yaitu menjawab pokok masalah yang telah dikemukakan pada bab pertama dan saran-saran dan penelitian ini yang dirangkum dalam bab terakhir. Saran-saran juga diperlukan untuk memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam kaitannya dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian terhadap variabel yang mempengaruhi minat anggota BMT menggunakan produk murabahah di BMT Amratani Utama, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk murabahah di BMT Amratani Utama. Hal tersebut didasarkan pada nilai t hitung sebesar 2.557 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.701, dan nilai signifikansi sebesar 0.017 lebih kecil dari alpha (α) 0.05.
2. Tidak ada pengaruh signifikan pada kualitas produk terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah di BMT Amratani Utama. Hasil tersebut didasarkan pada nilai t hitung sebesar 1.193, hitung lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1.701, dan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0.244 lebih besar dari nilai alpha (α) 0.05.
3. Keuntungan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota BMT Amratani Utama, dalam menggunakan produk murabahah. Hasil tersebut di dasarkan pada nilai t hitung sebesar 4.438 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.701, dan nilai signifikansi sebesar 0.017 lebih kecil dari alpha (α) 0.05.

4. Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hasil tersebut didasarkan pada nilai t hitung sebesar 14.021 lebih besar dari nilai t table sebesar 2.743, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai alfa (α) 0.05.

B. Saran-saran

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

1. Variabel keuntungan sangat dominan mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk murabahah. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak manajemen seyogyanya mempertahankan kualitas pelayanan untuk memberikan rasa aman, rasa percaya, dan rasa memiliki BMT, sehingga berbagai jenis produk dapat diberikan kepada anggota dengan baik, khususnya murabahah.
2. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Hal tersebut mengindikasikan, kurangnya pemahaman anggota terhadap produk-produk yang disediakan oleh BMT. Dengan demikian perlu adanya evaluasi terhadap sosialisasi produk-produk yang diberikan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Antonio, M. Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Djazuli.A. Yadi Janwari, "Lembaga- Lembaga Perekonomian Umat (sebuah pengenalan)", Jakarta, RajaGrafindo, 2002.
- Fandy Tjiptono, *StrategiPemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Forsyth Patrick, *Marketing Professional Service,Memasarkan Jasa Profesional* Jakarta: Gramedia, 1997.
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2001), hlm. 80.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 2002
- Kuncoro Mudrajad, *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001
- Lupriyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002
- Muhammad, *Manajemen Baitul Mal wat Tamwil* (BMT), Yogyakarta: STIS, 1998
- Purwaatmaja Karnanen, dan Muhammad Syafi'I Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta, PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1999
- Saladin, Djaslim, *Unsur-unsur inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis*, cet, II, Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Sugiharto, dkk., *Teknik Sampling*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 2003.
- Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bina Aksara, 1983.
- Sukirin, *Pokok-pokok Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: FIP-IKIP,1981

Yuliadi Imamuddin, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, cet. ke-1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001

Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* Jakarta: Zikrul Hakim, 2003

Lain-lain

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

Hanafi Imam, “Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta,” Skripsi tidak dipublikasikan, Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2007).

Karim Rustika T, *Prospek dan Tantangan Perbankan Syariah 2006*, Economic Review Journal, No 202, Des, 2005, hlm. 5.

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

Wirasasmita HRA Rivai, DKK. *Kamus Lengkap Ekonomi*, Bandung: Pionir Jaya, 2002