

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PERMINTAAN
PADA BMT BINA DHUafa BRINGHARJO YOGYAKARTA
.1997-2004**



SKRIPSI

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

OLEH

**YASIR ARAFAT
00390375**

PEMBIMBING

- 1. Drs. A. YUSUF KHOIRUDDIN, SE, M.Si**
- 2. SUNARSIH, SE, M.Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
JURUSAN MUAMALAT FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2005**

ABSTRAK

Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan Pada BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta 1997-2004

Baitul Maal Wattamwil (BMT) adalah bagian dari lembaga ekonomi syariah dan keuangan syariah mikro yang bertujuan mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat kaum lemah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh promosi yang meliputi periklanan, publisitas, dan promosi penjualan terhadap volume permintaan di BMT Beringharjo.

Penelitian ini mengambil data dari divisi pemasaran BMT Bina Dhuafa Bringharjo yaitu berupa data biaya promosi dan pencapaian volume permintaan (simpanan dan pembiayaan) dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2004. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data biaya promosi dan volume atau jumlah permintaan baik berupa simpanan maupun pembiayaan yang telah dicapai BMT BDB Yogyakarta dari tahun 1997-2004. Metode wawancara digunakan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan lembaga, baik mengenai sejarah berdiri, struktur organisasi, dan kegiatan promosi. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah Bapak Fauzan dan Ibu Atung sebagai anggota divisi pemasaran BMT Bringharjo. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Persyaratan analisis regresi menggunakan uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara biaya periklanan, biaya publisitas, dan biaya promosi penjualan secara bersama-sama terhadap volume permintaan dengan melihat koefisien determinasi sebesar 0.2483 yang berarti 24.83% volume permintaan dipengaruhi biaya periklanan, biaya publisitas, dan biaya promosi penjualan. Dan melihat uji F hitung sebesar 3.084 yang lebih besar dibandingkan dengan F tabel sebesar 2.947 pada taraf signifikansi 5%. Untuk F hitung sebesar 3.084 artinya bahwa setiap kenaikan biaya promosi sebesar Rp.1,00 akan mengakibatkan kenaikan volume permintaan sebesar Rp. 3,00.

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si

Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi

Saudara Yasir Arafat

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 : Yasir Arafat

NIM : 00390375

Judul : "Pengaruh Promosi terhadap Volume Permintaan Produk Jasa BMT di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta 1997-2004."

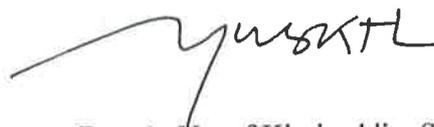
sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam program studi Keuangan Islam Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Ramadhan 1426 H
18 Oktober 2005 M

Pembimbing I



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

Sunarsih, SE, M.Si

Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi

Saudara Yasir Arafat

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 : Yasir Arafat

NIM : 00390375

Judul : "Pengaruh Promosi terhadap Volume Permintaan Produk Jasa BMT di Baitul
Maal Wattamwil (BMT) Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta 1997-2004."

sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam program studi Keuangan Islam Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Ramadhan 1426 H
18 Oktober 2005 M

Pembimbing II



Sunarsih, SE, M.Si
NIP. 150 292 259

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

**Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan pada BMT
Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta 1997-2004**

Yang disusun oleh:

Yasir Arafat

NIM: 00390375

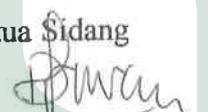
Telah dimunaqasyahkan di depan sidang munaqasyah pada hari kamis tanggal 15 Desember 2005 M / 14 Dzulqa'dah 1426 H dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 14 Dzulqa'dah 1426 H
15 Desember 2005 M

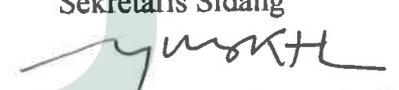


Panitia Ujian Munaqasyah

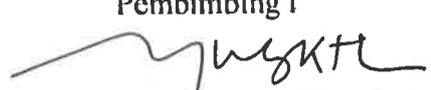
Ketua Sidang


Drs. H. Dahwan, M.Si
NIP: 150 178 662

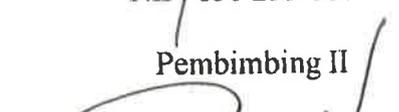
Sekretaris Sidang


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

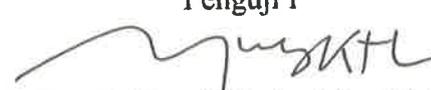
Pembimbing I


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

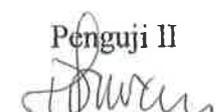
Pembimbing II


Sunarsih, SE, M.Si
NIP: 150 292 259

Penguji I


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

Penguji II


Drs. H. Dahwan, M.Si
NIP: 150 178 662

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:
Nama : Yasir Arafat
NIM : 00390375
Jur.Prodi : Muamalat. Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi terhadap Permintaan Produk Jasa BMT di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta 1997-2004” merupakan hasil karya penulis sendiri bukan jiplakan ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah menjadi rujukan dan apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam penyusunan karya ini, maka tanggung jawab ada pada penulis.

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

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Ramadhan 1426 H
18 Oktober 2005 M

Mengetahui,
ka. Prodi Keuangan Islam



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

Penulis



Yasir Arafat
00390375

MOTTO

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

Masalah janganlah dijadikan beban, tetapi jadikanlah semangat untuk meraih masa depan



PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN:

UNTUK YANG TERCINTA AYAHANDA Sarlin Agus Salim dan IBUNDA Salmi yang telah sabar, penuh kasih sayang dan tulus ikhlas merawat, mendidik, dan mengajarkan segala kebajikannya. Juga dengan ketulusan do'a beliau yang tiada henti-hentinya mengalir untuk selalu menyertai ananda dalam menjalani hidup ini agar menjadi orang yang berguna.

Untuk yang selalu kusayangi Kak Mahmud, Mbak Erna, Mas Haris, dan Mbak Dewi yang selalu memberikan inspirasi, motivasi dan bantuan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Untuk Maulaya Insan Sabila yang imut-imut dan lucu yang selalu membuat gemas dan ceria

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. 150 tahun 1987 dan no. 05436/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	je
ح	ḥā'	ḥ	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	sīn	s	es
ش	syīn	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	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	‘air	’	koma terbalik di atas
غ	gain	g	-
ف	fā’	f	-
ق	qāf	q	-
ك	kāf	k	-
ل	lam	l	-
م	mim	m	-
ن	nūn	n	-
و	wawu	w	-
ه	ha	h	-
ء	hamzah	’	apostrof
ي	yā’	y	-

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدين Muta’aqqidain

عدة ‘Iddah

3. Ta’ Marbūṭah diakhir kata

a. Bila mati ditulis

هبة Hibah

جزية Jizyah

b. Bila dihidupkan berangkai dengan kata lain ditulis.

نعمة الله Ni’matullāh

زكاة الفطر Zakātul-fitri

4. Vokal Tunggal

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
-----	Fathah	a	A
-----	Kasrah	i	I
-----	Ḍammah	u	U

5. Vokal Panjang

a. Fathah dan alif ditulis ā

جاهلية Jāhiliyyah

b. Fathah dan ya mati di tulis a

يسعى Yas'ā

c. Kasrah dan yā mati ditulis ī

مجيد Majīd

d. Ḍammah dan wāwu mati ū

فروض Furūd

6. Vokal-vokal Rangkap

a. Fathah dan yā mati ditulis ai

بينكم Bainakum

b. Fathah dan wāwu mati au

قول Qaul

7. Vokal-vokal yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

أنتم A'antum

لأن شكرتم La'ain syakartum

8. Kata sandang alif dan lam

- a. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

القرآن Al-Qur'ān

القياس Al-Qiyās

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf al-nya.

السماء As-samā'

الشمس Asy-syams

9. Huruf Besar

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan seperti yang berlaku dalam EYD, diantara 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 kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

10. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Dapat ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض Zawi al-fuṛud

اهل السنة Ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على امور الدنيا والدين أشهد ان لا اله الا الله واشهد ان محمدا رسول الله والصلاة والسلام على اشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين. اما بعد

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, dan HidayahNya, sehingga peneliti dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " **Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan pada BMT Bina Dhuafa Beringharjo Yogyakarta tahun 1997-2004.**" Dimana skripsi ini digunakan untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Peneliti menyadari dengan sepenuh hati, bahwa dalam penelitian skripsi ini, banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan peneliti selaku manusia biasa. Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritikan demi perbaikan dan kemajuan pada penelitian selanjutnya yang akan datang.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan, dan kemajuan dalam menjalani hidup sehingga pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan yang mungkin tidak dapat diberikan dengan materi kepada:

1. Bapak Drs. H. A. Malik Madaniy, MA. , selaku Dekan Fakultas Syariah
2. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si., selaku ketua Prodi Keuangan Islam dan selaku pembimbing I serta Ibu Sunarsih, SE, M.Si., selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan, catatan, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Nanang M. Hidayatullah, selaku Penasehat Akademik dan para dosen yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan bimbingan.

4. Pimpinan dan segenap pengurus BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi demi kelancaran penelitian ini.
5. Kedua orang tuaku Bapak Sarlin Agus Salim dan Ibu Salmi yang senantiasa mencurahkan cinta dan kasih sayangnya, berkat do'a dan didikan beliau penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
6. Kakak-kakakku yang tercinta, yang telah memberikan motivasi dan dorongan sehingga penulis bersemangat dalam penulisan skripsi ini.
7. Dan seluruh sahabat-sahabatku KUI-2 angkatan 2000 yang tak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas do'a dan dukungannya.

Semoga atas segala jerih payah bantuan mereka, penulis hanya dapat berdo'a semoga mendapat imbalan yang setimpal sesuai dengan amal perbuatannya dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 14 Dzulqa'dah 1426 H
15 Desember 2005 M

Penyusun



Yasir Arafat
00390375

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS I	iii
NOTA DINAS II	iv
PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
TRANSLIT	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
D. Telaah Pustaka	5
E. Hipotesis	8
F. Metode Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan	14
BAB II MANAJEMEN, KONSEP, DAN TUJUAN PEMASARAN	
A. Pemasaran	16
1. Pengertian Pemasaran	16
2. Manajemen Pemasaran	18
3. Konsep Pemasaran	20
4. Tujuan Pemasaran	21
B. Promosi	25
1. Pengertian Promosi	25
2. Tujuan Promosi	26
3. Promosi Sebagai Komunikasi Pemasaran	27
4. Variabel Promosi	30
a. Periklanan	30
b. Publisitas	35
c. Promosi Penjualan	38
d. <i>Personal Selling</i>	40
5. Promosi Menurut Syariat Islam.....	40

BAB III GAMBARAN UMUM BMT BINA DHUAFA BRINGHARJO	
A. Sejarah Berdirinya BMT	46
B. Promosi yang dilakukan BMT.....	49
C. Ruang Lingkup Kerja	54
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN TENTANG PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PERMINTAAN PADA BMT BINA DHUAFA BRINGHARJO	
A. Analisis Data Tentang Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan	55
B. Uji Persyaratan Analisis Terhadap Analisis Regresi Berganda	57
C. Analisis Regresi Berganda Tentang Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan.....	60
D. Pengujian Hipotesis Tentang Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan.....	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran-saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	
A. Biografi Ulama.....	I
B. Terjemahan al-Qur'an dan Hadis.....	II
C. Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	III
D. Tabel Data Penelitian.....	IV
E. Data Uji Normalitas Variabel Periklanan	V
F. Data Uji Normalitas Variabel Publisitas	VI
G. Data Uji Normalitas Variabel Promosi Penjualan	VII
H. Data Uji Normalitas Variabel Volume Permintaan	VIII
I. Data Uji Linieritas	IX
J. Data Uji t dan Analisis Regresi Berganda.....	XI
K. Daftar Riwayat Hidup.....	XIV
L. Tabel F.....	XV
M. Tabel <i>Chi</i> Kuadrat	XVI

DAFTAR TABEL

Tabel no	Halaman
1. Program Pemasaran BMT BDB Yogyakarta.....	50
2. Bentuk Program Promosi tahun 1997.....	51
3. Bentuk Program Promosi tahun 1998.....	51
4. Bentuk Program Promosi tahun 1999.....	52
5. Bentuk Program Promosi tahun 2000.....	52
6. Bentuk Program Promosi tahun 2001.....	53
7. Bentuk Program Promosi tahun 2002.....	53
8. Bentuk Program Promosi tahun 2003.....	54
9. Bentuk Program Promosi tahun 2004.....	54
10. Biaya Promosi dan Volume Permintaan tahun 1997-2004.....	58
11. Rangkuman Hasil Uji Normalitas.....	59
12. Rangkuman Hasil Uji Linieritas.....	60
13. Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
14. Rangkuman Hasil Analisis Regresi.....	63
15 Rangkuman Hasil <i>Pearson Correlation Coefficient</i>	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi sekarang ini, menyebabkan persaingan di dunia bisnis semakin ketat dan berpengaruh terhadap seluruh aktivitas industri manufaktur maupun industri jasa termasuk Baitul Maal Wattamwil (BMT).

Mengingat BMT tergolong baru berkembang, maka dengan adanya persaingan yang ketat, mengharuskan pihak manajemen BMT untuk selalu berorientasi pada konsep pemasaran (*market oriented*) dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat merebut pasar atau anggota sebanyak mungkin. Untuk itu diperlukan usaha salah satunya dengan melakukan kegiatan promosi.

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang bertujuan memperkenalkan produk kepada masyarakat. Dengan adanya promosi diharapkan masyarakat mengenal produk-produk jasa BMT dan kemudian berminat untuk menjadi anggota BMT yang pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume permintaan terhadap produk BMT. Promosi merupakan informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.¹ Kegiatan promosi dilakukan sebaik mungkin yaitu dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan

¹ Radiosunu, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Analisis*, (Yogyakarta: BPFE, 1986), Hlm. 135.

keadaan keuangan BMT. Dalam mempromosikan produk-produk jasa di BMT, BMT Bringharjo menggunakan berbagai alternatif kombinasi promosi yaitu periklanan, publisitas dan promosi penjualan (*sales promotion*). Periklanan merupakan bentuk penyajian atau promosi gagasan, barang dan jasa oleh suatu sponsor yang diketahui dengan pembayaran dan bersifat non personal.² Dengan demikian periklanan merupakan salah satu jenis promosi untuk menyebarluaskan informasi tentang organisasi dan produk barang maupun jasa dengan sejumlah biaya tertentu melalui media elektronik maupun media cetak. Iklan yang dipasang di media bertujuan untuk mendapatkan umpan balik dari pembaca yang mengetahui walaupun dalam tenggang waktu tertentu.

Jenis promosi lainnya yaitu publisitas yang merupakan usaha untuk mempublikasikan organisasi dengan menjadi sponsorship pada kegiatan-kegiatan tertentu maupun kegiatan yang bersifat sosial. Publisitas perlu dilakukan karena akan menimbulkan *image* yang baik bagi BMT yang kemudian secara tidak langsung masyarakat terpengaruh dan tertarik untuk menjadi anggota BMT Bringharjo. Jenis promosi berikutnya adalah *sales promotion* atau promosi penjualan. *Sales promotion* merupakan usaha untuk meloyaltaskan anggota terhadap produk jasa yang ada pada BMT Bringharjo. Usaha-usaha tersebut berupa hadiah maupun besarnya bagi hasil yang bisa merangsang anggota untuk terus meningkatkan saldo simpanan dan memanfaatkan pembiayaan. Dengan promosi penjualan ini, diharapkan masyarakat yang mengetahuinya terpengaruh

² *Ibid.*, Hlm. 139.

untuk segera bergabung menjadi anggota BMT Bringharjo. Untuk meningkatkan volume permintaan terhadap produk BMT Bringharjo, maka BMT Bringharjo menerapkan ketiga jenis promosi tersebut. Hal ini dapat dicapai sebab dengan adanya promosi yang tepat membantu BMT Bringharjo untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Komponen yang harus diperhatikan dalam promosi bukan hanya pada kegiatannya tetapi meliputi berbagai faktor, salah satu faktor yang berperan dalam promosi adalah bagaimana BMT mengendalikan biaya yang akan dikeluarkan untuk kegiatan promosi, karena biaya dapat dijadikan sebagai tolok ukur bagi BMT untuk menetapkan kebijakan dalam memilih komponen yang tepat dalam kegiatan promosi. Menyadari kenyataan ini menjadi tugas bagian pemasaran untuk mensiasati masalah-masalah sesuai dengan konsep pemasaran. Mengingat BMT Bringharjo merupakan lembaga keuangan yang bersifat mikro dan baru berkembang, maka penyusun tertarik untuk mengetahui dan meneliti sejauh mana pengaruh promosi yang dilakukan BMT Bringharjo sehingga dengan adanya promosi mampu untuk meningkatkan volume permintaan terhadap produk yang ditawarkan BMT Bringharjo Yogyakarta. Dipilihnya BMT Bina Dhuafa Bringharjo sebagai tempat penelitian karena pendirian BMT ini lebih awal yang diperkirakan mempunyai asset dan anggota lebih banyak dibandingkan BMT lainnya yang ada di Yogyakarta.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan untuk memperjelas arah penelitian, maka pokok permasalahannya adalah bagaimana pengaruh promosi yang meliputi periklanan, publisitas, dan promosi penjualan terhadap volume permintaan pada BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh promosi yang meliputi periklanan, publisitas, dan promosi penjualan terhadap volume permintaan pada BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

- a. Secara ilmiah penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu syari'ah pada umumnya dan keuangan Islam pada khususnya serta menjadi rujukan penelitian berikutnya.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi BMT atau pihak yang terkait di dalamnya dalam pengambilan kebijakan

mengenai usaha meningkatkan volume permintaan dengan cara melakukan kegiatan promosi yang efektif dan efisien.

D. Telaah Pustaka

Pembahasan mengenai promosi telah banyak dijumpai pada buku-buku maupun dalam suatu karya ilmiah. Akan tetapi, penelitian tentang pengaruh promosi yang dikaitkan dengan permintaan produk jasa sejauh pengamatan penyusun belum ditemukan. Padahal perusahaan jasa perlu juga melakukan promosi untuk memperkenalkan produknya.

Dalam buku Manajemen Pemasaran yang ditulis oleh Marwan Asri dijelaskan bahwa promosi merupakan salah satu cara pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengenalkan produk, sehingga produk yang dimiliki oleh perusahaan itu dapat dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat.³ Kemudian dalam buku Manajemen Pemasaran Bisnis karangan Supranto dijelaskan bahwa promosi yang meliputi periklanan, publisitas, promosi penjualan dan *personal selling* sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dengan syarat variabel lain seperti pelayanan dan harga atau bunga (bagi hasil) dianggap konstan.

Sementara itu penelitian yang pernah dilakukan di BMT Bina Dhuafa Bringharjo kebanyakan membahas mengenai analisis pembiayaan, kepuasan anggota BMT terhadap pelayanan dan bagi hasil sedangkan mengenai promosi

³ Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 1991), Hlm. 57.

belum ada yang meneliti. Studi penelitian pada sebuah karya ilmiah lain yang ada kaitannya dengan promosi yaitu “Analisis kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank BPD DIY cabang utama Yogyakarta.”⁴ Dalam skripsi tersebut peneliti menyebarkan angket yang berisikan pendapat berupa soal-soal mengenai promosi yang dilakukan oleh Bank BPD DIY selanjutnya dinilai dan dianalisis dengan menggunakan analisis korelasi product moment. Hasil analisis menyatakan bahwa promosi sangat efektif dan signifikan terhadap usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah. Periklanan merupakan alat promosi yang paling efektif dengan 72% responden. Selanjutnya penyusun tidak menemukan lagi penelitian yang menyangkut promosi pada BMT maupun pada Bank. Hal ini kebanyakan Bank tak bersedia dalam mempublikasikan laporan keuangannya secara terperinci karena sudah menjadi kerahasiaan Bank.

Penelitian lain yang berkaitan dengan promosi yaitu “Kontribusi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Gadai di Perum Pegadaian Cab. Gejayan Yogyakarta.”⁵ Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar daya tarik promosi melalui iklan disamping pelayanan, mampu menumbuhkan minat konsumen dalam menggunakan jasa pegadaian. Hal ini terbukti dengan adanya hasil penilaian dari jawaban responden atau pengguna jasa pegadaian, sebesar 89% responden

⁴ Eni Lestari, “Analisis Kegiatan Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank BPD DIY Cab. Utama Yogyakarta.” Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta Th. 2002, Hlm. 89.

⁵ Puji Murni Rahayu, “Kontribusi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Gadai di Perum Pegadaian Cab. Gejayan Yogyakarta.” Skripsi Universitas Gadjadara Th. 2004, Hlm. 96.

menyatakan bahwa promosi dan pelayanan yang baik berpengaruh terhadap masyarakat untuk memanfaatkan atau menggunakan jasa pegadaian.

Studi penelitian lain yang ada kaitannya dengan promosi yaitu “Analisis Pengaruh Biaya Marketing mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Percetakan Sentra Grafika.”⁶ Dalam skripsi tersebut peneliti hendak mengetahui seberapa besar pengaruh biaya *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan. *Marketing Mix* merupakan kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Dalam skripsi tersebut terdapat kesimpulan bahwa biaya *marketing mix* berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan.

Dalam skripsi penyusun, lebih terfokus pada promosi yang meliputi periklanan, publisitas dan promosi penjualan. Ketika jenis promosi tersebut dikaitkan dengan permintaan pada produk yang ditawarkan BMT baik produk simpanan maupun produk pembiayaan. Dengan demikian apakah dengan adanya promosi dapat meningkatkan permintaan terhadap produk BMT, dan apakah promosi yang dilakukan BMT lebih efektif, yaitu dengan melihat biaya-biaya promosi dibandingkan dengan peningkatan volume permintaan baik permintaan berupa produk simpanan maupun produk pembiayaan dari satu tahun ke tahun berikutnya. Untuk itu penelitian ini terfokus dalam usaha-usaha untuk

⁶ Suji Rahayu, “Analisis Pengaruh Biaya-biaya Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Percetakan Sentra Grafika Yogyakarta.” Skripsi Universitas Islam Indonesia Th. 1996, Hlm. 102.

meningkatkan volume permintaan baik berupa simpanan maupun pembiayaan pada lembaga keuangan syaria'ah mikro (BMT) Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta yang dilakukan dengan cara mengadakan promosi.

E. Hipotesis

Ho = Periklanan, publisitas, dan promosi penjualan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap volume permintaan pada BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta.

Hi = Periklanan, publisitas, dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume permintaan pada BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Dimana obyek penelitian dilaksanakan di BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif yaitu dengan cara menemukan hubungan-hubungan atau ide-ide baru antara variabel bebas terhadap variabel terikat.⁷ Variabel bebas terdiri dari periklanan, publisitas dan promosi

⁷ Supranto, *Metode Penelitian Ekonomi Bisnis*, (Jakarta: Ghalia Indo, 1988), Hlm. 12

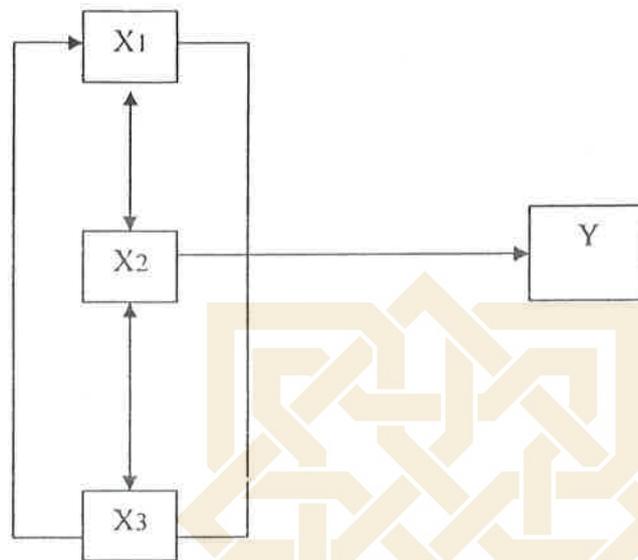
3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data-data tentang BMT dan data-data keuangan mengenai biaya promosi serta volume permintaan produk simpanan dan pembiayaan yang kemudian dianalisis. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

- a. Wawancara, digunakan untuk mengumpulkan data tentang sejarah berdirinya BMT Bina Dhuafa Bringharjo Yogyakarta, struktur organisasi, kegiatan promosi maupun data lain yang diperlukan dalam penelitian ini.
- b. Dokumentasi, metode pengumpulan data dengan melihat sumber-sumber tertulis. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai besarnya biaya iklan, biaya publisitas dan biaya promosi penjualan serta besarnya volume permintaan baik permintaan produk simpanan maupun permintaan produk pembiayaan.

4. Teknik analisis data

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen (X) yaitu periklanan, publisitas, promosi penjualan dan satu variabel dependen (Y) yaitu volume permintaan produk BMT.



keterangan:

- X1 : Periklanan
- X2 : Publisitas
- X3 : Promosi Penjualan
- Y : Volume Permintaan

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis regresi berganda

Untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh antara periklanan, publisitas, promosi penjualan dengan volume permintaan produk BMT maka menggunakan regresi berganda dengan bantuan program SPSS. Dalam analisis regresi berganda ini akan ditentukan persamaan garis regresi berganda linier dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + k$$

dimana:

$a_{1,2,3}$ = Koefisien 1,2,3

$x_{1,2,3}$ = Variabel independen 1,2,3

Y = Variabel dependen

K = Konstanta

Setelah itu akan diketahui koefisien korelasi berganda linier yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh periklanan, publisitas dan promosi penjualan secara bersama-sama terhadap peningkatan volume permintaan.⁸

b. Persyaratan untuk regresi berganda

a). Uji Normalitas

Karena pengujian hipotesis menggunakan analisis statistik, maka salah satu persyaratan yang harus dipenuhi adalah uji normalitas. Yang dimaksud dengan uji normalitas adalah mengetes apakah gejala yang dihadapi merupakan distribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini dengan menggunakan *chi* kuadrat. Setelah itu dapat disimpulkan dengan mengetahui bila *chi* kuadrat hitung lebih kecil daripada *chi* kuadrat tabel pada taraf signifikansi 5%, maka dinyatakan variabel tersebut mempunyai distribusi normal. Adapun rumus dari *chi* kuadrat adalah:

⁸ Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi dan Ekonomi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hlm. 92

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_0 - f_h)^2}{f_h}$$

keterangan:

χ^2 = Chi kuadrat

f_0 = Frekuensi yang ada (frekuensi observasi)

f_h = Frekuensi yang diharapkan⁹

b). Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linier atau tidak. Untuk mengetahui harus diuji dengan menggunakan uji F, setelah didapat harga F, kemudian dikorelasikan dengan harga F pada tabel dengan taraf signifikansi 5%. Adapun rumus dari uji F sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

keterangan:

F_{reg} = Harga F garis regresi

N = Cacah kasus

M = Cacah prediktor

R = Koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor

Peraturan pengambilan keputusan jika F hitung lebih kecil dari F tabel berarti hubungan kriterium dengan prediktor adalah hubungan linier

⁹ *Ibid.*, hlm. 96

begitu juga sebaliknya jika F hitung lebih besar dari F tabel maka hubungan non linier.¹⁰

c). Uji Multikolinieritas

Untuk menguji terjadinya multikolinieritas antar variabel bebas dilakukan dengan menyelidiki besarnya korelasi antar variabel bebas. Untuk keperluan ini digunakan teknik korelasi *product moment*. Harga interkorelasi antar variabel bebas bila lebih besar atau sama dengan 0,800 berarti terjadi multikolinieritas. Jika terjadi multikolinieritas antar variabel bebas maka untuk prasyarat uji linier berganda tidak dapat dilanjutkan, jika tidak terjadi multikolinieritas maka uji regresi linier berganda dapat dilanjutkan. Rumus dari *product moment* adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan:

r_{xy}	= Koef korelasi antara x dan y
$\sum XY$	= Jumlah perkalian antara x dan y
$\sum X$	= Jumlah skor x
$\sum Y$	= Jumlah skor y
N	= Jumlah subyek

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 102

d). Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji terjadinya homoskedastisitas atau heteroskedastisitas dengan cara mencari nilai t nya jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹ Uji heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat hasil r_s , kemudian dicari nilai t nya.

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_s = 1 - 6 \left[\frac{\sum d_i^2}{n(n^2 - 1)} \right]$$

$$t = \frac{r_s \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}$$

keterangan:

t = Nilai t

r = Korelasi pada jenjang sperman

n = Jumlah subyek¹²

G. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan skripsi ini, penyusun membagi tiga bagian yang terdiri dari lima bab, diawali dengan halaman judul, abstrak, nota dinas, pengesahan, surat pernyataan, motto, halaman persembahan, translit, kata pengantar, daftar isi, dan daftar tabel.

¹¹ Sutrisno Hadi, *Olah Data Program SPS dan SPSS*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 1999), hlm.143.

¹² *Ibid.*, hlm. 107

Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoretik, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua akan membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti. Pembahasan dimulai tentang pemasaran, dengan sub-sub bab pembahasannya yaitu pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, konsep pemasaran, dan tujuan pemasaran. Kemudian dilanjutkan pembahasan tentang promosi, dengan sub-sub bab pengertian promosi, tujuan promosi, promosi sebagai komunikasi pemasaran, variabel-variabel promosi, dan promosi menurut syariat Islam.

Bab ketiga berisi tentang gambaran umum BMT yang meliputi sejarah umum BMT, visi dan misi, struktur organisasi dan produk jasa BMT.

Bab keempat berisi tentang hasil penelitian dan analisa data secara kuantitatif dengan menggunakan model regresi berganda serta ujinya menggunakan uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas serta uji heteroskedastisitas.

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil uji analisis regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi yang meliputi periklanan, publisitas, dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume permintaan yang telah dicapai BMT Bina Dhuafa Bringharjo, dengan diketahuinya nilai F hitung (3.084) lebih besar jika dibandingkan dengan F tabel (2.947) pada taraf signifikansi 5 %.

B. Saran-Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi berganda, promosi berpengaruh signifikan terhadap volume permintaan, maka kegiatan promosi hendaknya terus dipertahankan dan disesuaikan dengan kondisi keuangan, kondisi pasar, dan letak geografis sehingga kegiatan promosi dapat lebih efektif untuk meningkatkan volume permintaan.
2. Berdasarkan *pearson correlation coefficient*, publisitas menghasilkan koefisien (r) tertinggi, hal ini menandakan bahwa publisitas lebih berpengaruh terhadap volume permintaan. Dengan demikian variabel promosi yang berupa publisitas hendaknya dipertahankan dan ditingkatkan untuk meningkatkan volume permintaan.

DAFTAR PUSTAKA

Kelompok al-Qur'an

Al-Qur'an dan Terjemahannya (UII Press, 2000)

Kelompok al-Hadis

Bukhari, Al, *Sahih al-Bukhari*, 4 Jilid, Beirut: Dar al-Fikr, t.t.

Muslim, Al, *al-Jami' as sahih*, 5 Jilid, Beirut: Dar al-Fikr, t.t.

Tirmizi, At, *al-Jami' as sahih*, 3 Jilid, Beirut: Dar al-Fikr, t.t.

Kelompok Ekonomi dan Manajemen

Afif, faisal, *Menuju Pemasaran Global*, Bandung: Eresco, 1994

Alghifari, *Analisis Statistik untuk Bisnis*, Yogyakarta: BPFE UGM, 1997

Ali, Hasyim, *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: Rhineka Cipta, 1995

Alma, Bukhari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 1998

Asri, Marwan, *Marketing*, Yogyakarta: BPFE UGM, 1986

Foster, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Siswanto Soetojo, Jakarta: Erlangga, 1981

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE UGM, 2000

Hafidhuddin, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003

Kotler, Philip, *Marketing*, Alih Bahasa Herujati Purwoko, Jakarta: Erlangga, 1994

—., *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga, 1996

Muhammad, *Manajemen BMT*, Yogyakarta: Liberty, 2002

Mursyid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 1998

Nitisemino, Alex, *Bisnis dan Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indo, 2001

Radiosunu, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, Yogyakarta: BPFE UGM, 1986

Shimp, Terence, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*, Alih Bahasa Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari, Jakarta: Erlangga, 2003

Sinungan, Muchdarsyah, *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Bumi Aksara, 1999

- Soetojo, Siswanto, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1983
- , *Manajemen Terapan Bank*, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1997
- Stanton, William, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Djaslim Saladin, Bandung: Mandar Maju, 1994
- Sumarti, Murti, *Marketing Perbankan*, Yogyakarta: Liberty, 1997
- Swastha, Basu, *Asas-Asas Marketing*, Yogyakarta: Liberty, 1996
- Tjiptono, *Soal Jawab Ekonomi dan Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997
- , *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997
- Wilson, Michael, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Agus Maulana, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1992
- Wilson, Aubrey, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih Bahasa Djaslim Saladin, Bandung: Mandar Maju, 1994
- Winardi, *Asas-Asas Marketing*, Bandung: Mandar Maju, 1993

Biografi Ulama

Imam al- Bukhari

Nama lengkapnya adalah Abu Abdillah Muhammad bin Hasan Isma'il bin Ibrahim al-Mughirah bin al-Bardizbah al-Ja'fi al- Bukhari. Dilahirkan pada hari jum'at tanggal 13 Syawal tahun 194 H, dikota Bakhara. Pada usia sepuluh tahun beliau sudah hafal beberapa hadis. Beliau adalah orang pertama yang menyusun kitab sahih yang kemudian jejaknya diikuti oleh ulama lain. Hasil karyanya yang fundamental adalah al-Jami' as-sahih yang terkenal dengan sebutan sahih Bukhari. Beliau wafat pada tahun 259 H di kota Baghdad.

Imam Muslim

Nama lengkap beliau adalah Abu al-Husain Muslim Hajaj al-Qusairi an-Naisaburi, lahir pada tahun 202 H, dan wafat pada tahun 261 H. Beliau adalah seorang ulama hadis terkemuka setelah Imam Bukhari yang keduanya terkenal dengan julukan "as-Syaikhani". Karya besar beliau adalah Sahih Muslim yang merupakan kitab hadis rujukan dalam kehujjahan hadis setelah Sahih Bukhari.

At-Tirmizi

Nama lengkap beliau adalah Abi al-Hasan Muhammad bin Isa yang berasal dari desa Tirmizi dipantai sungai Jihan di Buhara. Beliau lahir tahun 200 H, sementara wafat tahun 261 M. beliau adalah seorang penulis yang terkenal, dimana hasil karyanya dapat dijadikan pegangan dalam pengambilan suatu keputusan, meskipun tingkatan kitabnya dibawah Sahih Bukhari dan Sahih Muslim.

Ibn Majah

Nama lengkapnya adalah Ibnu 'Abdillah Muhammad Ibn Yazid Ibn Ibn Majah al-Qazwini. Beliau dilahirkan pada tahun 207 H dan meninggal dunia tahun 275 H. beliau menuntut Ilmu di beberapa negara sehingga beliau mendapatkan hadis-hadis dari Ulama-ulama Mazhab Maliki dan al-Lais. Beliau menyusun kitab Sunan yang termasuk dalam tingkatan al Kutubus-sittah, yaitu Ibn Majah.

Abu Dawud

Nama lengkap beliau adalah Abu Dawud bin al-Asy'ats bin Ishaq bin Basyir bin Syaddad bin Amr Imran al-Azdi as-Sijistani. Lahir dikota Azd daerah Sijistan pada tahun 203 H dan wafat pada tahun 275 H atau 889 M. Beliau adalah salah seorang ahli hafalan, sangat tinggi derajat kebaktiannya, dan kesaihannya. Dalam pada itu, tekun mengajar Ilmu kepada murid-muridnya sehingga murid beliau hampir semuanya menjadi ahli hadis dan fuqaha, diantaranya as-Sulami at-Tirmizy, yaitu penyusun Sunan Tirmizi yang meninggal tahun 279 H.

Terjemahan Kutipan Ayat al-Qur'an dan Hadis

No	Hlm	FN	Terjemahan
			BAB II
1	41	40	Dan orang-orang menyakitkan orang-orang yang beriman laki-laki dan perempuan dengan apa yang tiada mereka perbuat, maka sesungguhnya mereka telah menanggung dosa dan kebohongan yang nyata.
2	41	41	Katakanlah kepada si pembeli bahwa tidak ada tipuan, sejak itu patuhlah orang itu kepada nasehat Rasul SAW.
3	42	42	Tinggalkan oleh engkau perbuatan yang meragukan menuju perbuatan yang tidak meragukan.
4	43	43	Diantara baiknya, indahny ke-Islaman seseorang adalah yang selalu meninggalkan perbuatan yang tidak ada manfaatnya.
5	43	44	...janganlah kamu menghamburkan harta-hartamu secara boros, sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Allah.
6	44	45	Hendaknya kalian selalu berusaha menjadi orang yang benar dan jujur karena kejujuran akan melahirkan kebaikan atau keuntungan-keuntungan.
7	44	46	Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para Nabi, Shiddiqin, orang-orang yang mati syahid dalam peperangan dan orang-orang shalih (kelak di surga).

** Halaman 2

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS LINIERITAS : X1 dengan X4

Sumber	Derajat	R ²	db	Var	F	p
Regresi	Kel	0.006	1	0.006	0.177	0.680
Residu		0.994	30	0.033	--	--
Regresi	Ke2	0.006	2	0.003	0.087	0.916
Beda	Ke2-Kel	0.000	1	0.000	0.004	0.951
Residu		0.994	29	0.034	--	--

Korelasinya Linier

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS LINIERITAS : X2 dengan X4

Sumber	Derajat	R ²	db	Var	F	p
Regresi	Kel	0.234	1	0.234	9.189	0.005
Residu		0.766	30	0.026	--	--
Regresi	Ke2	0.256	2	0.128	4.986	0.014
Beda	Ke2-Kel	0.021	1	0.021	0.834	0.628
Residu		0.744	29	0.026	--	--

Korelasinya Linier

** Halaman 3

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS LINIERITAS : X3 dengan X4

Sumber	Derajat	R ²	db	Var	F	p
Regresi	Kel	0.008	1	0.008	0.240	0.633
Residu		0.992	30	0.033	--	--
Regresi	Ke2	0.010	2	0.005	0.145	0.866
Beda	Ke2-Kel	0.002	1	0.002	0.057	0.807
Residu		0.990	29	0.034	--	--

Korelasinya Linier



Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	1.43E+09	1200617539.5	32
X1	1597187.5	996497.8493	32
X2	4392187.5	2604303.8007	32
X3	1585062.5	1754018.2796	32

Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.077	.484	.089
	X1	.077	1.000	.012	-.172
	X2	.484	.012	1.000	.385
	X3	.089	-.172	.385	1.000
Sig. (1-tailed)	Y		.338	.002	.314
	X1	.338		.475	.174
	X2	.002	.475		.015
	X3	.314	.174	.015	
N	Y	32	32	32	32
	X1	32	32	32	32
	X2	32	32	32	32
	X3	32	32	32	32

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498 ^a	.248	.168	1095257333

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.11E+19	3	3.6992E+18	3.084	.043 ^a
	Residual	3.36E+19	28	1.1996E+18		
	Total	4.47E+19	31			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Yasir Arafat
2. Tempat/Tgl Lahir : Pagar Alam, 13 Juli 1982
3. Alamat Asal : Swakarya RT. 10 No. 01 Kota Pagar Alam Sumsel
4. Alamat Sekarang : Perum Jatisawit Asri V8 Balecatur Gamping Sleman
5. Pekerjaan : Mahasiswa
6. Hobby : Olahraga
7. Riwayat Orang Tua
 - Nama Ayah : Sarlin Agus Salim
 - Pekerjaan : Wiraswasta
 - Nama Ibu : Salmi
 - Pekerjaan : Wiraswasta
 - Alamat : Swakarya RT. 10 No. 01 Kota Pagar Alam Sumsel
8. Riwayat Pendidikan
 1. SD N 10 Kota Pagar Alam Lulus Tahun 1994
 2. MTs Nurul Huda Sukaraja OKU Lulus Tahun 1997
 3. MA Nurul Huda Sukaraja OKU Lulus Tahun 2000
 4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Masuk Tahun 2000

Yogyakarta, 14 Dzulqa'dah 1426 H
15 Desember 2005 M

Penyusun

Yasir Arafat
00390375

tabel F

5%

df	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	161.446	199.499	215.707	224.583	230.160	233.988	236.767	238.884	240.543
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.329	19.353	19.371	19.385
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845	8.812
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041	5.999
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818	4.772
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147	4.099
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726	3.677
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.688	3.581	3.500	3.438	3.388
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230	3.179
10	4.939	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072	3.020
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948	2.896
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849	2.796
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767	2.714
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699	2.646
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641	2.588
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591	2.538
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548	2.494
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510	2.456
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477	2.423
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447	2.393
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420	2.366
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397	2.342
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375	2.320
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355	2.300
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337	2.282
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321	2.265
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305	2.250
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291	2.236
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278	2.223
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266	2.211
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255	2.199
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244	2.189
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235	2.179
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225	2.170
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217	2.161
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209	2.153
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201	2.145
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194	2.138
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187	2.131
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180	2.124
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174	2.118
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.436	2.324	2.237	2.168	2.112
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.319	2.232	2.163	2.106
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157	2.101
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152	2.096
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147	2.091
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143	2.086
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138	2.082
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134	2.077
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130	2.073

sumber : Magic 2000 Solver telp (0274) 523858

Model Summary¹

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,915	1,093
	X2	,861	1,162
	X3	,831	1,204

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations^a

Model			X3	X1	X2
1	Correlations	X3	1,000	,270	-,358
		X1	,270	1,000	-,199
		X2	-,358	-,199	1,000
	Covariances	X3	3,951E-06	1,993E-06	-7,419E-07
		X1	1,993E-06	1,375E-05	-7,712E-07
		X2	-7,419E-07	-7,712E-07	1,088E-06

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3,146	1,000	,01	,02	,02	
	2	,542	2,410	,01	,14	,00	
	3	,204	3,925	,03	,17	,93	
	4	,108	5,391	,95	,67	,05	

a. Dependent Variable: Y

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Y
2	-3,000	58660624
3	-3,281	89024442
7	-3,172	2,02E+08
12	-3,465	3,14E+08

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.83E+08	5.08E+08		.754	.457
X1	63.577	201.116	.053	.316	.754
X2	241.381	82.161	.524	2.938	.007
X3	-70.966	123.819	-.104	-.573	.571

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

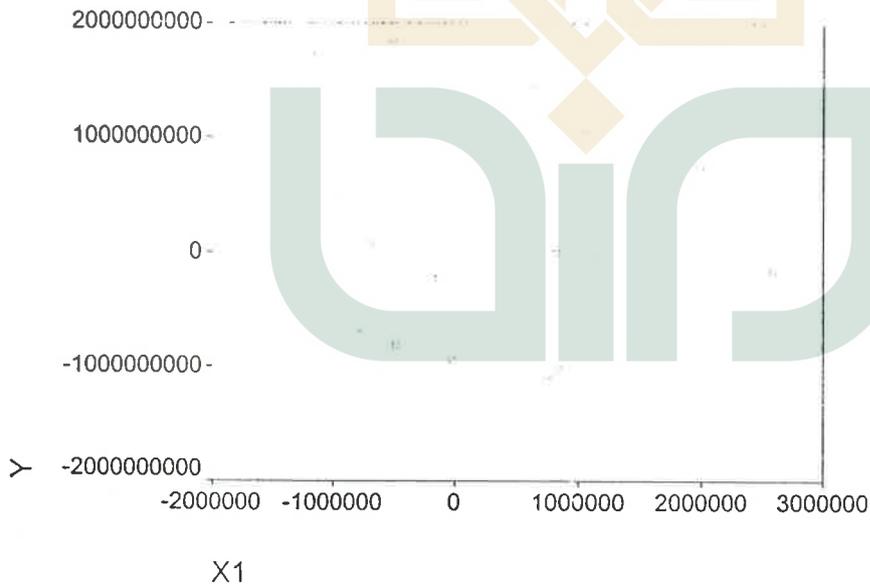
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.01E+08	4.01E+09	1.43E+09	598316865.55	32
Residual	-1.32E+09	1.89E+09	-1.49E-08	1040912774.7	32
Std. Predicted Value	-1.055	4.303	.000	1.000	32
Std. Residual	-1.203	1.724	.000	.950	32

a. Dependent Variable: Y

parts

Partial Regression Plot

Dependent Variable: Y



tabel X²

df	0.1	0.05	0.025	0.01
1	2.706	3.841	5.024	6.635
2	4.605	5.991	7.378	9.210
3	6.251	7.815	9.348	11.345
4	7.779	9.488	11.143	13.277
5	9.236	11.070	12.832	15.086
6	10.645	12.592	14.449	16.812
7	12.017	14.067	16.013	18.475
8	13.362	15.507	17.535	20.090
9	14.684	16.919	19.023	21.666
10	15.987	18.307	20.483	23.209
11	17.275	19.675	21.920	24.725
12	18.549	21.026	23.337	26.217
13	19.812	22.362	24.736	27.688
14	21.064	23.685	26.119	29.141
15	22.307	24.996	27.488	30.578
16	23.542	26.296	28.845	32.000
17	24.769	27.587	30.191	33.409
18	25.989	28.869	31.526	34.805
19	27.204	30.144	32.852	36.191
20	28.412	31.410	34.170	37.566
21	29.615	32.671	35.479	38.932
22	30.813	33.924	36.781	40.289
23	32.007	35.172	38.076	41.638
24	33.196	36.415	39.364	42.980
25	34.382	37.652	40.646	44.314
26	35.563	38.885	41.923	45.642
27	36.741	40.113	43.195	46.963
28	37.916	41.337	44.461	48.278
29	39.087	42.557	45.722	49.588
30	40.256	43.773	46.979	50.892
31	41.422	44.985	48.232	52.191
32	42.585	46.194	49.480	53.486
33	43.745	47.400	50.725	54.775
34	44.903	48.602	51.966	56.061
35	46.059	49.802	53.203	57.342
36	47.212	50.998	54.437	58.619
37	48.363	52.192	55.668	59.893
38	49.513	53.384	56.895	61.162
39	50.660	54.572	58.120	62.428
40	51.805	55.758	59.342	63.691
41	52.949	56.942	60.561	64.950
42	54.090	58.124	61.777	66.206
43	55.230	59.304	62.990	67.459
44	56.369	60.481	64.201	68.710
45	57.505	61.656	65.410	69.957
46	58.641	62.830	66.616	71.201
47	59.774	64.001	67.821	72.443
48	60.907	65.171	69.023	73.683
49	62.038	66.339	70.222	74.919
50	63.167	67.505	71.420	76.154

sumber : Magic 2000 Solver telp (0274) 523858

BTC

Beringharjo Training Center
The Institute of Sharia Micro Finance

Nomor : 31/B/BTC/Consulting/10/2005
Lamp : -
Hal : **Keterangan Selesai Penelitian**

Kepada Yang Terhormat,
**Dekan Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

Di
Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang diberikan, s
Bapak/Ibu/Saudara/i senantiasa dalam lindungan dan inayah Allah SWT, Amin.
Dengan ini kami beritahukan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Yasir Arafat
Jurusan : Muamalat / Keuangan Islam
PT : UIN Sunan Kalijaga
NIM : 00390375

Telah mengadakan penelitian di BMT Beringharjo yang dipandu oleh Beringharjo Training
untuk memenuhi tugas akhir kuliah / Skripsi dengan judul:
"Pengaruh Promosi Terhadap Volume Permintaan Produk Jasa baitul Maal Wat Tamwil
Beringharjo Jogjakarta tahun 1997 - 2004 "

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan banyak
terimakasih.

Wassalamu'alikum wr.wb.

Jogjakarta, 18 Oktober 2005

Hormat kami,


Fauzan Rameh, S.IE
Manager Consulting

Office:
Jl. Pabringan, Komplek Masjid Muttaqlen
Selatan Pasar Beringharjo, Jogjakarta
Telpon : (0274) 7497121
Faks : (0274) 373075