

**PENGARUH NISBAH BAGI HASIL, PELAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM
PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT
HANIVA IMOGIRI**



SKRIPSI

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

**OLEH
LUQMAN HAKIM
03390566-02**

PEMBIMBING:

- 1. H. SYAFIQ. M. HANAFLI, S. Ag. M. Ag**
- 2. M. GHAFUR. WIBOWO, SE. M. Sc**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**

ABSTRAK

PENGARUH NISBAH BAGI HASIL, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT HANIVA IMOIRI

LUQMAN HAKIM

03390566-02

Penelitian ini menguji pengaruh variabel nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri. Permasalahan yang dibahas yaitu apakah variabel-variabel tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

Populasi anggota pembiayaan *musyarakah* yang berjumlah 237 orang diambil secara acak sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar angket kepada responden serta dari literatur dan informasi terkait. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Data diperoleh dari angket lalu dilakukan uji validitas dan reliabilitas variabel untuk kemudian dianalisis regresi berganda. Penelitian ini dilakukan di daerah Imogiri dari bulan Oktober-Desember 2008.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh antara variabel nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari perhitungan statistik diperoleh harga koefisien regresi 0,290 dengan probabilitas sebesar 0,000 di bawah 0,05. Besarnya pengaruh secara sendiri-sendiri yaitu nisbah bagi hasil (5,443), pelayanan (3,555) dan promosi (2,539) lebih besar dari t_{tabel} (1,6609) yang berarti terdapat pengaruh. Adapun besar pengaruh secara bersama-sama dapat dilihat dari nilai R Square yaitu sebesar 0,673. Hal ini berarti nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi memberikan kontribusi sebesar 67,3% terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri, sedangkan yang lain dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Key Words: Nisbah bagi hasil, pelayanan, promosi, preferensi, pembiayaan *musyarakah*.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudara Luqman Hakim

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 : Luqman Hakim
NIM : 03390566-02
Judul Skripsi : **PENGARUH NISBAH BAGI HASIL, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT HANIVA IMOIRI**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah, Jurusan Muamalah/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 07 April 2009

Pembimbing I

H. Syafiq. M. Hanafi, S. Ag. M. Ag
NIP. 150282012



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudara Luqman Hakim

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 : Luqman Hakim
NIM : 03390566-02
Judul Skripsi : **PENGARUH NISBAH BAGI HASIL, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT HANIVA IMOIRI**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah, Jurusan Muamalah/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 07 April 2009

Pembimbing II

M. Ghafur Wibowo, SE. M. Sc
NIP. 150327070

SURAT PERNYATAAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Luqman Hakim
NIM : 03390566-02
Jurusan-Prodi : Muamalat – Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH NISBAH BAGI HASIL, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT HANIVA IMOGIRI” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Rabiul Tsani 1430
07 April 2009

Mengetahui,
Ka. Prodi Keuangan Islam

Penyusun


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


Luqman hakim
NIM. 03390566-02



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.00.9/039/2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH NISBAH BAGI HASIL, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT HANIVA IMOGIRI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Luqman Hakim

NIM : 03390566-02

Telah dimunaqasyahkan pada : 24 April 2009

Nilai : A/B

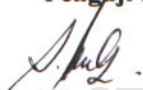
Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

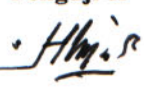
Ketua Sidang


H. Syafiq M. Hanafi, S. Ag., M. Ag
NIP. 150282012

Penguji I

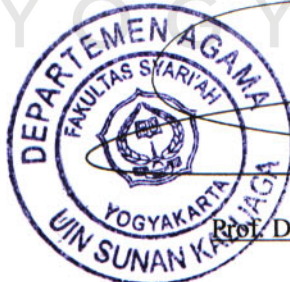

Drs. Ibnu Qizam, SE. M. Si., Akt
NIP. 150267656

Penguji II


M. Yazid Affandi, S. Ag., M. Ag
NIP. 150331275

Yogyakarta, 16 April 2009

UIN Sunan kalijaga
Fakultas Syari'ah
DEKAN




Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D.
NIP. 150240524

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Entah berapa banyak biaya kau habiskan,
Entah berapa hektar tanah yang telah berganti tuan,
Entah berapa ekor sapi telah terjual,
Entah berapa juta do'a yang telah terpanjatkan,
Entah berapa banyak keringat dan air mata yang telah tercurahkan,
Hanya dan untuk sebuah pendidikan?
Demi sebuah harapan di masa depan?
Hanya untuk jadi pengangguran?

(De Sardido, dalam catatan "Sang Demonstran")



*kupersembahkan karya tulis ini
khusus kepada kedua orang tua
dan juga keluargaku*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas rahmat hidayah serta inayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Pelayanan dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengambilan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Haniva Imogiri.”** Salam sejahtera dan keselamatan semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW, yang telah mengantarkan manusia menuju jalan yang benar.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh kerendahan hati penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph. D., selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. a. yusuf khoiruddin, SE., M. Si., selaku Ketua Prodi Keuangan Islam, terimakasih atas bimbingan dan arahnya.
3. Bapak H. Syafiq. M. Hanafi, S. Ag. M. Ag, selaku Pembimbing I, terimakasih atas segala nasehat dan keikhlasannya dalam membimbing penyusun.
4. Bapak M. Ghofur Wibowo, SE. M. Sc, selaku Pembimbing II, terimakasih atas segala nasehat dan keikhlasannya dalam membimbing penyusun.
5. Pimpinan dan staf BMT Haniva, terimakasih atas bantuannya.
6. Bapak Imam Muttaqin, S.HI, selaku manager BMT Haniva, terimakasih atas waktu dan bantuannya.

7. Papa, Mama, terimakasih telah memberiku kesempatan untuk memperbaiki diri, serta mohon maaf atas segala salah dan dosa selama ini. Mohon maaf bila telah mengecewakan Papa, Mama. Semoga kelak bisa memberikan sedikit senyuman bagi kalian semua.
8. Kakak-kakakku, Mbak Ivy, Mbak Eva, Mas Riang, terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan baik materi maupun non-materi. Mohon maaf kalo kuliahnya molor lama dan sudah mengecewakan kalian semua.
9. Untuk kedua kakak iparku, Ust. Suharto dan Mas Lulus, makasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.
10. Keponakan-keponakan yang lucu-lucu sekaligus nakal, hehe..fathi, Anggi, Oki, Atar dan juga Jasmine, kapan main ke Jogja lagi?.
11. For my little Wi2, *Not every angel has a wings, and that is you. Thanks for your help, love and every things.*
12. Teman-teman KUI, baik yang telah mendahului kami maupun ynag masih setia di kampus, Salim Gundul, makasih bantuannya, Alwi Gondes, makasih pinjaman bukunya, Akroman Robot, Yun Timbul, ayo cepet kelar biar wisuda bareng, tapi maaf kalo aku duluan. hehe..
13. Teman-teman kontrakan yang sudah menemani dalam suka maupun duka, Heri Aye, Heri OB, Petrus Bowo, Joko Pak De, serta Yudi Tukiran. Semoga persahabatan kita senantiasa terjaga.

14. Teman-teman kontarakan Salakan, Salman *Boosty*, makasih printernya, Ust. Rully, makasih konsultasi agamanya, Udin, Syamsi, Faisol, makasih banyak sewa tempatnya.

15. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Akhirnya dengan berserah diri ke haribaan *Ilahy Rabby*, penyusun mohon perlindungan dari kesalahan dan kealpaan.

Yogyakarta, 24 April 2009

Penyusun

Luqman Hakim
03390566-02

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alîf	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	b	be
ت	T{â'	t	te
ث	Sâ'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jîm	j	je
ح	H{â'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	kh	ka dan ha
د	Dâl	d	de
ذ	Z{âl	ẓ	Z{et (dengan titik di atas)
ر	Râ'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sâd	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dâd	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	tâ'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zâ'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fâ'	f	ef
ق	qâf	q	qi
ك	kâf	k	ka
ل	lâm	l	el

م	mîm	m	`em
ن	nûn	n	`en
و	wâwû	w	w
هـ	hâ'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	yâ'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة عدّة	Ditulis Ditulis	Muta'addidah 'iddah
----------------	--------------------	------------------------

C. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis "h"

حكمة علة	Ditulis Ditulis	Hikmah 'illah
-------------	--------------------	------------------

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakâh al-fīṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

فعل	fathah	Ditulis	A
فعل	fathah	Ditulis	fa'ala
ذكر	kasrah	Ditulis	i
ذكر	kasrah	Ditulis	żukira
يذهب	dammah	Ditulis	u
يذهب	dammah	Ditulis	yażhabu

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	â
2	fathah + ya' mati تنسى	Ditulis	jâhiliyyah
3	kasrah + ya' mati كريم	Ditulis	â
4	dammah + wawu mati فروض	Ditulis	tansâ
		Ditulis	î
		Ditulis	karîm
		Ditulis	û
		Ditulis	furûd}

F. Vokal Rangkap

1	fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	ai
2	fathah + wawu mati قول	Ditulis	bainakum
		Ditulis	au
		Ditulis	qaul

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعَدْتُمْ	Ditulis	u'iddat
لَعْنُ شَكُمْرَتُمْ	Ditulis	La'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “I”.

الْقُرْآنُ	Ditulis	al-Qur'ân
الْقِيَاسُ	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السَّمَاءُ	Ditulis	as-Samâ'
الشَّمْسُ	Ditulis	Asy-Syams

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	Ẓawî al-furûd}
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	ahl as-sunnah

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Abstrak	ii
Halaman Nota Dinas	iii
Surat Pernyataan	v
Halaman Pengesahan	vi
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Pedoman Transliterasi Arab-Latin	xi
Daftar Isi	xv
Daftar Tabel	xviii
Daftar Gambar	xix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	6
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Kerangka Teoritik	9
F. Hipotesis	14
G. Metode Penelitian	18

H. Sistematika Pembahasan	26
BAB II. LANDASAN TEORI	28
A. Bait al-Mal wa at-Tamwiil	28
B. Produk-produk BMT	32
1. Pembiayaan	32
2. Simpanan	35
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Anggota Dalam Pengam bilan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Haniva Imogiri	39
1. Nisbah Bagi Hasil	39
2. Pelayanan	47
3. Promosi	50
BAB III. GAMBARAN UMUM BMT HANIVA	54
A. Latar Belakang dan Sejarah Pendirian BMT Haniva	54
B. Struktur Organisasi BMT Haniva	56
C. Visi dan Misi BMT Haniva	58
D. Produk-produk BMT Haniva	58
a. Simpanan	58
b. Pembiayaan	62
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	65
A. Analisis Deskriptif Data Responden	65
B. Analisis Kuantitatif	69
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian	69

2. Uji Asumsi Klasik.....	72
3. Analisis regresi Berganda	76
C. Interpretasi Hasil Penelitian	84
1. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengambilan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Haniva Imogiri	84
2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengam bilan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Haniva Imogiri	85
3. Pengaruh Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengam bilan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Haniva Imogiri	87
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	
I. Kuesioner Penelitian	
II. Rekapitulasi Data Penelitian 100 Responden	
III. Surat Keterangan Penelitian	
IV. Data Sampel	
V. Hasil <i>Output</i> Regresi	
VI. <i>Curriculum Vitae</i>	

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel	Hal
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur	66
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	66
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	67
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan.....	68
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pembiayaan yang diterima .	68
Tabel 4.7 Hasil uji validitas variabel nisbah bagi hasil	69
Tabel 4.8 Hasil uji validitas variabel pelayanan	70
Tabel 4.9 Hasil uji validitas variabel promosi	70
Tabel 4.10 Hasil uji validitas variabel preferensi anggota.....	70
Tabel 4.11 Hasil uji reliabilitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4.13 Hasil uji multikolinearitas.....	74
Tabel 4.14 Hasil uji autokorelasi	76
Tabel 4.15 Rangkuman hasil regresi linear berganda.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skema <i>musyarakah</i>	12
Gambar 3. 1 Struktur organisasi BMT Haniva	57
Gambar 4. 1 Normal Probability Plot	72
Gambar 4. 2 Scatter Plot	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan baik yang berbentuk konvensional (berdasarkan kapitalis maupun sosialis) maupun yang berprinsip syariah sangat dibutuhkan untuk mendukung permodalan dalam sektor riil, akan tetapi perbankan secara teknis di lapangan belum menyentuh terhadap usaha mikro kecil (UMK) baik dari pedagang kaki lima sampai pedagang-pedagang yang berada di pasar tradisional yang biasanya disebut sebagai ekonomi rakyat kecil, hal ini disebabkan karena keterbatasan jenis usaha dan aset yang dimiliki oleh kelompok usaha tersebut.

Pada sisi lain keuangan mikro, ada kegiatan individu dari masyarakat yang sudah memperhatikan hal tersebut sehingga kelompok individu tersebut memberikan permodalan yang dibutuhkan UMK. Individu tersebut sering dikenal di masyarakat umum sebagai rentenir.¹ Akan tetapi keberadaan rentenir itu sendiri tidak membawa kemaslahatan bagi masyarakat banyak, karena justru ada beberapa permasalahan yang signifikan dalam bentuk kegiatan individu tersebut, diantaranya adalah bentuk permodalan yang dilakukan rentenir. Oleh Karena itu dibutuhkan instansi keuangan mikro baru yang mempunyai kompetensi baik dalam profesionalitas dan material yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonosia, cetakan ke-4, 2007) hlm. 97.

akan hal itu, dan tidak menjerat mereka dalam lingkaran hutang yang berkepanjangan, sehingga mampu mendorong ekonomi rakyat kecil sebagai hasil akhirnya.

Jeratan rentenir dalam mencari untung dari pengusaha mikro dan kecil ternyata juga merambah di Kecamatan Imogiri Bantul. Banyak pengusaha, pedagang atau industri kecil yang terpaksa meminjam dana dari rentenir agar usahanya tetap berjalan, meski dengan resiko bunga cukup besar. Untuk membantu sektor UMKM dalam mengembangkan usahanya, sekaligus menghindari jeratan rentenir, diperlukan suatu lembaga keuangan yang dapat menangani masalah pembiayaan. Salah satu lembaga yang sesuai dengan peran ini adalah BMT, yaitu suatu balai usaha mandiri terpadu yang memberikan dukungan terhadap kegiatan ekonomi masyarakat bawah dan kecil yang berdasarkan syariah.²

Kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan usaha terkadang memerlukan dana dari pihak lain. Salah satu cara untuk mendapatkan dana tersebut adalah antara lain melalui pembiayaan *musyarakah*. *Musyarakah* adalah kerjasama dalam suatu usaha yang didanai dan dikelola oleh dua orang atau lebih dan dibagi sesuai dengan porsi modal atau kesepakatan di awal. Salah satu kelebihan pembiayaan *musyarakah* adalah mampu memberikan tingkat

² Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Ummat Kontemporer*, cet. Ke-1, (Yogyakarta: UII Press 2000), hlm. 106

resiko yang tidak terlalu tinggi dibanding tingkat resiko yang diberikan oleh produk pembiayaan lainnya.³

Model pembiayaan ini adalah model pembiayaan yang paling ideal dalam ekonomi syariah. Dikatakan ideal karena model pembiayaan ini khusus untuk kegiatan usaha atau aktivitas yang produktif, dan ke sanalah aktivitas perbankan syariah diarahkan, agar masyarakat terfasilitasi untuk berkarya dan bekerja secara produktif hingga menghantarkan kepada kesejahteraan pribadi yang pada gilirannya akan menyebar kepada lingkungan sekitarnya.

Mekanisme pembiayaan bagi hasil ini merupakan mekanisme yang paling adil. Dikatakan adil karena mekanisme bagi hasil merupakan mekanisme yang membela dua pihak. Saat nasabah sedang mendapatkan penghasilan yang melimpah, maka lembaga keuangan syariah juga mendapatkan manfaat yang berimbang. Namun jika bisnis nasabah sedang lesu maka lembaga keuangan syariah pun juga akan menyesuaikan. Hal ini mengingat perjalanan bisnis mempunyai tiga keadaan: yaitu untung, rugi dan impas. Tidak mungkin bisnis dijalani akan untung terus ataupun rugi terus, akan tetapi ia sangat fluktuatif. Di sinilah letak dari kekhasan ekonomi syariah yang lebih humanis (manusiawi) dibandingkan dengan mekanisme di luar syariah.

Banyaknya lembaga keuangan syariah menyebabkan tingkat persaingan yang ketat dan kompetitif di antara lembaga keuangan syariah untuk memperluas dan mempertahankan pangsa pasar, apalagi jika dihadapkan dengan lembaga-

³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm. 91.

lembaga perbankan konvensional. Untuk mempertahankannya, lembaga keuangan haruslah memberikan bentuk pelayanan yang prima. Pelayanan yang diberikan harus mampu menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyak perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk/jasa yang ditawarkan membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Beberapa hal yang dijadikan acuan untuk mengukur kualitas pelayanan diantaranya adalah:⁴

1. Keramahan pelayanan
2. Efisiensi dan kecepatan layanan
3. Kejelasan informasi
4. Pelayanan sesuai keinginan
5. Pelayanan yang merata yang tidak membedakan status sosial.

Perkembangan dan perubahan teknologi informasi yang begitu cepat, berimbas kepada perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber dengan mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai kalangan masyarakat sehingga mereka lebih pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membanding-bandingkan antara produk yang sejenis dalam arti yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Agar suatu produk laku dijual ke masyarakat atau anggota BMT Haniva, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, di

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta 2000), hlm. 68.

mana dapat diperoleh dan kelebihan produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Tanpa promosi jangan diharapkan anggota dapat mengenal BMT Haniva. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggota.

Demikian halnya dengan BMT Haniva yang merupakan salah satu dari lembaga keuangan syariah yang berada di kecamatan Imogiri kabupaten Bantul. BMT Haniva dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang prima, serta strategi promosi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan anggotanya.

Alasan dipilihnya pembiayaan *musyarakah* dalam penelitian ini adalah karena anggota pembiayaan *musyarakah* lebih mendominasi daripada pembiayaan lainnya dengan jumlah anggota 237 orang dari keseluruhan anggota yang mengambil pembiayaan yang berjumlah 250 orang di BMT haniva Imogiri.⁵

Dalam usaha memahami keinginan masyarakat saat ini, dirasakan perlu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* di BMT Haniva. Dalam pembiayaan *musyarakah* yang berskema bagi hasil, nisbah bagi hasil merupakan suatu hal yang harus ada demi terciptanya keadilan antara kedua belah pihak yang bersyarikat. Besarnya porsi modal masing-masing pihak akan menentukan nisbah bagi hasilnya. Dalam perusahaan jasa, pelayanan akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan atau tidak produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

⁵ Wawancara dengan Bpk. Imam Muttaqin, Manager BMT Haniva Imogiri.

Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin puas konsumen yang mengantarkannya kepada pengambilan produk serta menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut, dalam hal ini adalah BMT Haniva. Untuk mengenalkan kepada masyarakat produk yang dimiliki oleh BMT Haniva, promosi merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Semakin gencar promosi maka semakin masyarakat mengenal produk tersebut, dalam hal ini pembiayaan *musyarakah*. Dengan melihat analisis di atas maka dapat ditetapkan bahwa nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *preferensi* anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri..

Berdasarkan uraian di atas, penyusun berminat untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengambilan Pembiayaan *Musyarakah* Pada BMT Haniva Imogiri .“

B. Pokok Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah nisbah bagi hasil, pelayanan, dan promosi secara individu/parsial berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

2. Apakah nisbah bagi hasil, pelayanan, dan promosi secara bersama-sama/stimultan berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

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

1. Untuk meneliti lebih lanjut bagaimana nisbah bagi hasil, pelayanan, dan promosi secara individu/parsial terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.
2. Untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan, dan promosi secara bersama-sama/stimultan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

Sedangkan kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam pada umumnya dan keuangan Islam pada khususnya serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah*.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi BMT khususnya serta lembaga keuangan lain pada umumnya dalam memberikan nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi yang lebih baik.

D. Telaah Pustaka

Mustana melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Nasabah Terhadap Produk *Musyarakah* Dalam Pembiayaan Investasi Pada BMT Mitra Usaha Ummat Piyungan Bantul Yogyakarta.” Hasil penelitian yang diperoleh adalah nisbah bagi hasil, kualitas produk dan pelayanan berhubungan secara positif signifikan terhadap preferensi nasabah pada produk *musyarakah*.⁶

Setyowardhani melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah, Studi Kasus: Bank Muamalat Indonesia.” Hasil penelitian yang diperoleh, bahwa yang menjadi faktor utama dari pemilihan bank syariah dan BMI oleh nasabah adalah faktor pelayanan, sedangkan hasil dari pengukuran dengan metode Fishbein didapatkan bahwa sikap nasabah sangat positif terhadap atribut-atribut syariah.⁷

Rohmad melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan *Murabahah* Di BMT Palur Karanganyar tahun 2007.” Hasil penelitian yang diperoleh adalah secara simultan, produk, harga, lokasi dan promosi mempunyai pengaruh yang

⁶ M. Hisyam Mustana, *Preferensi Nasabah Terhadap Produk Musyarakah Dalam Pembiayaan Investasi Pada BMT Mitra Usaha Ummat Piyungan Bantul Yogyakarta*, skripsi S1 Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (tidak dipublikasikan).

⁷ Hapsari Setyowardhani, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah: Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia,” <http://digilib.mmu.edu/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jkptmmui-gdl-s2-2002-hapsari108syariah>, akses tanggal 18 Agustus 2008.

signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT Palur Karanganyar.⁸

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penyusun di sini adalah penelitian lanjutan untuk mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

E. Kerangka Teoritik

Pada umumnya, masyarakat telah mengetahui bahwa bank adalah tempat menabung, ataupun meminjam uang bagi masyarakat yang membutuhkan. Dalam undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁹

Prof. G.M. Verryn Stuart mendefinisikan Bank sebagai suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral.¹⁰

⁸ Wahid Rohmad, "Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Palur Karanganyar Tahun 2007", <http://digilib.uin-suka.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=digilib-uinsuka--wahidrohma-1094>, akses tanggal 8 November 2008.

⁹ "Uang Dan Lembaga Keuangan" [http://www.snapdrive.net/files/522605/Bank %20dan%20LKBB.doc](http://www.snapdrive.net/files/522605/Bank%20dan%20LKBB.doc), akses tanggal 23 Agustus 2008.

¹⁰ *Ibid.*

Bank syariah, atau bank Islam, merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam. Definisi bank syariah menurut Muhammad adalah lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariat Islam.¹¹

BMT sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan syariah non bank mempunyai beberapa keunggulan, diantaranya adalah sistem yang berdasarkan bagi hasil, (*profit and loss sharing*). Bagi hasil sendiri menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan "*Profit Sharing*". *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan.¹² Lebih lanjut dikatakan, bahwa hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.¹³

BMT juga menyediakan beberapa produk dan fasilitas yang dapat dimanfaatkan berbagai kalangan masyarakat termasuk pengusaha kecil yang

¹¹ Muhammad, *Buletin Ekonomika Dan Bisnis Islam*, edisi 11/ V 8 Jumadil Ula 1428 H/ 25 Mei 2007 Laboratorium Ekonomika dan Bisnis Islam (LEBI) FEB UGM, www.lebi.fe.ugm.ac.id/shirat/data/lebishawaabmei.pdf, akses tanggal 23 Agustus 2008.

¹² Muhammad, *Kebijakan Fiskal Dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 69.

¹³ *Ibid*, hlm. 69

merupakan salah satu pelaku UMKM, terutama masalah pembiayaan modal usaha.

Pengertian pembiayaan menurut Muhammad dalam bukunya “Manajemen Bank Syari’ah” menjelaskan bahwa pembiayaan dalam arti luas berarti *financing*, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dilakukan oleh orang lain. Sementara dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syari’ah terhadap nasabahnya.¹⁴

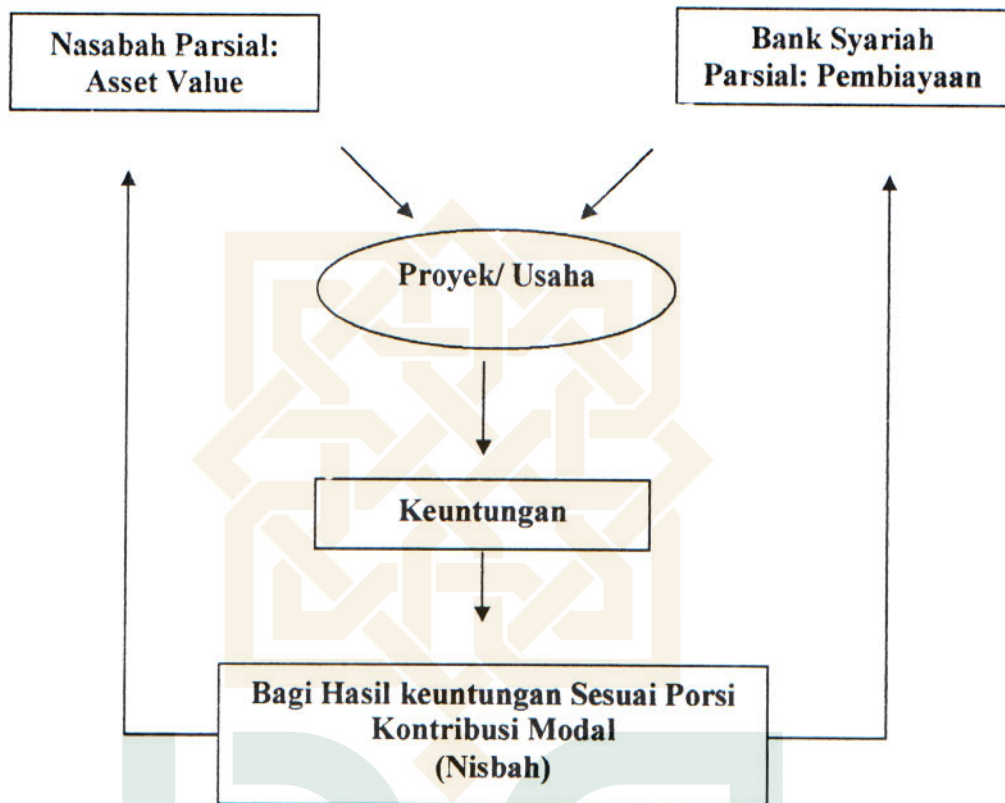
Salah satu produk penyaluran dana pada BMT adalah, *musyarakah*. Menurut Muhammad *musyarakah* adalah suatu perkongsian antara dua pihak atau lebih dalam suatu proyek dimana masing masing pihak berhak atas segala keuntungan dan bertanggung jawab akan segala kerugian yang terjadi sesuai dengan penyertaannya masing masing.¹⁵ Secara umum aplikasi dari *musyarakah* dapat digambarkan dalam skema berikut ini.¹⁶

¹⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syari’ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm. 260.

¹⁵ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2003), hlm. 9-10.

¹⁶ Syafi’i Antonio, *Bank Syariah, Bagi praktisi dan Bankir*, (Jakarta: Tazkia Institute, 1999), hlm. 148.

Gambar 1.1



Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Untuk menciptakan *good performance*, BMT tidak dapat menghindari fungsinya dari pelayanan anggota. Pelayanan yang diberikan kepada anggotanya akan mencerminkan baik tidaknya BMT tersebut. Banyak riset yang

menunjukkan bahwa prosentase jumlah nasabah yang memutuskan untuk tetap memakai jasa bank tertentu karena pelayanan yang mereka terima dirasakan ada kepuasan atau baik. Dengan kata lain, salah satu faktor yang mendorong pangsa pasar adalah peningkatan kualitas pelayanan.

Tujuan peningkatan kualitas layanan adalah menimbulkan kepuasan konsumen. Kepuasan disini merupakan perasaan emosional yang muncul secara spontan apabila apa yang dipikirkan atau diharapkan konsumen terpenuhi. Oleh sebab itu, maka pihak manajemen perlu menyediakan layanan yang benar-benar berkualitas supaya terwujud kepuasan konsumen.¹⁷

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap lembaga keuangan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.¹⁸

¹⁷ "Analisis kepuasan nasabah pada pelayanan jasa bank di bank rakyat indonesia unit pakem cabang Sleman Yogyakarta", http://digilib.petra.ac.id/ads-cgi/viewer.p.1/jiunkpe/s1/eman/2003/jiun_kpe-ns-s1_31498275_-830-expectations-chapter2.pdf, akses tanggal 30 Agustus 2008.

¹⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), hlm.176.

1. Promosi melalui periklanan (*Advertising*)
2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
3. Publisitas (*Publicity*)
4. Promosi melalui penjualan pribadi (*Personal Selling*)

F. Hipotesis

Pada dasarnya hipotesis adalah dugaan sementara atas hasil penelitian yang dilakukan. Hipotesis diperlukan untuk mengarahkan pada operasional penelitian sehingga mempermudah untuk mengambil kesimpulan penelitian.

Bagaimana sebenarnya pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan, dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri?. Untuk menjawab pertanyaan ini, maka perlu dilakukan penelitian untuk menguji pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan, dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah*. Berkaitan dengan penelitian ini, maka hipotesis yang diambil adalah sebagai berikut:

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M. Hisyam Mustana tentang preferensi nasabah terhadap produk *musyarakah* dalam pembiayaan investasi pada BMT Mitra Usaha Ummat. Menurut Muhammad *musyarakah* adalah suatu perkongsian antara dua pihak atau lebih dalam suatu proyek dimana masing masing pihak berhak atas segala keuntungan dan bertanggung jawab akan segala

kerugian yang terjadi sesuai dengan penyertaannya masing masing.¹⁹ Prinsip bagi hasil pada pembiayaan *musyarakah* yang menguntungkan kedua belah pihak, karena mendasarkan pada hasil yang diperoleh, dirasa lebih menguntungkan dibanding dengan sistem bunga yang tidak memperhatikan keadaan perekonomian yang sedang terjadi. Hal ini disebabkan oleh karena nasabah tidak tahu apa yang akan terjadi pada usahanya di masa datang, akankah untung, rugi ataupun impas. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah nisbah bagi hasil berhubungan secara positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah terhadap produk *musyarakah*. Dari penelitian tersebut dapat disusun hipotesis:

H₁: Diduga nisbah bagi hasil berpengaruh secara positif signifikan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari Setyowardhani, tentang analisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah bank syariah: studi kasus Bank Muamalat Indonesia, dimana salah satu hal yang diteliti adalah faktor pelayanan. Menurut Djaslim Saladin pelayanan adalah tindakan langsung yang diberikan perusahaan kepada konsumen demi terciptanya kepuasan dan loyalitas mereka.²⁰ Dengan menghasilkan kualitas pelayanan yang baik maka

¹⁹ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2003), hlm. 9-10.

²⁰ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen*, Ringkasan Praktis, cet-
ke 2 (Bandung: Mandar Maju 1996), hlm. 51.

nasabah akan melakukan pembelian ulang serta menjadi nasabah yang loyal. Dari nasabah yang loyal inilah diharapkan meningkatkan pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa yang menjadi faktor utama dari pemilihan bank syariah dan BMI oleh nasabah adalah faktor pelayanan. Dari penelitian tersebut dapat disusun hipotesis:

H₂: Diduga faktor pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wahid Rohmad, tentang pengaruh variabel bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT Palur Karanganyar Tahun 2007. Salah satu variabel yang diteliti adalah variabel promosi. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.²¹ Hasil penelitian yang diperoleh adalah secara simultan, produk, harga, lokasi dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah

²¹ Rambat Lupiyoadi - A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat 2007), hlm. 120.

mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT Palur. Dari penelitain tersebut dapat disusun hipotesis:

H₃: Diduga faktor promosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Hisyam Mustana dengan judul Preferensi Nasabah Terhadap Produk Musyarakah Dalam Pembiayaan Investasi Pada BMT Mitra Usaha Ummat Piyungan Bantul Yogyakarta. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah secara individu/parsial nisbah bagi hasil secara positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah pada produk *musyarakah*, dan juga penelitian yang dilakukan oleh Hapsari Setyowardhani dengan judul Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah, studi kasus : Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa yang menjadi faktor utama dari pemilihan bank syariah dan BMI oleh nasabah adalah faktor pelayanan. Sementara berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wahid Rohmad, dengan judul Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan *Murabahah* Di BMT Palur Karanganyar tahun 2007. Kesimpulan yang diperoleh adalah secara parsial promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT Palur Karanganyar Tahun 2007.

H4: Diduga ada pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi baik secara individu maupun bersama terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Oleh karena itu, dalam penelitian ini penyusun menggunakan pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan penelitian langsung di lapangan yaitu pada anggota BMT Haniva Imogiri yang mengambil pembiayaan *musyarakah*.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu kegiatan penelitian yang diawali dengan mengumpulkan data di lapangan, kemudian disusun secara sistematis dan peneliti memberikan gambaran serta penjelasan terhadap data yang sudah diteliti sehingga dapat diketahui bagaimana pengaruh nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi terhadap keputusan anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.²² Populasi pada penelitian ini adalah anggota pembiayaan *musyarakah*, sedangkan sampelnya peneliti mengambil 100 dari 237 anggota pembiayaan tersebut secara acak.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan pengamatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Di sini penyusun melakukan pengamatan langsung pada anggota pembiayaan *musyarakah* di BMT Haniva Imogiri yang menjadi sampel penelitian untuk memperoleh data dalam bentuk tertulis mengenai hal-hal yang berhubungan dengan produk pembiayaan *musyarakah* yang diambil anggota.

b. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²³

5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel atau

²² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta 2005), hlm.72.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2003), hlm. 162.

atribut yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya adalah:

- a. Bagi hasil dalam sistem ekonomi syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.
- b. Pelayanan adalah tindakan langsung yang diberikan perusahaan kepada konsumen demi terciptanya kepuasan dan loyalitas mereka.²⁴ Perusahaan yang menyediakan layanan bermutu tinggi biasanya berprestasi jauh lebih baik ketimbang pesaingnya yang kurang berorientasi pasar.
- c. Promosi merupakan komunikasi yang *persuasive*, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan.²⁵ Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara

²⁴ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen*, Ringkasan Praktis, cet-ke 2 (Bandung: Mandar Maju 1996), hlm. 51.

²⁵ Rambat lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, edisi Ke-1 (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 61.

perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.²⁶

- d. Dalam memutuskan mengambil pembiayaan *musyarakah* anggota BMT Haniva mendasarkan pada salah satu atau keseluruhan variabel independen yaitu: nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi.

6. Teknik Analisa Data

a. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis data berdasarkan perhitungan statistik untuk menjawab permasalahan yang ada. Analisis kuantitatif ini juga merupakan pengujian hipotesis untuk mencari pengaruh antara nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi terhadap keputusan anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri yaitu dengan menggunakan perhitungan SPSS.

Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket, karena itu diperlukan adanya alat ukur untuk menentukan validitas dan reliabilitas agar tidak terjadi kesalahan penggunaan alat ukur.

²⁶ *Ibid*, hlm. 120.

1) Uji Instrumen

Adapun dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner atau angket, yaitu keharusan sebuah angket untuk valid dan reliabel. Validitas berhubungan dengan pengukuran konsep senyatanya (*actually*) dan reliabilitas berhubungan dengan pengukuran seakuratnya (*accurately*).²⁷

a) Uji Validitas

Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Hasil penelitian yang valid adalah apabila terdapat kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur.²⁸

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Suatu pengukur dikatakan reliabel (dapat diandalkan) jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan

²⁷ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian, Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hlm. 119.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 120.

konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.²⁹ Dalam penelitian ini, karena instrumen memiliki skor bukan 1 dan 0 melainkan berbentuk skala 1-5 maka reliabilitasnya dicari menggunakan rumus alpha.³⁰

2) Uji Asumsi

Dalam analisis kuantitatif akan dilakukan pengujian asumsi atau uji regresi linear yang mana uji asumsi ini untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Agar model regresi yang dirumuskan dapat diterapkan, maka harus memenuhi beberapa syarat. Dalam penelitian ini diambil empat uji persyaratan yaitu:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.³¹

Untuk mendeteksi adanya normalitas adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik, dengan ketentuan:

²⁹ *Ibid.*, hlm. 120.

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 171.

³¹ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Parametrik*, (Jakarta: Gramedia, 2001), hlm. 212.

(1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

(2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi normalitas ini adalah dengan menggunakan Normal Probability Plot (P-Plot).

b) Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terjadi multikolinearitas. Jadi model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.³²

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini digunakan untuk mengetahui apakah varians *residual absolute* sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, jika varians berbeda disebut Heteroskedastisitas.

³² *Ibid.*, hlm. 203.

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara semua urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.³³

3) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.³⁴ Pusat perhatian adalah pada upaya menjelaskan dan mengevaluasi hubungan antara suatu variabel dengan satu atau lebih variabel independen.

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah*

X₁ = Nisbah bagi hasil

³³ Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 219.

³⁴ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif, "Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi"*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), hlm. 92.

X_2 = Pelayanan

X_3 = Promosi

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien nisbah bagi hasil

β_2 = Koefisien pelayanan

β_3 = Koefisien promosi

e = Error term

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab yang masih terbagi dalam beberapa sub bab.

Dalam bab pertama, akan dibahas beberapa sub bab yang memaparkan latar belakang masalah penelitian, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik untuk menguatkan penelitian, hipotesis, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, mengetengahkan eksploitasi lebih mendalam terhadap teori-teori yang mendasar terhadap teori-teori yang mendukung masalah, sehingga dapat dijadikan pijakan dalam menganalisa masalah dalam skripsi ini.

Bab ketiga, menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan. Dalam bab ini akan dipaparkan tentang segala hal yang menyangkut BMT Haniva yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yaitu: latar belakang pendirian BMT Haniva, sejarah perkembangan BMT Haniva, struktur organisasi BMT Haniva, visi dan misi, dan produk-produk BMT Haniva.

Bab keempat merupakan tahap pokok dalam skripsi ini yang berisi tentang pembahasan serta analisa tentang bagaimana nisbah bagi hasil, pelayanan dan promosi dapat mempengaruhi atau tidak preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri.

Bab kelima adalah penutup yang merupakan tahap akhir dari penelitian ini. Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta masukan dari penyusun kepada BMT Haniva mengenai hal-hal yang mempengaruhi preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan khususnya pembiayaan *musyarakah*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Variabel nisbah bagi hasil (X_1), pelayanan (X_2), dan promosi (X_3), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri. Hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} variabel nisbah bagi hasil (5,443), variabel pelayanan (3,555), dan variabel promosi (2,539) lebih besar dari t_{tabel} (1,6609).
2. Berdasarkan uji F, variabel nisbah bagi hasil (X_1), pelayanan (X_2), dan promosi (X_3), secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* pada BMT Haniva Imogiri. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil F hitung (65,734) yang lebih besar dari F tabel (2,6994). Besarnya pengaruh dari ketiga variabel terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* adalah sebesar 67,3% sedangkan sisanya sebesar 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi BMT Haniva Imogiri berkaitan dengan pengaruh Nisbah bagi hasil, Pelayanan dan Promosi terhadap Preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah* anggota.

1. Disarankan kepada manajemen BMT Haniva Imogiri agar memperhatikan variabel nisbah bagi hasil karena faktor ini yang sangat mempengaruhi preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan *musyarakah*, dengan cara memberikan nisbah bagi hasil yang lebih tinggi kepada anggota agar lebih tertarik untuk mengambil pembiayaan tersebut. Selain itu disarankan kepada BMT Haniva untuk menggunakan sistem bagi hasil murni dengan mendasarkan pada hasil yang diperoleh anggota bukan dengan taksiran keuntungan di awal transaksi.
2. Disarankan kepada manajemen BMT Haniva Imogiri agar memperhatikan variabel promosi karena berdasarkan penelitian variabel ini paling kecil pengaruhnya terhadap preferensi anggota dalam pengambilan pembiayaan, misalnya selalu gencar dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk-produk BMT Haniva Imogiri khususnya produk pembiayaan *musyarakah*, baik melalui papan iklan, brosur-brosur yang diberikan kepada masyarakat, juga iklan melalui media cetak atau elektronik seperti radio maupun televisi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

A. Fiqh/ Ushul Fiqh

al- Khafif, Ali, *Mukhtasar Ahkam al- Muamalat al-Syariyyah*, Kairo: Matbaah al-Sunnah al- Mahmaakiyyah, cet- kedua, 1952.

Dewan Syari'ah Nasional, *Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Untuk Lembaga Keuangan Syari'ah*, Ed. 1, Diterbitkan atas Kerjasama Dewan Syari'ah Nasional-MUI dengan Bank Indonesia, 2001

Karim, Adiwarman. A. *Bank Islam, Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada 2007.

B. Ekonomi Manajemen Perbankan

Agustianto, "Baitul Mal wa Tamwil (BMT) dan Pengentasan Kemiskinan," <http://agustianto.niriah.com/2008/04/03/baitul-mal-wat-tamwil-bmt-dan-pengentasan-kemiskinan/>

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah, Bagi praktisi dan Bankir*, Jakarta: Tazkia Institute, 1999.

Anonimous, "Analisis kepuasan nasabah pada pelayanan jasa bank di bank rakyat indonesia unit pakem cabang Sleman Yogyakarta," http://digilib.petra.ac.id/ads-cgi/viewer.p_l/jiunkpe/sl/eman/2003/jiunkpe-ns-sl_31498275_-830-expectations-chapter2.pdf.

Anonimous, "Pengenalan BMT," www.geocities.com/gardaera2000/Bmt.doc.

Anonimous, www.bmthaniva.wordpress.com

Atmosudirdjo, Prajudi, *Pengambilan Keputusan*, Jakarta Timur: Ghalia Indonesia, 1997, cet. Ke-2.

Falah, Syamsul, *Pola Bagi Hasil pada Perbankan Syari'ah*, <http://fazilet.blogspot.com/2004/10/tinjauan-pustaka-sistem-pembiayaan.html>.

Indrawan, Rio, Erik, "pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Suku Bunga Terhadap simpanan Mudharabah (Studi Kasus BPR Syariah Bangun Drajat Warga

Yogyakarta) 2002-2005," skripsi Fakultas Ekonomi UII, tidak dipublikasikan.

Kasnir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005.

Kotler, Philip, *Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, alih bahasa Alexander Sindoro Jakarta: Prehalindo, 1997.

Lamandasa, Flora, Raimond, "Praktek Pembiayaan Dalam Bank Syariah," Paper Mata Kuliah Hukum Perbankan Syariah, Magister Kenotariatan UGM, <http://www.scribd.com/doc/3144164/Praktek-Pembiayaan-Dalam-Perbankan-Syariah?autodown=doc>

Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, edisi Ke-1 Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Mu'alim, Amir, dan Zaenal Abidin, "Profesionalisme Praktisi BMT Di Kota Yogyakarta Dan Kabupaten Sleman", *Millah Vol. IV, No, 2*, Januari 2005.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.

-----, *Buletin Ekonomika Dan Bisnis Islam*, edisi 11/ V 8 Jumadil Ula 1428 H/ 25 Mei 2007 Laboratorium Ekonomika dan Bisnis Islam (LEBI) FEB UGM, www.lebi.fe.ugm.ac.id/shirat/data/lebishawaabmei.pdf

-----, *Kebijakan Fiskal Dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.

-----, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2003.

-----, *Teknik perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2004.

Mustana, Hisyam, M *Preferensi Nasabah Terhadap Produk Musyarakah Dalam Pembiayaan Investasi Pada BMT Mitra Usaha Ummat Piyungan Bantul Yogyakarta*, skripsi S1 Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tidak dipublikasikan.

Muttaqin, Imam, *Manager BMT Haniva Imogiri*.

- Rasidi, Agus, " Mengenal Baitul Mal Wa Tamwil," <http://fsiekonomi.multiply.com/reviews/item/127>
- Rohmad, Wahid, "Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Pada BMT Palur Karanganyar Tahun 2007," <http://digilib.uinsuka.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=digilib-uinsuka-wahidrohma-1094>
- Saed, Abdullah, *Menyoal Bank Syariah: kritik Atas Interpretasi Bunga Bank Kaum neo Revivalis*, Jakarta: Paramadina, 2004.
- Saladin, Djaslim, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen , Ringkasan Praktis*, Bandung: Mandar Maju, 1996, cet- ke 2.
- Setiawan, Azis, Abdul, "Revitalisasi BMT Untuk Kesejahteraan Masyarakat," http://www.sebi.ac.id/index.php?option=com_content&task=view&id=95&Itemid=33
- Setyowardhani, Hapsari, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah: Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia," <http://digilib.mmui.edu/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jkptmmui-gdl-s2-200hapsari-108syariah>
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* Yogyakarta: Ekonosia, 2007, cetakan ke-4.
- Sumiyanto, Ahmad, *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta: Ises Publising, 2008.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah IBI, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syari'ah*, Jakarta : Djambatan, 2001.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta 2000.
- Wildan, Ery, "BMT", http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi-tugas_makalah/sosiologi-agama/baitul-maal-wattamwil-bmt
- Zulkifli, Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.

C. Metode Penelitian

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, Yogyakarta: BPFE, 2004.

Kuncoro, Mudrajad, *Metode Kuantitatif, "Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi"*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001.

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Parametrik*, Jakarta: Gramedia, 2001.

-----, *SPSS versi 10 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001.

Sudarmanto, Gunawan, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta 2005.

-----, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: CV Alfabeta, 2003.

D. Kamus

Pass, Cristopher dan Bryan Lowes, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Jakarta : Erlangga, 1994 Edisi ke-2.

Echols, John M. dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta : PT. Gramedia, 1995, Cet. ke-21.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA