

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil BMT Citra Buana Syariah

Nama : BMT Citra Buana Syariah
Alamat : Komplek Pasar Stan Maguwoharjo Depok Sleman
Yogyakarta No Tlp 0274.7490619.
Badan Hukum : No. 149/BH/DK/IV/2001, 14 April 2001.

1. Sejarah BMT Citra Buana Syariah

BMT merupakan gagasan ICMI-MUI-BI, memiliki tujuan utama pemberdayaan usaha kecil dan menengah berdasarkan syariat islam. Selain itu, BMT merupakan salah satu sarana dakwah islamiyah dimasyarakat luas. Melihat peluang tersebut, maka Dewan Ekonomi Gerakan Pemuda (GP) Ansor dan Fatayat Nahdatul Ulama (NU) cabang kabupaten Sleman yang tercermin dalam Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) Citra Buana Mandiri pada tahun 2000 kuartal terakhir merintis lahirnya sebuah BMT. BMT yang dirintis tersebut diberi nama BMT Citra Buana Syariah (CBS). Dalam perkembangannya BMT CBS melegalkan dirinya dalam bentuk koperasi serba usaha dengan nama Koperasi Serba Usaha Citra Buana Syariah (KSU CBS). Meskipun BMT ini tidak dirancang khusus mendatangkan laba bagi dirinya, namun BMT ini diusahakan harus mampu berdiri sendiri , menghargai para pengelola operasionalnya dan tidak mengalami kerugian dalam menjalankan misi bisnis dan

pengembangan ekonomi syariah serta misi dakwah yang diembannya. Dengan adanya tuntunan itu, maka BMT CBS berusaha mengembangkan diri sebagai lembaga non profit dan profit. BMT CBS secara resmi didirikan pada tanggal 10 Oktober 2000 dan berkantor di pasar Stan, Desa Maguwoharjo, Depok, Sleman Yogyakarta, tepatnya pada pintu masuk pasar bagian selatan. BMT ini menempati ruang berukuran 5x6 meter yang disewa dari kios milik kepala desa Maguwoharjo. BMT CBS dalam mengembangkan permodalan dan kemampuan profesionalisme pengelolanya telah menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaganya diantara:

- a. Mu'amalah Center
- b. PrimaGama Group
- c. Forum Ekonomi Syariah Kabupaten Sleman
- d. Pimpinan Cabang Gerakan Ansor dan Fatayat Kabupaten Sleman.

Melalui bantuan kerjasama dan pembinaan dari Dinas Koperasi Kabupaten Sleman, maka saat ini BMT CBS diharapkan dapat segera melaksanakan misi sosial dan misi bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip perekonomian syariah.

Dewan Pengawas BMT Citra Buana Syariah adalah Drs. KH Bahruddin Hz yang memiliki dasar hukum sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Pengkoprasian.
- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi.
- c. Keputusan Menteri Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomer: 323/BH/KWK-12/V/1999.
- d. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI No. 91 Tahun 2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.

Ada dua jenis produk yang ditawarkan oleh BMT Citra Buana Syariah, yaitu produk simpanan dan pembiayaan. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih adalah responden yang hanya membeli produk pembiayaan. Jenis produk simpan pinjaman yang ditawarkan BMT Citra Buana Syariah adalah:

- a. Pembiayaan Murabahah dan Musyarakah
- b. Simpanan Wadiah Amanah, Simpanan Wadiah Dhomanah, Simpanan Mudharabah Berjangka atau Deposito, Simpanan Qurban qurban.

Visi :

“Menjadi Lembaga Keuangan yang bisa mendorong tumbuhnya ekonomi terutama bagi pengusaha kecil dan menengah”.

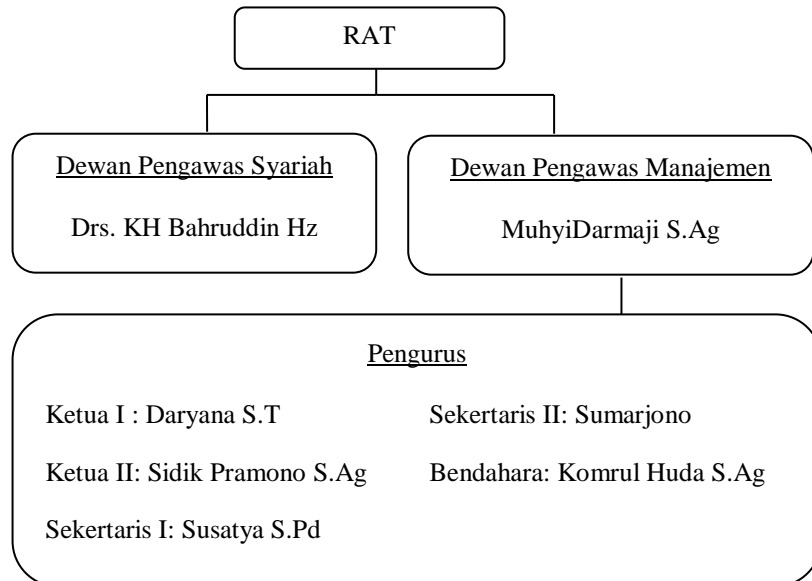
Misi :

Mensejahterakan Anggota, Pengelola dan pengurus. Menjadikan KSPP BMT Citra Buana Syariah mitra yang saling menguntungkan bagi pengembangan UKM di Yogyakarta.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

Pada dasarnya sebuah perusahaan tidak akan berdiri apabila didalamnya tidak ada suatu struktur organisasi yang jelas dan didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan struktur organisasi maka setiap sumber daya manusia yang terlibat didalamnya dapat melakukan tugas dan tanggung jawabnya demi tujuan bersama, yaitu memajukan perusahaan sesuai visi dan misi yang ada. Dalam hal ini BMT Citra Buana Syariah, berusaha melakukan pembenahan dan terus memperbaiki kinerja sumber daya manusia yang ada sehingga dapat tercipta sumber daya insani dengan kemampuan ilmu di bidang ekonomi dan perbankan Islam sesuai dengan harapan. Berikut struktur organisasi BMT Citra Buana Syariah.

Tabel 4.1
Struktur Organisasi BMT CBS



Sumber: Buku rapat akhir tahun 2015 BMT CBS.

Jumlah karyawan BMT Citra Buana Syariah pada akhir tahun 2015 sebanyak (12) orang yang terdiri:

Tabel 4.2
Pengurus BMT CBS

No	Nama	Jabatan	Alamat
1	Sudarno S.E	Manager	Demangan Maguwoharjo Depok
2	Suryanti	Teller	Susukan III Margokaton Seyegan
3	Anik Budi Astuti A.Md	Accounting	Kadilangu Sumberadi Melati Sleman
4	Suparmi	Custemer Service	Totogan Madurejo Prambanan
5	Puji Lestari A.Md	Marketing	Maguwoharjo Depok Sleman
6	Faridah Khasanah S.Sos	Marketing	Gunung Gebang Madurejo

			Prambanan
7	Joko Santoso	Kabag Pembiayaan	Kersan Tirtomartani Kalasan Sleman
8	Sri Wahyuningsih S.Pd	Marketing	Bleber Lor Sumberharjo Prambanan Sleman
9	Daryanto	Marketing	Jangkang Bimomartani Ngemplak Sleman
10	Eka Medianingrum	Marketing	Maguwoharjo Depok Sleman
11	Sugeng Sukamto	Tenaga Kebersihan	Corongan Maguwoharjo Depok Sleman

Sumber: Buku rapat akhir tahun 2015 BMT CBS.

B. Hasil Penyebaran Kuesioner dan Deskripsi Data Responden

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui sensus dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah BMT Citra Buana Syariah Stan Maguwoharjo. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang diambil dari teori lalu dikembangkan menjadi sebuah pernyataan. Pengumpulan kuesioner dilakukan selama 1 (satu) minggu, dari tanggal 27 Februari 2017 -3 Maret 2017.

Penelitian ini telah merangkum hasil kuesioner dalam tabel yang menunjukkan jumlah kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan total kuesioner yang didistribusikan sebanyak 60 kuesioner, total kuesioner yang tidak dapat diolah sebanyak 0. Berdasarkan hal tersebut maka, total kuesioner yang dapat diolah dan dianalisis untuk penelitian ini adalah sebanyak 60 kuesioner.

Tabel 4.3
Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Total
Kuesioner yang disebar	60
Kuesioner yang kembali	60
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang dapat diolah	60
Kuesioner yang tidak dapat diolah	0

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan word)

Berdasarkan tabel diatas kuesioner yang dapat diolah dan dianalisis lebih lanjut untuk penelitian ini adalah sebanyak 60 kuesioner.

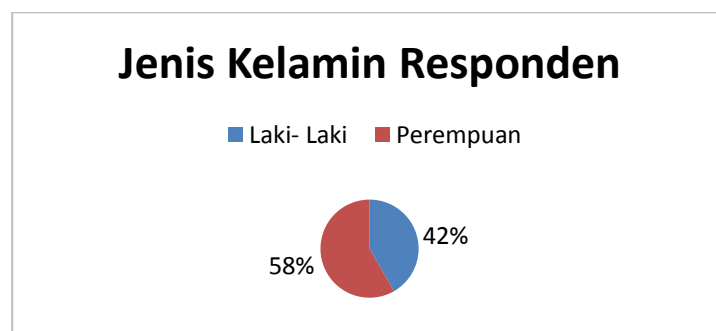
1. Data Responden

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebar untuk mengetahui tanggapan anggota BMT Citra Buana Syariah yang melakukan pembiayaan murabahah. Selain itu, penelitian ini juga memperoleh data tentang pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap minat pembiayaan murabahah. Penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang menjadi sampel dianggap dapat mewakili anggota BMT Citra Buana Syariah yang melakukan pembiayaan murabahah. Pengklasifikasian dilakukan untuk mempermudah peneliti untuk mengetahui keadaan lapangan. Berikut ini adalah tabel data pribadi responden:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini menyajikan informasi mengenai data jenis kelamin. Adapun besarnya presentase berdasarkan kelompok responden disajikan pada diagram lingkaran di bawah ini:

Gambar 4.1
Data Jenis Kelamin Responden



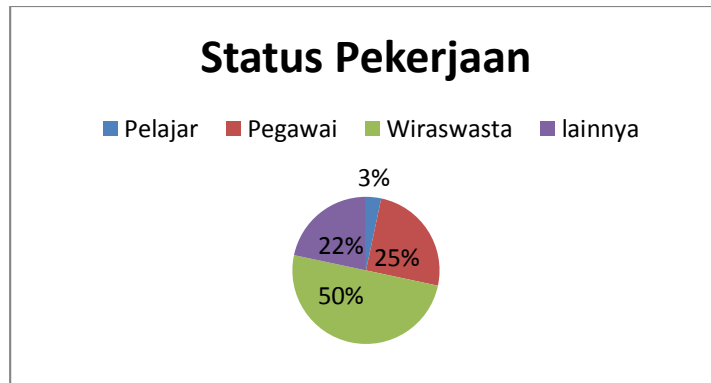
Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan excel)

Berdasarkan gambar diatas, hasil identifikasi jenis kelamin anggota pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah menunjukkan laki-laki berjumlah 42% dan perempuan berjumlah 58%.

b. Responden Berdasarkan Setatus Pekerjaan

Data lain mengenai data responden adalah setatus pekerjaan. Adapun besarannya presentase berdasarkan setatus pekerjaan disajikan pada diagram lingkaran sebagai berikut:

Gambar 4.2
Data Responden Berdasarkan Setatus Pekerjaan



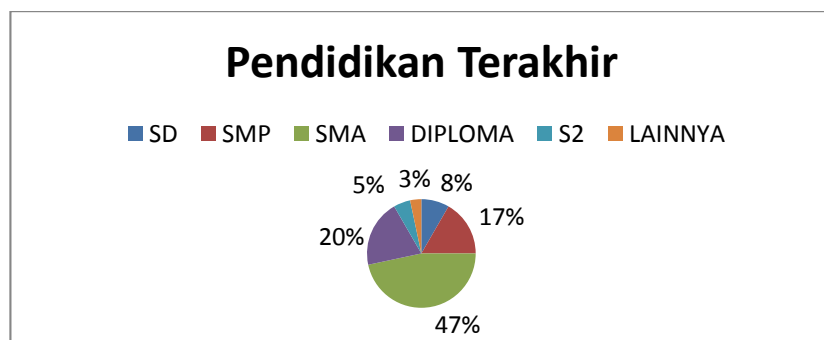
Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan excel)

Berdasarkan data diatas identifikasi keadaan umum responden berdasarkan setatus pekerjaan dikisarkan pelajar 3%, pegawai 25%, wiraswasta 50% dan lainnya 22%, hal ini menunjukkan setatus pekerjaan yang paling dominan melakukan pinjaman murabahah adalah pegawai wiraswasta yaitu 50%.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan

Data ini menyajikan mengenai setatus pekerjaan. Adapun besarannya presentase berdasarkan setatus pekerjaan disajikan pada diagram lingkaran sebagai berikut:

Gambar 4.3
Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan excel)

Berdasarkan data diatas identifikasi keadaan umum responden berdasarkan pendidikan terakhir dikisarkan nasabah berpendidikan terakhir SD 5%, SMP 17%, SMA 47%, DIPLOMA 20%, S2 5%, lainnya 3%. Hal ini menunjukkan tidak ada batasan pendidikan bagi nasabah untuk melakukan pembiayaan, dan SMA merupakan pendidikan terakhir paling dominan.

d. Data Distribusi Pendapatan Responden

Berikut ini merupakan tabulasi dan rata-rata pendapatan responden yang melakukan pembiayaan murabahah:

Tabel 4.4
Data Distribusi Pendapatan Responden

Distribusi Pendapatan	Jumlah	Presentase
< Rp 1.000.000	15	25
Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	25	41.67
Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	17	28.33
Rp 5.000.000-Rp 10.000.000	3	5
Jumlah	60	100

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan word)

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, diketahui bahwa pendapatan nasabah pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah mayoritas memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 atau 41.67%.

C. Data Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat valid atau tidaknya instrument, sehingga dapat dikatakan tepat atau tidaknya instrument dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2014:137). Pada penelitian ini uji validitas diukur dengan *Pearson Product Moment* yaitu korelasi item dengan total item, uji validitas ini diukur dengan menggunakan bantuan SPSS 16. Apabila nilai signifikansi korelasi pearson lebih kecil dari 0,05 (5%) maka item tersebut dikatakan valid secara statistik. Adapun hasil pengujian validitas dinyatakan pada table 4.3 berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	R	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,632	0,000	Valid
	2	0,358	0,005	Valid
	3	0,472	0,000	Valid
	4	0,524	0,000	Valid
	5	0,963	0,000	Valid
	6	0,534	0,000	Valid

	7	0,511	0,000	Valid
	8	0,653	0,000	Valid
	9	0,616	0,000	Valid
	10	0,404	0,001	Valid
Penetapan	1	0,629	0,000	Valid
Harga Jual	2	0,620	0,000	Valid
	3	0,625	0,000	Valid
Minat	1	0,428	0,001	Valid
	2	0,739	0,000	Valid
	3	0,637	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga jual dalam penelitian ini mempunyai taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hal ini berarti semua indikator dan semua pernyataan pada setiap variabel dalam penelitian ini valid sehingga layak digunakan sebagai pengumpul data dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari temuan yang dihasilkan dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Penelitian dikatakan *reliable* jika

terdapat kesamaan data dalam jangka waktu yang berbeda (Sugiyono, 2012: 348). Untuk mengukur reliabilitas dapat diukur salah satunya dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,6.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,777	10	Reliabel
Penetapan Harga Jual	0,650	3	Reliabel
Minat	0,674	3	Reliabel

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dari jumlah variabel pada penelitian ini diperoleh nilai Alpha lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti bahwa semua variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel sehingga semua instrument pernyataan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Analisis Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) Uji *Kolmogorof-Smirnov Test*

Berdasarkan teori statistika model linier hanya residu dari variabel dependent Y yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independen diasumsikan bukan fungsi distribusi, jadi tidak perlu diuji normalitasnya. Hasil output dari pengujian normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,894
------------------------	-------

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

Dari tabel 4.7, maka diperoleh angka probabilitas atau *Asym.Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikasi atau $\alpha = 5\%$) untuk minat pembiayaan murabahah dengan pedoman:

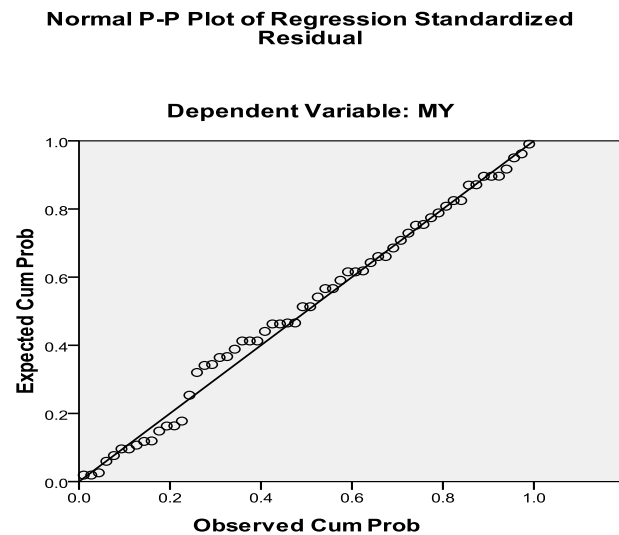
- a) Nilai Sig. atau Signifikasi atau nilai probabilitas $< 0,05$, distribusi data adalah tidak normal.
- b) Nilai Sig. atau Signifikasi atau nilai probabilitas $> 0,05$, distribusi data adalah normal.

Jadi kesimpulan dari pernyataan diatas bahwa Nilai Sig. atau signifikasi pada tabel 4.7 adalah Normal, karena Nilai Sig. atau nilai probabilitas $0.894 > 0,05$.

2) Uji P-P Plots

Suatu variabel dikatakan normal jika digambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekita garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots*, data variabel yang digunakan dinyatakan terdistribusi normal atau mendekati normal mengikuti garis diagonal.

Gambar 4.4
Uji Normalitas



Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

Pada grafik P-Plot terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal maka variabel dependen Y memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. Berikut hasil perhitungan menggunakan program:

Tabel 4.8

Uji Multikolenieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,978	1.023	Terbebas dari asumsi multikolenieritas
Penetapan Harga Jual (X2)	0,978	1.023	Terbebas dari asumsi multikolenieritas

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

Berdasarkan tabel 4.8 terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai VIF 1.023 dan nilai tolerance sebesar 0.978, Penetapan harga jual (X2) memiliki nilai VIF 1.023 dan nilai tolerance 0.978. Artinya, variabel X1 dan X2 terbebas dari dari asumsi klasik multikolinearitas, karena nilai tolerance $0.978 > 0.1$ dan nilai VIF $1.023 < 10$.

c. Uji Linieritas

Uji Linieritas, pengujian ini untuk menguji apakah spesifikasi model yang kita gunakan sudah tepat atau lebih baik dalam spesifikasi model. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05. Tabel berikut adalah hasil uji linieritas variabel kualitas pelayanan (KP) dan penetapan harga jual (PHJ):

Tabel 4.9
Uji Linieritas Variabel

Variabel (X1)		Df	F	Sig
Kualitas Pelayanan	Between Groups	6	8.138	0.000
	Within Groups	56		
Variabel (X2)		Df	F	Sig
Penetapan Harga Jual	Between Groups	10	1.447	0,008
	WithIN Groups	48		

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

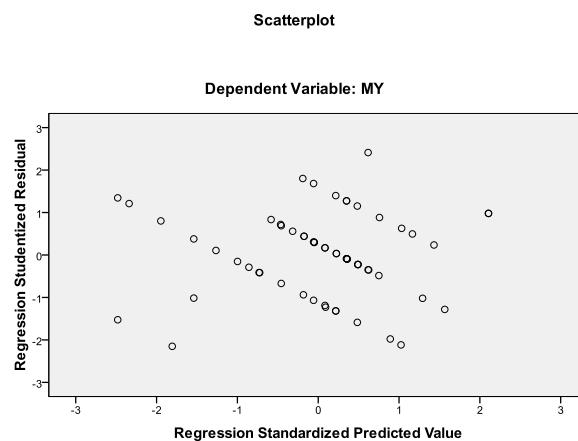
Berdasarkan dari tabel 4.9 diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X1) 0,000 kurang dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap minat pembiayaan murabahah (Y). Sedangkan variabel penetapan harga jual (X2) memiliki nilai signifikansi 0,008 kurang dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan

linier secara signifikan antara penetapan harga jual (X_2) terhadap minat pembiayaan murabahah (Y).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat sama atau tidak varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lainnya. Persamaan yang baik merupakan persamaan regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis uji heteroskedastisitas hasil dari output SPSS melalui grafik *scatterplot* antara Z prediction ($ZPRED$) yang merupakan variabel bebas (sumbu $X = Y$ hasil prediksi) dan nilai residualnya ($SRESID$) merupakan variabel terikat (sumbu $Y = Y$ prediksi $- Y$ riil). Hasil pengujian uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan dalam gambar 4.5 berikut ini:

Gambar 4.5
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

Dari hasil uji asumsi klasik heteroskedastisitas diatas dengan menggunakan uji *scatterplot*, diperoleh titik-titik yang menyebar di

bawah dan di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan dan penetapan harga jual di atas tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh yang ditimbulkan antar variabel bebas dan variabel terikat. Penggunaan teknik analisis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan antar variabel dapat dinyatakan dengan model analisis berikut ini:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Tabel 4.10 Hasil Analisis X1 dan X2 terhadap Y

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t _{hitung}	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,094	2,655	0,010
Penetapan Harga Jual (X2)	0,382	6,335	0,000
Konstanta	3,510	3,035	0,004

Sumber: Data Primer yang Diolah (2017)

Hasil analisis pada tabel 4.10 dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 3.510 + 0.094X_1 + 0.382X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 3.510: artinya jika kualitas pelayanan (X1) dan penetapan harga jual (X2) nilainya adalah 0, maka minat nasabah pembiayaan murabahah (Y) nilainya adalah 3.510.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.094 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan maka minat nasabah pembiayaan murabahah (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.094. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah, semakin naik kualitas pelayanan semakin tinggi minat nasabah pembiayaan murabahah.
3. Koefisien regresi variabel penetapan harga jual (X2) sebesar 0.382 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan, akan meningkatkan penetapan harga jual sebesar 0.382. dan sebaliknya, jika harga jual turun satu satuan, maka harga jual mengalami penurunan sebesar 0.382. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara penetapan harga jual terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah.

b. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan penetapan harga jual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pembiayaan

murabahah. Hasil Uji-t tersebut dijelaskan dalam pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji-t

Variabel	B	Uji-t		Sig.	Keterangan
		t_{hitung}	t_{tabel}		
X1	0,094	2,655	2,002	0,010	Didukung
X2	0,382	6,335	2,002	0,000	Didukung

Sumber: Data Primer yang Diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat dijelaskan jika:

- 1) Pengujian hipotesis 1: Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap minat pembiayaan murabahah. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 2,655 > t_{tabel} 2,002$. Dari keterangan tersebut menunjukkan jika kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan murabahah.
- 2) Pengujian hipotesis 2: Penetapan harga jual berpengaruh secara positif terhadap minat pembiayaan murabahah. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 6,335 > t_{tabel} 2,002$.

Berdasarkan uji t diatas dapat disimpulkan bahwa nilai beta penetapan harga jual (X1) 0,382 lebih besar dari nilai beta kualitas pelayanan (X2) 0,094. Penetapan harga jual memiliki nilai

signifikansi (X2) 0,000 nilainya lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) 0,010. Dilihat dari besarnya nilai beta dan signifikansi, penetapan harga jual (X2) lebih berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan murabahah dibandingkan dengan kualitas pelayanan (X1).

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variable kualitas pelayanan dan penetapan harga jual bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pembiayaan murabahah. Pembuktian hipotesis kualitas pelayanan dan penetapan harga jual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan murabahah.

Variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga jual memiliki nilai F sebesar 26.690 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kriteria penerimaan hipotesis yaitu H_0 ditolak apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% dan H_0 diterima apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.11

Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	29.492	2	14.746	26.690	.000 ^a
Residual	31.492	57	.552		
Total	60.983	59			

Sumber: Data primer 2017 (diolah menggunakan SPSS 16)

Dari uji F di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% yaitu 0,000, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga jual berpengaruh secara bersama-sama atau simultan minat pembiayaan murabahah.

d. Pengujian Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi dapat dijelaskan dalam tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi

R	R ²	<i>Adjusted R²</i>
0,695	0,484	0,465

Sumber: Data Primer yang Diolah (2017)

Koefisien determinasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,465 yang artinya kualitas pelayanan dan penetapan harga jual mempengaruhi minat pembiayaan murabahah sebesar 46,5% dan sisanya 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu resiko pembiayaan, tingkat margin, dan kepuasan konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Baitul Maal Wat Tamwil Citra Buana Syariah adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang telah berdiri sejak tahun 2000 yang berlokasi di Stan Maguwoharjo. Didalam penelitian ini peneliti meneliti dua variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat pembiayaan murabahah yang ada di BMT Citra Buana Syariah. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan penetapan harga jual. Berikut ini adalah penjelasan dari jawaban hipotesis peneliti:

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan murabahah

Hasil hipotesis pertama uji t diketahui jika nilai $t_{hitung} 2,655 > t_{tabel} 2,002$. Hasil uji t ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010 kurang dari 0,05. Dari penelitian ini diperoleh adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan murabahah. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan diyakini akan berpengaruh pada minat pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan murabahah adalah 46,5%. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan minat pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan nasabah

setelah mendapatkan pelayanan yang di berikan BMT Citra Buana Syariah. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas pelayanan yang benar-benar didapatkan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh konsumen (nasabah) yang didalamnya melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kualitas pelayanan yang diberikan BMT Citra Buana Syariah kepada nasabah salah satunya adalah ruangan yang nyaman bersih dan rapi, karyawan yang tanggap dalam merespon kebutuhan nasabah, dan karyawan yang mudah bersosialiasi dengan nasabah. Jika kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, pelayanan yang diberikan secara tidak baik atau tidak sesuai etika pada akhirnya membuat seseorang merasa tidak nyaman dan tidak dihargai lagi sehingga tidak akan merasa berminat. Perasaan tidak senang akan membuat anggota atau nasabah enggan kembali melakukan transaksi pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah. Akibatnya minat dan ketertarikan terhadap BMT Citra Buana Syariah dapat menurun dan pada akhirnya mampu mengakibatkan citra BMT Citra Buana Syariah menjadi turun. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan yaitu BMT Citra

Buana Syariah dalam memenuhi kebutuhan nasabah (para penerima layanan) secara konsisten. Untuk itu, BMT Citra Buana Syariah dituntut untuk berupaya memberikan ruangan yang nyaman, karyawan yang memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang lebih berkualitas agar nasabah merasa berminat dan merasakan pelayanan yang diharapkan sehingga tidak beralih pada perusahaan lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang dirasakan nasabah terhadap pelayanan BMT yang memenuhi keinginan nasabah dan kinerja karyawan yang dirasakan nasabah setelah melakukan pembiayaan murabahah. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan (*percieved service*) nasabah sesuai harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukan dari sudut pandang atau persepsi pihak BMT, melainkan dari sudut pandang atau persepsi nasabah. Persepsi nasabah terhadap kualitas jasa merupakan penilaian atas keunggulan BMT sebagai lembaga keuangan syariah.

Kesimpulan hipotesis ini sejalan dengan pendapat Yamit, 2001: 8 yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya sehingga nihil cacat atau tidak ada kecacatan, menuju kesempurnaan dan berusaha mencapai kesesuaian dengan selera konsumen (*fitness for use*). Kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen.

Harapan setiap konsumen berbeda- beda walaupun pelayanan yang diberikan perusahaan sama. Artinya, usaha perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik belum tentu dianggap konsumen sebagai pelayanan yang baik.

b. Pengaruh Penetapan harga jual terhadap minat pembiayaan murabahah.

Hasil hipotesis kedua uji t diketahui jika nilai $t_{hitung} 6,335 > t_{tabel} 2,002$ yaitu. Hasil uji t ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Artinya, penetapan harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembiayaan murabahah. Ini dibuktikan dengan nilai yang telah dihasilkan lebih kecil dari nilai taraf signifikansi atau α sebesar 5% atau 0.05. Hal ini menandakan bahwa setiap satu satuan untuk meningkatkan penetapan harga jual maka minat pembiayaan murabahah pada BMT Citra Buana Syariah. Sebaliknya, jika mengalami satu satuan dalam penetapan harga jual maka minat pembiayaan murabahah juga akan ikut turun. Ini membuktikan bahwa penetapan harga jual berpengaruh terhadap minat pembiayaan murabahah.

Dalam menentukan harga jual barang, BMT Citra Buana Syariah melihat harga barang tersebut sama seperti harga pasaran pada umumnya sehingga nasabah mengetahui harga asli barang jika melakukan pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah. Dalam menentukan harga jual barang BMT juga melihat biaya operasional yang telah ditentukan BMT, selain itu dalam menentukan

margin atau keuntungan, BMT selalu terbuka kepada nasabah yang berasal dari karyawan maupun umum artinya BMT lebih transparan dan rasional dalam menentukan margin. Margin BMT Citra Buana Syariah ditentukan dengan melihat kebutuhan dana, kualitas jaminan, kebijakan pemerintah, harga jual dan biaya operasional yang dikeluarkan. BMT Citra Buana Syariah selalu menawarkan harga sesuai dengan kemampuan nasabah. Selain itu, biaya administrasi dan margin yang ditawarkan menurut nasabah murah dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya yaitu sesuai dengan kemampuan nasabah yang rata-rata adalah ibu rumah tangga yang membuka usaha kecil. Maka dari itu, penetapan harga jual merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Harga jual merupakan aspek penting karena menentukan laku atau tidak suatu lembaga keuangan syariah dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Jika dalam penetapan harga jual tepat sesuai dengan kemampuan nasabah rata-rata, maka nasabah akan berminat melakukan pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah, jika minat nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah melebihi target, maka akan memberikan keuntungan tersendiri pada BMT Citra Buana Syariah. Tetapi sebaliknya, jika harga yang diberikan BMT tidak sesuai kemampuan nasabah (mahal), maka nasabah akan beralih ke lembaga keuangan yang menurutnya murah sesuai dengan pendapatan dan kemampuan membayarnya.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Visa Alvi 2015 bahwa penetapan harga jual terhadap keputusan pembiayaan murabahah memiliki pengaruh yang positif signifikan. Hasil penelitian bahwa tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah memiliki pengaruh yang positif signifikan. Dan hasil penelitian yang dilakukan secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang positif signifikan. Dari hasil yang telah diuji bahwa penetapan harga jual dan tingkat margin sangat menentukan kualitas dan kuantitas dari pembiayaan murabahah. Karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan.

- c. Pengaruh kualitas pelayanan dan Penetapan Harga Jual secara bersama-sama terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah.

Hasil hipotesis ketiga yaitu pengaruh antara kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap minat pembiayaan murabahah secara simultan menunjukkan pengaruh yang positif. Pada variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga jual mempunyai nilai F 26,690 dengan taraf signifikansi 0.000. Dapat dijelaskan bahwa kedua variabel antara kualitas pelayanan dan penetapan harga secara bersama-sama terhadap minat pembiayaan murabahah berpengaruh positif dan signifikan. Dengan hasil yang berpengaruh signifikan ini, maka variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga jual sangat berpengaruh pada minat pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah.

Dilihat dari besarnya nilai beta dan dan signifikansi pada uji t, penetapan harga jual lebih berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan murabahah dibandingkan dengan penetapan harga jual (X2). Besarnya pengaruh penetapan harga jual terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah disebabkan karena BMT Citra Buana Syariah menawarkan harga barang yang murah sesuai dengan kemampuan nasabah. Beberapa nasabah membandingkan harga barang dan biaya operasional antara BMT CBS dengan lembaga keuangan yang ada disekitarnya. Nasabah mengakui bahwa keuntungan (margin) yang di ambil oleh BMT tidak memberatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah.