

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil dan Sejarah berdirinya BMT MADE Demak

Ide kongkrit pendirian BMT MADE ini berawal dari adanya program Pelatihan Pengangguran Pekerja Terampil (P3T) yang diselenggarakan oleh Departemen Tenaga Kerja (DEPNAKER) Jawa Tengah bekerja sama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Pusat Inkubasi Usaha Kecil (Pinbuk) Jawa Tengah Tahun 1998, yang diselenggarakan di Asrama Haji Donohudan solo Jawa Tengah. Oleh pemuda pemudi asal Demak yang ikut dalam pelatihan tersebut ide ini kemudian di pertegas lagi dalam pertemuan-pertemuan antara pemuda pemudi, Ketua BKM Kabupaten Demak, Ketua Ta'mir dan Anggota Masjid Agung Demak serta tokoh-tokoh masyarakat. Dari pemuda diketuai oleh Ariful Husni, Ketua BKM Kabupaten Demak oleh H. Moh.Zaini Dahlan dan ketua Ta'mir Masjid Agung Demak oleh KH.A. Soaheimi Soelaiman sepakat untuk mendirikan BMT Masjid Agung Demak (MADE). Dengan persiapan kurang lebih dua setengah bulan BMT MADE berdiri tepatnya pada tanggal 3 Oktober 1998 secara bersama-sama BMT Kabupaten Demak diresmikan oleh Bupati kepala Daerah Tingkat II Demak (Bapak H.Djoko Widji Suwito S.IP.) di gedung DPRD Kabupaten Demak. Sedangkan ijin Badan Hukum diajukan tanggal 23 Oktober 1998 dan keluar

ijinnya tanggal 02 Nopember 1998 dengan nomor Badan Hukum: 06/BH/KDK.11-03/XI/98 oleh departemen Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. BMT MADE mulai beroperasi bulan nopember 1998 dengan tujuan yang diinginkan adalah pemberdayaan ekonomi umat dikabupaten demak khususnya di Jawa Tengah pada umumnya, pada segmen kecil dan kecil bawah. Dalam meningkatkan taraf kehidupannya melalui produk-produk yang dimiliki dan diharapkan dapat menghimpun dana dari masyarakat serta mengalokasikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Perkembangan BMT MADE sejak dimulainya operasional Nopember 1998, Alhamdulillah sampai sekarang berjalan dengan baik, baik dibidang pertumbuhan, pelayanan maupun perkembangan pengelolaannya. Atas kepercayaan masyarakat dan didukung oleh profesional muda yang siap memberikan pelayanan prima untuk menjadi mitra muamalah, sedang sistem dan prosedur Per-BMT-An (Perbankan) BMT MADE di tunjang teknisi komputer yang memungkinkan untuk memberikan pelayanan yang cepat, cermat dan akurat.¹

4.1.2 Data Lembaga

Nama BMT : BMT Masjid Agung Demak (BMT MADE)

Status Badan Hukum : Koperasi

Tanggal berdiri : 03 Oktober 1998

Operasional mulai tanggal : 02 Nopember 1998

No.Badan Hukum : 06/BH/KDK.11.03/XI/1998

¹ . Data diambil dari profil BMT MADE Demak Dikantor Pusat, Tanggal 10 februari 2016 .

DP : 110226505250

SIUP : 503.11.3/04821/IX/2011

NPWP : 1.889.929.4-508s

Alamat BMT :

a. Kantor Pusat :

Jl. Pemuda No.101 Demak

Telepon Kantor : (0291) 685025

b. Kantor Kas 1 :

Jl. Sultan Fatah No.118 Demak

Telepon : (0291) 685004

c. Kantor kas 2

Komplek Pasar Bintoro Blok.A2 No.6

d. Cabang 1 Karanganyar

Jl.Raya Karanganyar No.29 Demak

Telepon : (0291) 4254474

e. Cabang 2 Wonosalam

Jl. Demak- Purwodadi Wonosalam

Telepon : (0291) 6905041

f. Cabang 3 Gajah

Jl. Demak-Kudus KM.18 Gajah

Telepon : (0291) 4284066

g. Cabang 4 Dempet

Jl. Demak- Purwodadi Dempet

Telepon : (0291) 6905077

4.1.3. Visi dan Misi BMT MADE

4.1.3.1 Visi BMT MADE

Terwujudnya lembaga keuangan islam yang professional, Amanah dan Mandiri dalam rangka mesejahterakan Ummat dengan ridho Allah SWT.

4.1.3.2 Misi BMT MADE

Meningkatkan derajat ekonomi ummat dengan sistem yang berlandaskan nilai-nilai keadilan, kebersamaan dan taqwa menuju ummat sejahtera dengan pemberdayaan yang berkelanjutan.

Strategi pencapain visi dan misi tersebut diatas dilakukan dengan memaksimalkan potensi SDI (Sumber daya Insani) karyawan/karyawati BMT MADE dengan skala prioritas pada:

1. Penanaman doktrin kelembagaan dengan memposisikan karyawan dan karyawati sebagai “Muballigh/Muballighoh” yang terkonsentrasi pada kewajiban menyampaikan (mendakwah) kan ajaran islam dan bidang jual beli dan muamalah duniawiyah yang lain.
2. Penanaman doktrin pribadi dengan keyakinan setiap individu karyawan/karyawati bahwa tugas mulia yang diemban di BMT MADE selain untuk memenuhi kewajiban mencari nafkah yang halal untuk keluarga juga merupakan

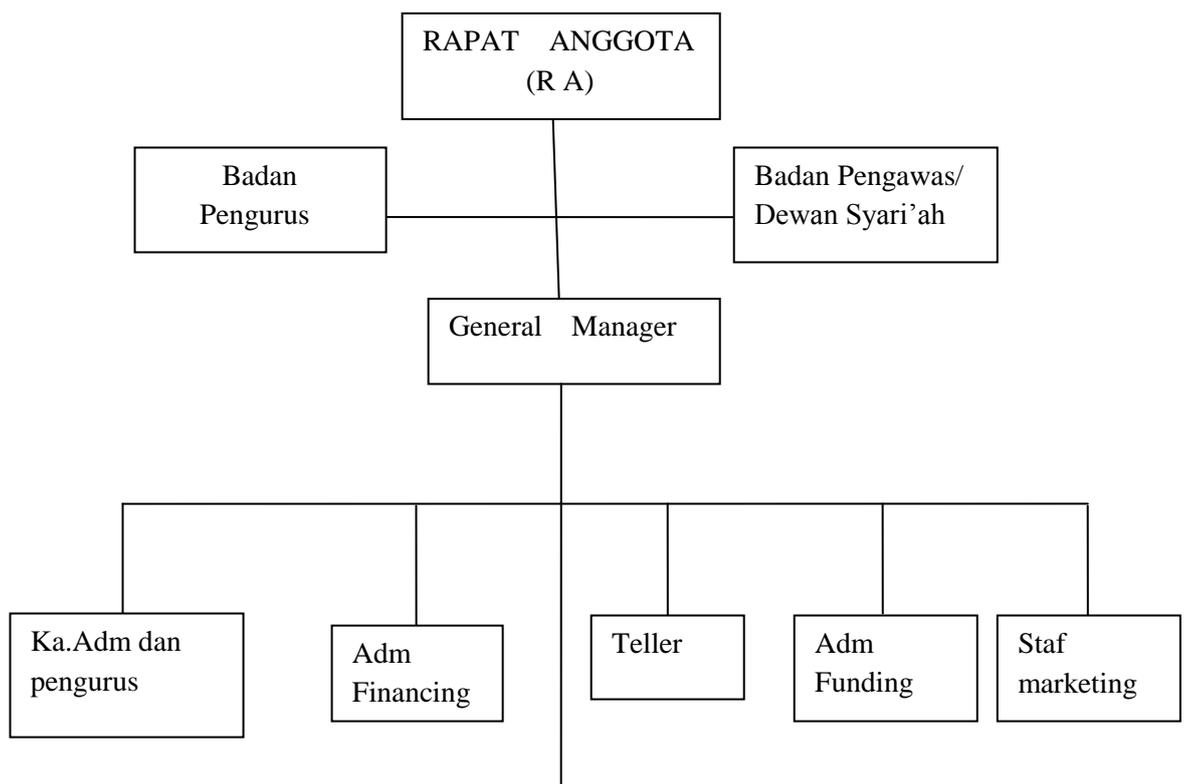
investasi akhir dalam menyosong kebahagiaan hidup. Dasar pemikiran tersebut dilandasi keyakinan bahwa berdakwah yang dilakukan adalah kewajiban bagi setiap muslim dan muslimat.

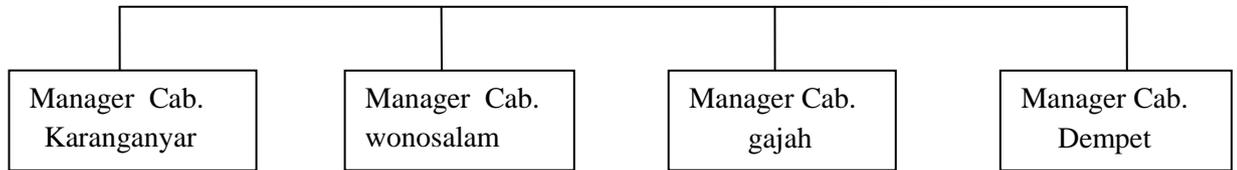
3. Penanaman doktrin profesional bahwa tugas setiap karyawan/karyawati harus menjadi pelayanan nasabah dengan mengedepankan “TRI SILA MADE” Yaitu;
 - a. Kecepatan proses pelayanan
 - b. Home Banking
 - c. Ingin menjadi malaikat (Dalam tanda”)

4.1.4 Struktur Kepengurusan BMT MADE Demak

Gambar 4.1

Struktur Kepengurusan BMT MADE Demak





4.1.4.1 Keterangan Gambar Kepengurusan

PERIODE I Pengurus

Ketua : HM. Zaini Dahlan

Sekretaris : H. Djumadi, BA.

Bendahara : Masduki Sidiq

Badan Pengawas :

Ketua : KHA. Soehaimi Soelaiman

Anggota : H. Noer Cholis

KH. Abdul Fatah, Spdi.

PERIODE II Pengurus

Ketua : HM. Zaini Dahlan

Sekretaris : H.Djumadi, BA.

Bendahara : HM. Anwar Said

Badan Pengawas :

Ketua : KHA. Soehaimi Soelaiman

Anggota : H. Noer Cholis

KH. Abdul Fatah, Spdi.

PERIODE III Pengurus

Ketua : HM. Zaini Dahlan

Wakil ketua : Drs H. Muhammad Asyiq

Sekretaris : Drs. HM. Zainuri Mawardi
 Wakil sekretaris : Hanan Efendi, Amd
 Bendahara : Drs HM. Muhtarom Subadi, SH.

Badan Pengawas :

Ketua : H.M. Anwar Said

Anggota : KH. Abdul Fatah, Spdi.

: H. Fathoni, SH.

PERIODE IV Pengurus

Ketua : HM. Zaini Dahlan

Sekretaris : Drs. HM. Zainuri Mawardi

Bendahara : Drs HM. Muhtarom Subadi, SH.

Badan Pengawas :

Ketua : Drs H. Muhammad Asyiq

Anggota : H.M. Anwar said

: Samsuri

4.1.4.2 SUSUNAN PENGELOLAAN BMT MADE

Manejer Pusat : ArifulHusni, SE.,MM

Ka. Adm & Pembukuan :UmmiWahidah, S.Ag

Adm. Financing : AsihMurniAstutik, SE

Adm. Funding :Ida rahmawati, SE

Teller : Noor kiswati

Staff Marketing : Bayu aria wiratno, SE

Aguskristianto, SE
Mohammad nazalakurnia

Staff Personalia & Umum : Sumardi
Sonan

Maneger Cab. Karanganyar :HananEfendi, Amd

Staff Cab. Karanganyar :Miftahulhuda, Amd
Endangmurtafik, SE
Susi tri handayani
Fahrudinwahyukurniawan, SH

Maneger Cab. Wonosalam :RofiqSururi, SE

Staff Cab. Wonosalam : Ahmad fadhushodiq, SE
Khoirussholeh
Trisnawati

Maneger Cab. Gajah : Siti khoriroh

Staff Cab. Gajah : Rokip, SE
Rofiatun,S.SOS.I

Maneger Cab. Dempet : Agusfirdausjunaidi,S.Ag

Staff Cab. Dempet : Nurjihanfitri, Amd
Edi endriatmoko

4.1.4.3 Produk BMT MADE

Produk BMT MADE Adalah meliputi dua komponen yaitu produk bidang baitut tamwil dan produk bidang baitut maal, produk-produk tersebut sebagai berikut:

I. Baitut Tamwil

A. Simpan dan Pinjam

1. Simpanan

a). **Simpanan Ummat** (simpanan simas dan simpanan pembiayaan) yaitu simpanan masyarakat yang transaksinya dapat dilakukan sewaktu-waktu.

- a. Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan tiap bulan.
- b. Pembukaan rekening atau nama perseorangan/lembaga dengan setoran awal Rp. 10.000,-
- c. Simpanan dengan sistem kompeterest

b). **Simpanan *Mudharabah* Berjangka**

yaitu merupakan simpanan uang Di BMT dengan pengembalian kembali ditentukan jangka waktunya sesuai yang disepakati simapanan ini waktunya adalah 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

c). **Tabungan Amanah**

Simpanan khusus untuk shodaqoh, hibah, zakat, dan wakaf.

Dimana dana amanah ini disalurkan dalam bentuk kredit Qordul

Hasan yaitu pinjaman kebajikan untuk usaha yang produktif bagi yang baik.

II. Baitul Maal

Baitul Maal BMT MADE merupakan bagian dari baitul tamwil, yang secara khusus membidangi pengelolaan dana masyarakat berupa zakat, infaq dan shodaqoh dan wakaf.

Adapun sistem kerja Baitul Maal MADE dalam memobilisasi dana Ummat Islam (ZIS) yaitu meliputi jenjang sebagai berikut:

1. SISTEM SATU ARAH atau BERSIFAT INSIDENTIL:

Dana masyarakat yang diterima di distribusikan secara serentak kepada masyarakat dengan skala prioritas mikro economic

2. SISTEM FEE BACK: pada sistem ini lembaga pengeloladana masyarakat berfungsi sebagai fasilitator bagimasyarakat yang membutuhkan pendanaan, sehinggadistribusi dana di upayakan sebagai modal pengembanganusaha menuju kemandirian, sehingga diharapkan apabilatercapai keuntungan dari usaha masyarakat yangmenggunakan dana tersebut dapat diperoleh Net Incomesebagai pengembangan kas operasional.

3. SISTEM PILOT PROJECT: adalah usaha bersama antaralembaga pengelola dana masyarakat yang direncanakandan dikelola dengan cara bagi hasil.

2. Pembiayaan

Jenis pembiayaan yang diberikan BMT MADE kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- a) **Pembiayaan musarakah** adalah Pembiayaan dengan perjanjian usaha antara BMT dengan anggota dimana BMT mengikut sertakan sebagian dana dalam usaha tersebut. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama dengan mempertimbangkan proporsi modal. Jika terjadi kerugian ditanggung bersama sesuai dengan proporsi modal.
- b) **Pembiayaan mudharabah** adalah pembiayaan dengan adanya perjanjian usaha antara BMT dengan anggota dimana seluruh dana berasal dari BMT sedangkan anggota melakukan penelolaan atas usaha. hasil usaha ini dibagi sesuai kesepakatan pada waktu akad pembiayaan. jika terjadi kerugian maka BMT Akan menanggung kerugian dana.
- c) **Pembiayaan murabahah** adalah pemberian kredit modal kerja pada usaha produktif. BMT melakukan pembeli barang sedangkan anggota atau pengusaha melakukan pembayaran ditangguhkan.

- d) **Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil (BBA)*** adalah pembiayaan berupa pembelian barang dengan pembayaran cicilan bisa dilakukan kredit modal atau investasi.²

3. Jasa Dan Layanan

- a. Pemberian bantuan Beasiswa Amanah (BSA)
- b. Pemberian Dana Sosial

Untuk program bantuan dana sosial ini dialokasikan untuk:

1. Pemberian santunan kepada fakir miskin.
2. Membantu membangun masjid dan musolla
3. Santunan kepanti asuhan
4. Membantu korban bencana alam dan bantuan sosial lainnya.

- c. Pemberian Kredit Qardul Hasan (QH):

Kredit QH (Kredit tanpa bagi hasil) adalah kredit yang diberikan kepada kaum dhuafa yang memiliki “usaha dan mempunyai etos kerja” yang baik tetapi usahanya belum dapat mencukupi kebutuhan pokok.

- d. Mengembangkan Akad Mudharabah Muqyyadah (AMM).

AMM merupakan akad yang dilakukan antara pemilik dalam hal ini BMT MADE dengan mudharib untuk

². Di dapat dari brosur BMT MADE DEMAK Dikantor kas 2, Kompleks Pasar Bintoro Blok.A2 No.6

usaha yang yang telah ditentukan pemiiik modal dimana keuntungan disepakati diawal untuk dibagi bersama dan kerugian ditanggung pemilik modal. Akad ini dikembangkan dalam rangka pengembangan dan memperbesar kas operasional.

4. Kelebihan dan kelemahan dari BMT MADE

a. Kelebihan

BMT ini memiliki kelebihan antara lain : memiliki pangsa pasar yang luas, kebnyakan nasabah bekerja sebagai pedagang, petani, dan juga tempatnya strategis yaitu depan pasar demak bintoro dan pusat-pusat kecamatan.

b. Kelemahan

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang perbankan syari'ah bagi nasabah. Juga kuarang pegawai bagian marketing, sehingga nasabah belum bisa maksimal.

3. Tantangan dan prospek

a. Berbagai tantangan yang dihadapi BMT MADE Demak antara lain:

1. Mengubah Persepsi masyarakat tentang bunga bank mengubah kebagi hasil
2. Mengajak masyarakat untuk menabung diperbankan syari'ah agar terhindar ribawi.

b. Strategi pengembangan BMT MADE Demak

Strategi pengembangan BMT MADE dirumuskan 2 tahapan yaitu program jangka pendek dan jangka panjang.

1. Jangka Pendek

- a) Membuka kas pelayanan didaerah yang potensial
- b) Memberikan kesempatan belajar bagi karyawan baik pendidikan formal maupun informal
- c) Penggunaan sistem computer online terpadu dalam rangka mempercepat sistem pelayanan.
- d) Memberikan kesejahteraan bagi karyawan yang memberikan kontribusi lebih berkembangnya BMT

2. Jangka Panjang

- a) Untuk strategi jangka panjang BMT MADE akan membuka cabang diseluruh kecamatan kabupaten demak.

Kantor cabang yang sudah terbentuk antara lain:

1. BMT MADE cabang karang anyar
2. BMT MADE cabang wonosalam
3. BMT MADE cabang gajah
4. BMT MADE cabang Dempet
5. BMT MADE cabang Guntur

- b) Kedepan BMT MADE akan melebarkan sayap mengakuisi BPRS.
- c) Akan memberangkatkan haji dan umrah kepada karyawan.

4.2 Diskripsi data penelitian dan karakteristik responden

4.2.1 Diskriptif data penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT MADE Demak yang berada di Jl. Pemuda No.101 Demak penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menemui dikantor pihak BMT sama dilapangan ikut marketing. hal ini dilakukan untuk memastikan anggota benar-benar menggunakan produk BBA, penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 7 januari sampai tanggal 30 februari dengan memperoleh 87 nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil*.

4.2.2 Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data-data responden adalah sebagai sampel yang diambil dari anggota yang menggunakan produk BBA Demak sebagai berikut:

4.2.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

JENIS KELAMIN

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 35 | 40.2 | 40.2 | 40.2 |
| | Perempuan | 52 | 59.8 | 59.8 | 100.0 |
| | Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada dari pada responden laki-laki, hal ini dapat dibuktikan melihat tabel 4.1 yaitu diketahui responden jenis laki-laki berjumlah 40,2% sedangkan untuk responden jenis kelamin perempuan berjumlah 59,8%.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari anggota BMT MADE yang menggunakan produk *Ba'i Bitsaman Ajil* adalah perempuan.

4.2.2.2 Berdasarkan Usia Responden

Berdasarkan pada primer yang diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| | | USIA | | | |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 17 - 25 tahun | 21 | 24.1 | 24.1 | 24.1 |
| | 26 - 35 tahun | 14 | 16.1 | 16.1 | 40.2 |
| | 36 - 45 tahun | 17 | 19.5 | 19.5 | 59.8 |
| | dias 45 tahun | 35 | 40.2 | 40.2 | 100.0 |
| Total | | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 17- keatas atau diatas 45 tahun lebih banyak dibandingkan dengan usia 17 tahun keatas. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 4.3

diatas. Diketahui responden yang berusia (17-25) berjumlah 24,1%, Responden yang berusia (26-35) berjumlah 16,1%, Responden yang berusia (36-45) berjumlah 19,5% dan Responden yang berusia lebih tua (45-keatas) berjumlah 40,2%.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat dari anggota BMT MADE yang menggunakan produk BBA adalah diatas 45 tahun.

4.2.2.4 Berdasarkan Pendidikan Responden

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

| | | PENDIDIKAN | | | |
|-------|-----------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | SD / Sederajat | 17 | 19.5 | 19.5 | 19.5 |
| | SMP / Sederajat | 25 | 28.7 | 28.7 | 48.3 |
| | SMA / Sederajat | 19 | 21.8 | 21.8 | 70.1 |
| | Sarjana | 6 | 6.9 | 6.9 | 77.0 |
| | Magister (S2) | 20 | 23.0 | 23.0 | 100.0 |
| | Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Pada tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa Responden yang berpendidikan SD berjumlah 19,5% Responden yang berpendidikan SMP berjumlah 28,7% Responden yang berpendidikan SMA berjumlah 21,8% Responden yang berpendidikan Sarjana berjumlah 6,9% Responden yang berpendidikan Magister S2 berjumlah 23,0%.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan dari anggota BMT MADE yang menggunakan produk BBA adalah SMP.

4.2.2.5 Berdasarkan Pekerjaan Responden

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

| PEKERJAAN | | | | |
|------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid Ibu Rumah Tangga | 14 | 16.1 | 16.1 | 16.1 |
| Wiraswasta | 33 | 37.9 | 37.9 | 54.0 |
| PNS | 8 | 9.2 | 9.2 | 63.2 |
| Petani | 32 | 36.8 | 36.8 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden yang pekerjaannya sebagai Ibu rumah tangga berjumlah 16,1%, responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta 37,9%, responden yang pekerjaannya sebagai PNS 9,2%, Responden yang pekerjaannya sebagai petani 36,8%.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pekerjaan dari anggota BMT MADE yang menggunakan produk BBA adalah wiraswasta.

4.2.2.6 Berdasarkan Pendapatan Responden

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

| | | PENDAPATAN | | | |
|-------|----------------------------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000 | 14 | 16.1 | 16.1 | 16.1 |
| | Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 | 24 | 27.6 | 27.6 | 43.7 |
| | Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000 | 35 | 40.2 | 40.2 | 83.9 |
| | Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000 | 14 | 16.1 | 16.1 | 100.0 |
| | Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden yang pendapatannya dengan jumlah (Rp.500.000- Rp.1000.000) berjumlah 16,1%, responden yang pendapatannya dengan jumlah (Rp.1000.000- Rp.2000.000) berjumlah 27,6%, responden yang pendapatannya dengan jumlah (Rp.2000.000- Rp.3000.000) berjumlah 40,2%, responden yang pendapatannya dengan jumlah (Rp.3000.000- Rp.4000.000) berjumlah 16,1%.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendapat dari anggota BMT MADE yang menggunakan produk BBA adalah (Rp. 2000.000- Rp. 3000.00).

4.3 Deskripsi Data Penelitian

Penyajian data deskriptif variabel penelitian bertujuan agar dapat dilihat tanggapan-tanggapan responden dalam penelitian tersebut. Data deskriptif yang menggambarkan tanggapan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

4.3.1 Deskriptif Variabel marketing Syari'ah

Tanggapan responden terhadap marketing syari'ah yang dijelaskan melalui empat indikator yaitu: indikator teitis (*Rabbaniyah*), indikator etis (*Akhalaqiyah*), indikator realitis (*Al-waqi'iyah*), dan indikator humanitas (*Al-insaniyah*).

1. Tanggapan responden mengenai variabel marketing syari'ah dengan indikator *teistis (Rabbaniyah)* dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Apakah marketer BMT MADE amanah dalam berkerjanya?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 8 | 9.2 | 9.2 | 9.2 |
| N (Netral) | 16 | 18.4 | 18.4 | 27.6 |
| S (Setuju) | 44 | 50.6 | 50.6 | 78.2 |
| SS (Sangat Setuju) | 19 | 21.8 | 21.8 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden anggota Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator *Teistis (Rabbaniyah)*.Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 44 responden (50,6%) menyatakan marketer

BMT MADE Demak amanah dalam bekerja. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 19 responden (21,8%), Netral sebanyak 16 responden (18,4%), serta tidak setuju sebanyak 8 responden (9,2%).

Tabel 4.7

Apakah marketer BMT MADE memasarkan produk Bai' Bitsaman Ajil mengedepankan prinsip Syari'ah?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 7 | 8.0 | 8.0 | 8.0 |
| N (Netral) | 21 | 24.1 | 24.1 | 32.2 |
| S (Setuju) | 40 | 46.6 | 46.6 | 78.2 |
| SS (Sangat Setuju) | 19 | 21.8 | 21.8 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden anggota Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator *Teistis (Rabbaniyah)*. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 40 responden (46,0%) menyatakan marketer BMT MADE Demak memasarkan produk Bai' bitsaman ajil mengedepankan prinsip syari'ah. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 19 responden (21,8%), Netral sebanyak 21 responden (24,1%), serta tidak setuju sebanyak 7 responden (8,0%).

2. Tanggapan responden mengenai variabel marketing syari'ah dengan indikator *etis (Akhlaiyah)* dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.8
Apakah Marketer BMT MADE menyampaikan informasi yang jujur kepada anggotanya produk Bai' bitsaman ajil?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid STS (Sangat tidak Setuju) | 2 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| TS (Tidak Setuju) | 6 | 6.9 | 6.9 | 9.2 |
| N (Netral) | 18 | 20.7 | 20.7 | 29.9 |
| S (Setuju) | 34 | 39.1 | 39.1 | 69.0 |
| SS (Sangat Setuju) | 27 | 31.0 | 31.0 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator *etis (Rabbaniyah)*. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 34 responden (39,1%) menyatakan seorang marketer "BMT MADE" Demak menyampaikan informasi yang jujur kepada anggotanya produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 27 responden (31,0%), Netral sebanyak 18 responden (20,7%), tidak setuju sebanyak 6 responden (6,9%), serta sangat tidak setuju sebanyak 2 responden (2,3%).

Tabel 4.9
Apakah Marketer BMT MADE menunjukkan sikap profesional anggotanya produk Bai' bitsaman ajil?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 4 | 4.6 | 4.6 | 4.6 |
| N (Netral) | 15 | 17.2 | 17.2 | 21.8 |
| S (Setuju) | 50 | 57.5 | 57.5 | 79.3 |
| SS (Sangat Setuju) | 18 | 20.7 | 20.7 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk Bai' Bitsaman Ajil BMT MADE Demak indikator estis (Rabbaniyah). Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 50 responden (57,5%) menyatakan seorang marketer BMT MADE Demak mudah bergaul menunjukkan sikap silaturrohmi kepada nasabah produk Bai' bitsaman ajil mengedapankan prinsip syari'ah. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 18 responden (20,7%), Netral sebanyak 15 responden (17,2%), serta tidak setuju sebanyak 4 responden (4,6%).

3. Tanggapan responden mengenai variabel marketing syari'ah dengan indikator *relialitis (Al-Waqi'iyah)* Dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Apakah Marketer BMT MADE menunjukkan sikap silaturrohmi kepada anggota dalam produk Bai' Bitsaman ajil?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid STS (Sangat tidak Setuju) | 1 | 1.1 | 2.3 | 1.1 |
| TS (Tidak Setuju) | 4 | 4.6 | 6.9 | 5.7 |
| N (Netral) | 24 | 27.6 | 20.7 | 33.3 |
| S (Setuju) | 35 | 40.2 | 39.1 | 73.6 |
| SS (Sangat Setuju) | 23 | 26.4 | 31.0 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden anggota Produk Bai' Bitsaman Ajil BMT MADE Demak indikator *relialitis (Al-Waqi'iyah)*. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 35 responden (40,2%) menyatakan seorang marketer "BMT MADE"

Demak menunjukkan sikap profesional dan akhlaq yang baik melayani anggotanya produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 23 responden (26,4%), Netral sebanyak 24 responden (27,6%), tidak setuju sebanyak 4 responden (4,6%), serta sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (1,1%).

Tabel 4.11
Apakah seorang Marketer “BMT MADE” mau menerima saran dan kritik dari anggotanya produk Bai' bitsaman ajil?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 11 | 12.6 | 12.6 | 12.6 |
| N (Netral) | 24 | 27.6 | 17.2 | 40.2 |
| S (Setuju) | 31 | 35.6 | 57.5 | 75.9 |
| SS (Sangat Setuju) | 21 | 24.1 | 20.7 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator *relialitis (Al-Waqi'iyah)*. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 31 responden (35,6%) menyatakan seorang marketer “BMT MADE”Demak mau menerima saran dan kritik dari Anggotanya produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 21 responden (24,1%), Netral sebanyak 24 responden (27,6%), serta tidak setuju sebanyak 11 responden (12,6%).

4. Tanggapan responden mengenai variabel marketing syari'ah dengan indikator *humanitas (Al-Insaniyah)* dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.12**Apakah Marketer BMT MADE memasarkan produk Bai' bitsaman ajil mengedepankan kejujuran?**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 4 | 4.6 | 4.6 | 4.6 |
| N (Netral) | 16 | 18.4 | 18.4 | 23.0 |
| S (Setuju) | 37 | 42.5 | 42.5 | 65.5 |
| SS (Sangat Setuju) | 30 | 34.5 | 34.7 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator *humanitas (Al-Insaniyah)*. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 37 responden (42,5%) menyatakan seorang Marketer "BMT MADE" Demak memasarkan produk Bai' Bitsaman Ajil Mengedepankan kejujuran . Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 30 responden (34,5%), Netral sebanyak 16 responden (18,4%), serta tidak setuju sebanyak 4 responden (4,6%).

Tabel 4.13**Apakah marketer BMT MADE berlaku adil terhadap Nasabahnya dalam produk Bai' bitsaman ajil ?**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 6 | 6.9 | 6.9 | 6.9 |
| N (Netral) | 16 | 18.4 | 18.4 | 25.3 |
| S (Setuju) | 48 | 55.2 | 55.2 | 80.5 |
| SS (Sangat Setuju) | 17 | 19.5 | 19.5 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden nasabah Produk Bai' Bitsaman Ajil BMT MADE Demak

indikator *humanitas (Al-Insaniyah)*. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 48 responden (55,2%) menyatakan seorang Marketer “BMT MADE” Demak berlaku adil terhadap nasabahnya produk Bai’ Bitsaman Ajil. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden (19,5%), Netral sebanyak 16 responden (18,4%), serta tidak setuju sebanyak 6 responden (6,9%).

4.3.2 Deskriptif Variabel Minat Nasabah Produk *Bai’ Bitsaman Ajil*

Tanggapan responden terhadap variabel minat anggota produk *Bai’ Bitsaman Ajil* yang dijelaskan melalui empat indikator tertarik, indikator perhatian, indikator motif dan indikator perasaan senang.

1. Tanggapan responden variabel minat anggota Produk *Bai’ Bitsaman Ajil* dengan indikator tertarik dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.14
Apakah anda tertarik dengan cara marketer mengajak anggota untuk memilih produk BBA yang tidak mengandung unsur riba dan gharar sesuai dengan syari’at islam ?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 1 | 1.1 | 6.9 | 1.1 |
| N (Netral) | 22 | 25.3 | 25.3 | 26.4 |
| S (Setuju) | 46 | 52.9 | 52.9 | 79.3 |
| SS (Sangat Setuju) | 18 | 20.7 | 20.7 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden nasabah Produk *Bai’ Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator Tertarik. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju

sebanyak 46 responden (52,9%) menyatakan tertarik dengan cara marketer mengajak nasabah untuk memilih produk BBA yang tidak mengandung unsur riba dan gharar sesuai dengan syari'at islam. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 18 responden (20,7%), Netral sebanyak 22 responden (25,3%), serta tidak setuju sebanyak 1 responden (1,1%).

2. Tanggapan responden variabel minat nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* dengan indikator perhatian dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.15
Apakah anda setuju menurut marketer memberi arahan pas dengan produk BBA banyak yang cocok bagi Nasabah yang mulai usaha ketimbang memilih produk lainya di BMT MADE Demak?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid N (Netral) | 23 | 26.4 | 26.4 | 26.4 |
| S (Setuju) | 40 | 46.0 | 46.0 | 72.4 |
| SS (Sangat Setuju) | 24 | 27.6 | 27.6 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator perhatian. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 40 responden (46,0%) menyatakan Marketer memberikan arahan pas dengan produk BBA banyak yang cocok bagi nasabah yang mulai usaha ketimbang memilih produk lainya diBMT MADE Demak. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 24 responden (27,6%), serta Netral sebanyak 23 responden (26,4%).

3. Tanggapan responden mengenai variabel minat Nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* dengan indikator motif dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.16
Apakah anda setuju marketer memberikan informasi bahwa motif sistem produk BBA sangatlah mudah jaminanya, syarat, prosedur, dan margin (keuntungan) yang ditetapkan BMT MADE Demak (tidak memberatkan) ringan?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 |
| N (Netral) | 16 | 26.4 | 26.4 | 27.6 |
| S (Setuju) | 48 | 39.1 | 39.1 | 66.7 |
| SS (Sangat Setuju) | 29 | 33.3 | 33.3 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator Motif. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 34 responden (39,1%) menyatakan Marketer memberikan informasi bahwa motif sistem produk BBA Sangatlah mudah jaminanya, syarat, prosedur, dan margin (keuntungan) yang ditetapkan BMT MADE Demak (tidak memberatkan) ringan. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden (33,3%), Netral sebanyak 23 responden (26,4%), serta tidak setuju sebanyak 1 responden (1,1%).

4. Tanggapan responden mengenai variabel minat Nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* dengan indikator perasaan senang dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.17

Apakah anda merasa senang pelayanannya dan tempat yang berada diBMT MADE Nasabah juga merasa bersyukur serta berterimakasih atas berdirinya BMT.?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid TS (Tidak Setuju) | 3 | 3.4 | 3.4 | 3.4 |
| N (Netral) | 18 | 20.7 | 20.7 | 24.1 |
| S (Setuju) | 47 | 54.0 | 54.0 | 78.2 |
| SS (Sangat Setuju) | 19 | 21.5 | 21.5 | 100.0 |
| Total | 87 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden Nasabah Produk *Bai' Bitsaman Ajil* BMT MADE Demak indikator perasaan senang. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 47 responden (54,0%) menyatakan merasa senang dan bersyukur dengan berdirinya BMT MADE berada didemak ini para marketer yang begitu banyak memotivasi nasabah untuk usaha dengan memilih produk BBA yang ringan dan mudah ansuranya. Dan lainnya menjawab sangat setuju sebanyak 19 responden (21,8%), Netral sebanyak 18 responden (20,7%), serta tidak setuju sebanyak 3 responden (3,4%).

4.4 Hasil Analisis Data dan Interpretasi Data

Penelitian ini menguji hipotesis dengan metode analisis regresi sederhana sesuai rumusan masalah, tujuan dan hepotesis dalam penelitian ini metode regresi sederhana menghubungkan satu variabel dependen dengan indenpenden. Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh marketing terhadap minat Nasabah menggunakan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Untuk melakukan Uji Validitas menggunakan bantuan SPSS dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) $=n-2$, dalam hal ini merupakan jumlah sampel. Pada kasus ini df dapat dihitung $87-2$ atau $df=85$ dengan α 0,05, didapat r tabel 0,213 jika r hitung (tiap-tiap butir pertanyaan didapat dilihat pada kolom correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya apabila r hitung lebih kecil dari pada r tabel maka pertanyaan tersebut valid. Hasil uji validitas dapat dilihat tabel berikut ini:

Tabel 4.18

Uji validitas instrumen

| Variabel | Item Pertanyaan | Correced Item Pertanyaan Total Correclation | r tabel | keterangan |
|---------------------------|--------------------|---|---------|------------|
| Marketing Syari'ah (X) | Pertanyaan 1 | 0,336 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 2 | 0,409 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 3 | 0,466 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 4 | 0,524 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 5 | 0,447 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 6 | 0,518 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 7 | 0,481 | 0,213 | Valid |
| | Pertanyaan 8 | 0,493 | 0,213 | Valid |

| | | | | |
|---|--------------|-------|-------|-------|
| Minat Nasabah Produk Bai' Bitsaman Ajil (Y) | Pertayaan 9 | 0,219 | 0,213 | Valid |
| | Pertayaan 10 | 0,521 | 0,213 | Valid |
| | Pertayaan 11 | 0,543 | 0,213 | Valid |
| | Pertayaan 12 | 0,534 | 0,213 | Valid |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,213) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Diperoleh

Ketentuan jika nilai signifikan $<$ 0,05, maka model regresi adalah linier dan berlaku sebaliknya. Dari data diatas diperoleh nilai Signifikan = 0,000 yang berarti $<$ kriteria signifikan (0,05), dengan demikian model regresi linier memenuhi kriteria linirritas.

4.4.2 Uji Reabilitas

Dalam analisis uji reabilitas ini menggunakan analisis *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui soal tersebut reliabel atau tidak dapat dilihat dari nilai Alpha dicocokkan dengan nilai 0,60. Jika ternyata nilai Alpha lebih besar 0,60 artinya signifikan atau reabel.

Tabel 4.19

Uji Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Penelitian

| Kode Variabel | Reabilitas Coefficient | Cronbach Alpha | Nilai Kritik | Keterangan |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------|---------------------|-------------------|
| (X) | 8 Item Pertayaan | 0,813 | 0,60 | Reliabel |
| (Y) | 4 Item Pertayaan | 0,724 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat menunjukkan bahwa nilai koefisien *Alpha* dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam. Namun, semuaitem pertanyaan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tersebut memiliki nilai koefisien Alpha lebih besar dari pada 0,60. Dengan demikiandapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

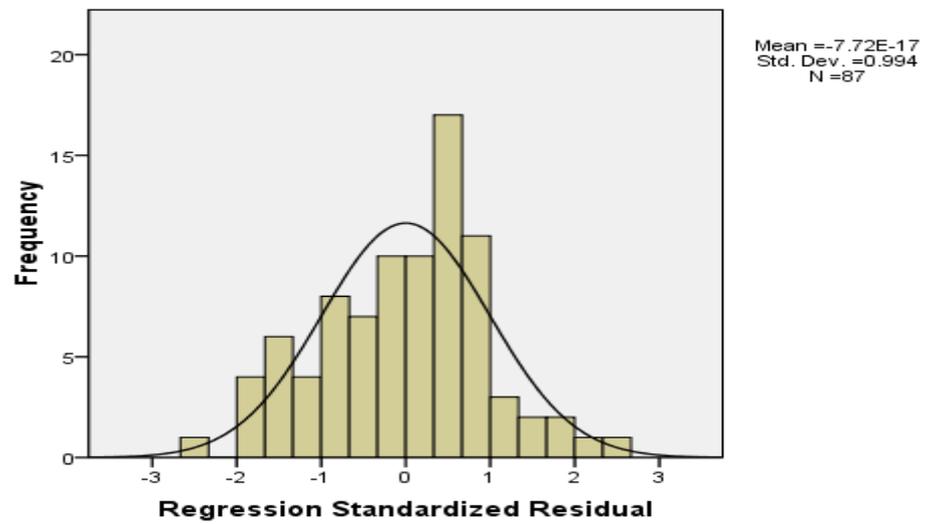
4.4.3 Uji Normalis

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Kreteria pengambilan keputusanya adalah sebagai berikut:

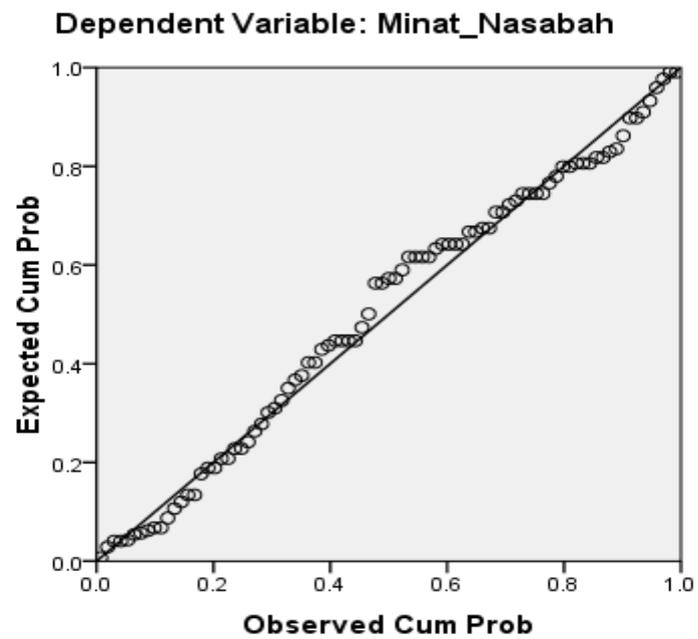
1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalis.

Histogram

Dependent Variable: Minat_Nasabah



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Tabel 4.20

Nilai Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* Untuk Marketing Syari'ah Terhadap minat Anggota menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil*

| Uji Kolmogorov-Smirov | Unstandarize Residual |
|------------------------------|------------------------------|
| Nilai Kolmogorov-Smirov | 0,860 |
| Sig | 0,450 |

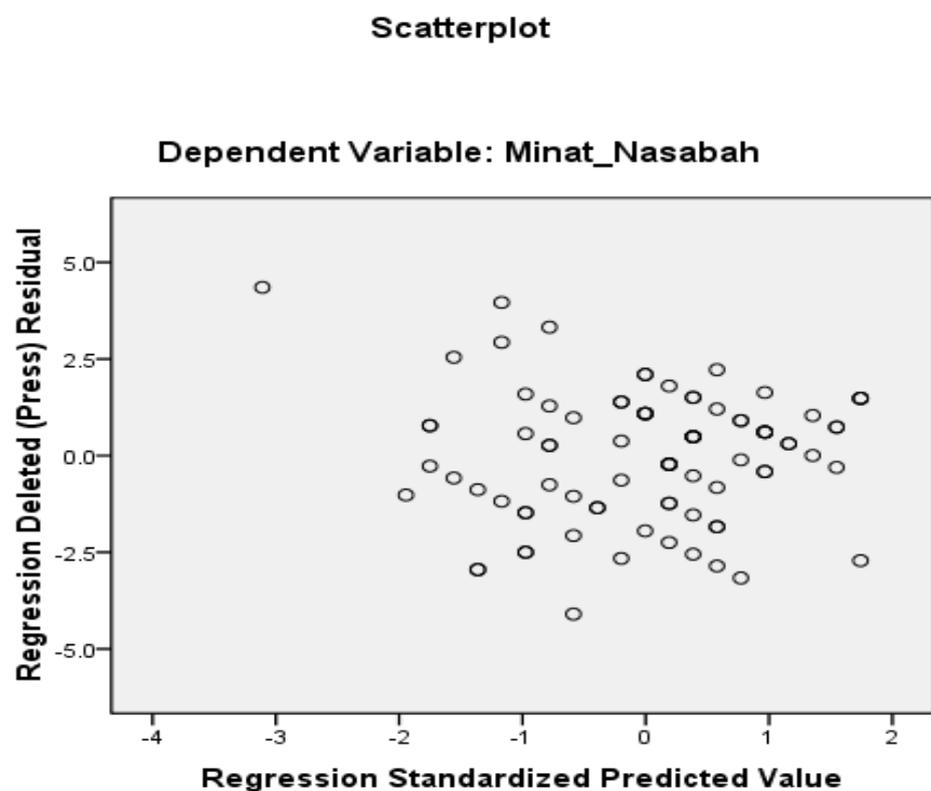
Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Begitu pula, pada grafik P-P Plot residual penyebaran data telah berada disekitar garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas, maka residual data diuji kembali dengan menggunakan uji *kolmogorov-Sminov*. Pada tabel 4.21 pada uji *Kolomorov Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat disebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada $0,450 > 0,05$. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastistas bertujuan menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas

dan jika berbeda disebut Heteroskedasitas. Dalam penelitian ini cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi tidak adanya heterosidastistas dilakukan dengan melihat tidak adanya pola tertentu pada grafik Scatterplot:



Dapat disimpulkan pada gambar 4.4 pada grafik Scatterplots terlihat bahwa titik-titik menyebar dan membentuk pola garis sejajar. Hal ini membuktikan bahwa terjadi heteroskedasitas. Menurut wijaya dalam buku SPSS menjelaskan bahwa heterkedastisitas dalah varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Padahal dala model

regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model atau perkataan lain tidak terjadi heterodastisitas.

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta baik diatas bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak menjadi masalah heteroskedastisitas pada modal regresi.

4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

4.5.1 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 4.21
Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .684 ^a | .468 | .462 | 1.63572 | 1.919 |

a. Predictors: (Constant), Marketing Syari'ah

b. Dependent Variable: Mnat Nasabah

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Hasil output dengan SPSS 16,0 pada tabel diatas menunjukkan besaran koefisien korelasi antara X terhadap Y yaitu sebesar 0,684 berarti bahwa terjadi korelasi yang sedang karena terletak pada interval nilai r 0,600-0,008 sedang atau cukup (Sambas Ali Muhidin) adanya tanda positif menunjukkan bahwa korelasi memiliki pola yang searah artinya semakin besar Nilai X maka semakin besar nilai Y. sedangkan hasil R Square (Koefien diterminasi) sebesar 0,468 berarti 46,8% variabel Y dipengaruhi

oleh variabel X, sedangkan sisanya ($100\% - 46,8\% = 53,2\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain.

4.5.2 Uji Silimutan (F)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 200.163 | 1 | 200.163 | 74.811 | .000 ^a |
| | Residual | 227.423 | 85 | 2.676 | | |
| | Total | 427.586 | 86 | | | |

a. Predictors: (Constant), Marketing Syari'ah

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 74.811 dengan signifikan 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model ini regresi bisa dipakai untuk memprediksi minat.

4.6.3 Uji Parsial (t)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.747 | 1.076 | | 6.269 | .000 |
| | Marketing Syari'ah | .296 | .034 | .684 | 8.649 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Dari kuesioner yang diolah menggunakan SPSS 16.0

Uji ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini, dalam hasil perhitungan statistik *Ordinary Least Square (OLS)* ditunjukkan dengan t hitung.

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

Pengujian Koefisien regresi variabel marketing syari'ah terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : Marketing syari'ah tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat nasabah

H_a : Marketing syari'ah ada pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

2. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat Signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian.

3. Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel diperoleh t hitung sebesar 8,649.

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada taraf signifikansi $\alpha=5\%$ diperoleh taraf signifikan 0,000 dengan derajat kebebasan (df) = $N-K-1$ atau $87-1-1=85$ (N Adalah jumlah kasus dan K adalah jumlah variabel independen) dengan pengujian dua sisi signifikan=0,000 hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 0,213.

5. Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$.

H_0 ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ $8,649 > 0,213$ maka H_0 ditolak artinya marketing syari'ah ada pengaruhnya signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).

Jadi dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa marketing syari'ah ada pengaruhnya signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).

Analisis Regresi Sederhana

Dari tabel 4.2.4 diatas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel marketing syari'ah sebesar 0,296 dengan konstanta sebesar 6,747 sehingga model persamaan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6,747 + 0,296 X$$

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji empiris pengaruh antara marketing syari'ah terhadap minat nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) menunjukkan $t_{hitung} = 8,649$ dan pvalue (Sig) sebesar 0,000 yang dibawah *alpha* 5%, artinya bahwa marketing syari'ah berpengaruh terhadap minat anggota produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Hasil penelitian menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_a yang menyatakan “ Ada pengaruh signifikan penerapan marketing syari'ah terhadap minat nasabah *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)“.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel marketing syari'ah menunjukkan angka sebesar 6,747, yang artinya setiap kenaikan 1 poin pada marketing syari'ah maka minat nasabah produ *Bai' Bitsaman Ajil* akan tambah 0,296.

4.6 Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (marketing syari'ah) dari variabel dependen (minat nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil*) dapat dijelaskan sebagai berikut :

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa marketing syari'ah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' Bistsaman Ajil* (P Value<0.05). Hal ini dapat terjadi karena karyawan atau marketing BMT MADE Demak dalam upaya memasarkan produknya, cara bertindak ketika dilapangan maupun dikantor, sangatlah mencerminkan prinsip-prinsip syari'ah dengan selalu mengutamakan nilai *Rabbaniyah, Akhlaqiyah, Al-Waqi' Iyyah* dan *Al- Insaniyah* dalam melayani anggota sehingga meningkatkan reputasi BMT MADE Demak, ini ditunjukkan dengan hasil yang serupa dengan jawaban responden masing-masing item pertayaan untuk variabel marketing syari'ah.

Pada item pertayaan 1. Tanggapan Moyaritas adalah jawaban setuju sebanyak 44 responden (50,6%) marketer BMT MADE Demak amanah dalam bekerja, (menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan kepada anggota, marketer memberikan solusi kepada anggotanya dan menjalin persaudaraan dengan nasabah sebagai teman dengan sikap tolong- menolong). Pada item pertayaan 2. Tanggapan Mayoritas adalah setuju sebanyak 40 responden (46,0%) menyatakan marketer BMT MADE memasarkan produk *Bai' Bitsaman Ajil* mengedepankan prinsip syari'ah (marketer harus membangun dengan nilai-nilai kejujuran,keadilan,kemitraan dan ketebukaan). Pada item

pertanyaan 3. Tanggapan Mayoritas adalah jawaban setuju sebanyak 34 responden (39,1%) menyatakan marketer BMT MADE menyampaikan informasi yang jujur kepada nasabahnya produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Pada item pertanyaan 4. Tanggapan Mayoritas setuju sebanyak 50 responden (57,5%) menyatakan marketer BMT MADE menunjukkan sikap profesional dan akhlaq yang baik (memberikan nasehat yang obyektif, tidak memihak dan tidak mengikat bagi para anggotanya, cara berbicara, penampilan, gerak gerik, cara bertanya, dengan bahasa yang baik singkat dan jelas, membina dan menjaga hubungan) ketika melayani anggotanya produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Pada item pertanyaan 5. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 35 responden (40,2%) menyatakan marketer BMT MADE menunjukkan sikap silaturrohmi (Dengan mengucapkan salam, senyum dan sapa) kepada nasabahnya produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Pada item pertanyaan 6. Tanggapan Responden Mayoritas adalah jawaban setuju sebanyak 31 responden (35,6%) menyatakan marketer BMT MADE mau menerima kritik dan saran (apabila pelayanannya kurang gesit, produk yang tidak baik, ingkar janji, tidak tepat waktu, biaya relatif mahal bisa diperbaiki untuk kemajuan BMT MADE) dari Nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Pada item pertanyaan 7. Tanggapan Mayoritas adalah pada jawaban setuju sebanyak 37 responden menyatakan marketer BMT MADE memasarkan produk *Bai' Bithsaman Ajil* mengedepankan kejujuran (dalam arti nilai kejujuran dalam kegiatan pemasaran dapat diwujudkan dengan pemberian informasi yang benar akan produk yang dipasarkan oleh marketer, tidak ada informasi yang disembuyikan mengenai obyek yang dipasarkan.

Contohnya tidak mengelapkan uang dari anggota, tidak menerima suapan dari anggota dan melayani dengan baik bisa memuaskan anggota dengan sifat bersahaja). Pada item 8. Tanggapan Mayoritas adalah jawaban setuju sebanyak 48 responden (55,2%) marketer BMT MADE berlaku adil. (berlaku adil kepada semua anggota, memberi pelayanan yang baik, ramah, sopan, tidak membedakan kaya, miskin, besar atau kecilnya uang peminjaman anggota). Pada item pertanyaan 9. Tanggapan Mayoritas adalah jawaban 46 responden (52,9%) menyatakan tertarik dengan dengan cara sistem kerja marketer ada di BMT MADE sudah baik tidak pernah membuat anggota mengeluh apalagi kecewa bertanggung jawab, memahami, mengerti dan menghayati kemampuan Nasabah meminjam produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Produk *Bai' Bitsaman Ajil* tidak mengandung unsur riba atau gharar maksud tersebut Nasabah meminjam BMT MADE buat renovasi rumah, Marketer dengan Nasabah berunding soal harga perabotan rumah minta yang kualitas bagus atau kualitas rendah (barang bagus dijual dengan harga bagus (tinggi) juga sebaliknya barang berkualitas rendah dijual dengan harga yang lebih rendah). Pada item 10. Tanggapan Mayoritas adalah setuju sebanyak 40 responden (46,0%) menyatakan marketer memberikan arahan pas dengan produk *Bai' Bitsaman Ajil* banyak nasabah seketika ingin meminjam uang lebih besar nominalnya juga mungkin anggota tidak mau direpotkan apalagi disusahkan cara pembayarannya sehingga dari pihak BMT MADE ini memberikan keringanan Nasabah cara membayarnya dengan sistem menabung setiap harinya wajib mengisi buku tabungan tersebut kemudian setiap harinya marketing keliling dirumah-rumah anggota atau

ketemuan dipasar-pasar jadi tidak perlu capek-capek dikantornya, Nasabah diam-diam bisa melunasi hutangnya, produk ini cocok buat Nasabah pada produk *Bai' Bitsaman Ajil* profesi petani nelayan, juga pedagang. Pada item 11. Tanggapan Mayoritas adalah jawaban setuju sebanyak 34 responden (39,1%) menyatakan marketer memberikan informasi motif sistem produk *Bai' Bitsaman Ajil* banyak diminati Nasabah sebab pencairannya sangat cepat sesuai perjanjian tepat waktu, lagi pula syarat serta prosedurnya marketer membantu siap memfotocopy atau materai ada begitu pula margin (keuntungan) yang ditetapkan BMT MADE (tidak memberatkan) ringan. Pada item pertanyaan 12. Tanggapan Mayoritas adalah jawaban setuju sebanyak 47 responden (54,0%) menyatakan merasa senang pelayanannya dan tempat yang berada di BMT MADE Nasabah juga merasa bersyukur serta berterimakasih atas berdirinya BMT.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa pada variabel marketing syari'ah masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa terdapat yang signifikan antara marketing syari'ah terhadap minat nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* dengan ditunjukkan P value 0,000 yang lebih kecil signikansi 5%, sehingga pada akhirnya marketing syari'ah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat Nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa marketing syari'ah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Validitas menunjukkan bahwa R hitung dari masing-masing

variabel lebih besar R tabel 0,213 dan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel kurang dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pelayanan adalah valid.

Sedangkan pada uji reabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari tiap-tiap variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti kuesioner yang merupakan indikator dari variabel tersebut adalah reliabel. Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* hasil pengujian yang telah dilakukan marketing syariah (X) sebesar 0,813 dan minat Nasabah (Y) sebesar 0,712.

Sedangkan uji silimutan atau uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara silimutan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hal ini dapat dilihat dari uji F pada 4.5.4 diatas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian 87 responden minat Nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* yang tercatat BMT MADE demak.