

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
MEMILIH PEMBIAYAAN DI BMT AL-ITTIHAD PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Dari Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama
Islam Universitas Islam Riau*



Oleh:

RIZIKI ANDRIAN PUTRA
NPM: 172310005

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum'Alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat kasih sayang, kemudahan dan segala anugerah-Nya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian dalam bentuk karya ilmiah Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Di BMT Al-Ittihad Pekanbaru”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Jurusan Ekonomi syariah Fakultas Agama Islam dan Universitas Islam Riau dengan gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy).

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis juga menemukan berbagai kesulitan, hambatan dan rintangan dalam penyelesaian, akan tetapi berkat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak serta kemauan yang keras, maka skripsi ini dapat tersusun walaupun mungkin masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya konstruktif senantiasa penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, petunjuk, dan dorongan secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH, MCL.
2. Dekan Fakultas Agama Islam dan Universitas Islam Riau Bapak Dr. Zulkifli Rusby, MM, ME.Sy.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Riau, Bapak Muhammad Arif, SE,M.M.
4. Bapak Dr. Zulfadli Hamzah, BIFB, MIFB, sebagai dosen pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan dan saran kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta staf pegawai Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
6. Bapak ibu pengurus BMT Al-Ittihad Pekanbaru yang bersedia memberikan bantuan berupa data-data dan informasi untuk penelitian ini.
7. Terkhusus kedua orang tua yang tak terhitungnya peneliti ucapkan kepada Ayahanda Hendri, Ibunda Tutisupriyani atas segala cinta, kasih sayang, do'a, bimbingan, dukungan, nasehat yang luar biasa tiada hentinya mengalir kepada peneliti. Dan terimakasih juga kepada kakak dan adik saya Hera Andrian Putri, Ade Tri Andriani Putri, Bella Oktaviani Putri, dan Zakiah Safiinattunnaja yang telah memberikan motivasi dan semangat bagi peneliti dan tak lupa pula kepada keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan nasehat serta do'a yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan dan kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT. Penulis berharap kritik dan saran yang membangun karena penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Akhirnya kata penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya

Pekanbaru, 4 April 2022

Riziki Andrian Putra
NPM.172310005




DAFTAR ISI

ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Sikap	
1. Defenisi Sikap	9
2. Fungsi-Fungsi Sikap	1
3. Peranan Sikap Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran	11
4. Indikator Sikap	13
5. Hubungan Antara Kepercayaan Sikap	14
6. Hubungan Antara Sikap Dan Perilaku	14
B. Pelayanan Konsumen (<i>Customer Services</i>)	15
1. Pengertian pelayanan	15

2. Perbedaan pelayanan bank syariah dan bank konvensional.....	17
3. Indikator pelayanan konsumen	18
C. Sistem Syariah	19
1. Pengertian Sistem Syariah	19
2. Prinsip dan Ciri sistem syariah	22
3. Tujuan Sistem Syariah	25
4. Perkembangan dan Pertumbuhan Sistem Syariah	25
5. Indikator Sistem Syariah	27
D. Keputusan Nasabah	28
1. Pengertian Keputusan Nasabah	28
2. Ciri-ciri Keputusan Nasabah	30
3. Jenis-jenis Keputusan Nasabah	31
4. Indikator Keputusan Nasabah	32
E. Bait Al wa At-Tamwil (BMT)	33
1. Pengertian BMT	34
2. Asas dan ladasan BMT	34
3. Modal Pendirian BMT	34
4. Kendala dan Strategi Pengembangan BMT	35
5. Menurut Laporan Keuangan BMT	35
F. Penelitian Yang Relevan	36
G. Konsep Operasional	38
H. Kerangka Berpikir	39

I. Hipotesis	40
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Subjek dan Objek Penelitian	43
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	46
G. Uji Instrumen	47
H. Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
1. Sejarah Singkat BMT Al-Ittihad Pekanbaru	52
2. Visi dan Misi BMT Al-Ittihad Pekanbaru	53
3. Struktur Organisasi BMT Al-Ittihad Pekanbar	53
4. Nilai-Nilai Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru	57
B. Deskripsi Data	57
1. Identitas Responden	57
a. Jenis Kelamin	57
b. Umur	58
c. Pendidikan	58
d. Pekerjaan	59
C. Uji Instumen	60

1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	61
3. Analisi Regresi Berganda	63
4. Uji Parsial (Uji t)	64
5. Uji Simultan (Uji F)	65
6. Koefisien Korelasi	66
7. Koefisien Determinasi	67
D. Pembahasan Hasil Temuan	67
BAB V PENUTUP	
1. Kesimpulan	69
2. Saran	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020	3
Tabel 2 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Murabahah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020	3
Tabel 3 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Musyarakah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020	4
Tabel 4 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Ijarah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020	4
Tabel 5 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Istishna Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020	5
Tabel 6 : Hasil Konsep Operasional terhadap Variabel Sikap, Pelayanan Konsumen, Sistem Syariah, dan Keputusan Nasabah	38
Tabel 4.1 Waktu dan Tempat Penelitian	41
Tabel 4.2 Koefisien Korelasi	51
Tabel 4.3 Kelamin Responden	57
Tabel 4.4. Umur Responden	58
Tabel 4.5 Pendidikan Responden	58
Tabel 4.6 Lama Bekerja Responden	59
Tabel 4.51. Uji Validitas	60
Tabel 4. 52. Uji Reliabilitas	62

Tabel 4. 53. Hasil Analisis Regresi Berganda	63
Tabel 4. 54. Hasil Perhitungan Uji t	65
Tabel 4. 55. Hasil Uji F	66
Tabel 4.56. Hasil Koefisien Korelasi	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.9. Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1. Struktur Organisasi BMT Al-Ittihad	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Tentang Penetapan
Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi Mahasiswa
- Lampiran 2 : Surat Permohonan Riset BMT Al-Ittihad Pekanbaru
- Lampiran 3 : Surat Balasan Riset
- Lampiran 4 : Angket Penelitian
- Lampiran 5 : Tabulasi Data Angket
- Lampiran 6 : Hasil Olahan Data SPSS
- Lampiran 7 : Foto Dokumentasi Penyebaran Angket



ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN DI BMT AL-ITTIHAD PEKANBARU

RIZIKI ANDRIAN PUTRA

NPM: 172310005

Faktor Keputusan Nasabah menjadi salah satu tolak ukur dalam mengambil suatu keputusan dalam pembiayaan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh keputusan nasabah memilih pembiayaan. Di BMT Al-Ittihad Pekanbaru. Tujuan Penelitian ini adalah unyuk mengetahui bagaimana pengaruh keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah para nasabah di BMT Al-Ittihad Pekanbaru, sedangkan sampelnya sebanyak 94 orang. Dan teknik pengumpulan datanya melalui kuesioner. Dalam menganalisis data menggunakan SPPSS For Windows 22. Adapun hasil penelitian ini berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan keputusan nasabah (Y) berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan (X), ini diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,732 > 1,661$). Pengujian hipotesis secara silmultan menunjukkan bahwa keputusan nasabah berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan, ini diketahui dari nilai koefisien 466 atau 46,6%, sehingga termasuk dalam kategori hubungan yang kuat antara keputusan nasabah terhadap pembiayaan, secara umum dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara keputusan nasabah terhadap pembiayaan.

Kata Kunci : Keputusan Nasabah, Pembiayaan

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING CUSTOMER' DECISIONS TO APPLY FOR FINANCING AT BMT AL-ITTIHAD PEKANBARU

RIZIKI ANDRIAN PUTRA

NPM: 172310005

The Customer Decision Factor is one of the benchmarks in making a decision in financing. The problem formulation of the study is how the influence of customers' decisions to apply for financing at BMT Al-Ittihad Pekanbaru. The aim of this study is to find out how the influence of customers' decisions to apply for financing at BMT Al-Ittihad Pekanbaru. The type of this study is quantitative research. The subject of this study is the customers at BMT Al-Ittihad Pekanbaru, which the sample consists of 94 respondents. The data collection technique of the study is questionnaires. In analyzing the data, the process is performed by SPSS For Windows 22. The results of this study show that the partial hypothesis testing shows that the customers' decisions (Y) have a significant influence on financing (X), it is known from the t-count is larger than t-table ($2.732 > 1.661$). The results of simultaneous hypothesis testing show that the customers' decisions have a significant influence on financing, because the coefficient value is 466 or 46.6%, so it is included in the category of a strong relationship between customers' decisions and financing. In general, it can be concluded that there is an influence of customers' decisions on financing.

Keywords: *Customer Decision, Financing.*

المخلص

العوامل المؤثرة على قرار العملاء في اختيار التمويل في بيت المال والتمويل

الاتحاد بباكنبارو

ريزيكي أندريان بوترا

172310005

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

عامل قرار العميل أحد المعايير في اتخاذ القرار بشأن التمويل. تتمثل صياغة المشكلة في هذا البحث في كيفية تأثير قرار اختيار التمويل في بيت المال والتمويل الاتحاد بباكنبارو. كان الغرض من هذا البحث هو تحديد مدى تأثير قرارات العملاء في اختيار التمويل في بيت المال والتمويل الاتحاد بباكنبارو. نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي. كان موضوع هذا البحث من عملاء بيت المال والتمويل الاتحاد بباكنبارو، بينما كانت العينة 94 شخصاً. وتتم تقنية جمع البيانات من خلال الاستبانة. عند تحليل البيانات باستخدام برنامج الإحصاء للعلوم الاجتماعية لنظام التشغيل وندوش 22. تستند نتائج هذا البحث إلى اختبار فرضية جزئي يوضح أن قرارات العميل (Y) لها تأثير كبير على التمويل (X)، وهذا معروف من ت-الحساب وت-الجدول (2,732 < 1,661). اختبار الفرضية المتزامنة أن قرارات العميل لها تأثير كبير على التمويل، وهذا معروف من قيمة المعامل 466 أو 46.6٪، لذلك يتم تضمينها في فئة العلاقة القوية بين قرارات العميل بشأن التمويل، بشكل عام يمكن استنتاجها أن هناك تأثيراً بين قرارات العملاء بشأن التمويل.

الكلمات المفتاحية: قرار العميل، التمويل

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perdagangan dunia maka perkembangan perbankan pun semakin pesat karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Sehingga dengan demikian banyak berkembang perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Semuanya menagacu kepada perekonomian dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan hidup. Salah satunya yaitu koperasi yang juga termasuk lembaga keuangan non bank. (Kasmir, 2001 : 23)

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi dalam Islam terutama dalam bidang keuangan. Istilah BMT adalah penggabungan dari *baitul maal* dan *baitul tamwil*.

Lembaga keuangan seiring merupakan suatu badan usaha atau institusi yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset-aset keuangan (*Financial assets*) maupun non-financial asset atau aset riil berdasarkan konsep syariah. (Rodoni, 2008 : 5)

Perkembangan bisnis syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik. Salah satu faktor penyebabnya adalah meningkatnya pembiayaan pada BMT Al-Ittihad Pekanbaru dari masyarakat.

Mudharabah adalah akad antara pihak pemilik modal (*shahibul mal*) dengan pengelola (*mudharib*) untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan. Pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati di awal akad. *Mudharabah* adalah akad yang telah dikenal oleh umat muslim sejak zaman Nabi, bahkan telah dipraktekkan oleh bangsa Arab sebelum turunnya Islam. Ketika Nabi Muhammad SAW berprofesi sebagai pedagang, ia melakukan akad *mudharabah* dengan Khadijah. Dengan demikian, ditinjau dari segi hukum Islam, maka praktek *mudharabah* ini dibolehkan baik menurut Al Qur'an, Sunnah maupun Ijma'. Dalam kasus ini Khadijah berperan sebagai pemilik modal (*Shahib al-mal*) sedangkan Nabi Muhammad saw berperan sebagai pelaksana usaha (*mudharib*). Al Qur'an membolehkan *Mudharabah* ini dengan mengambil dasar QS. Al Muzamil ayat 20: "*dan orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT*" Dalam ayat tersebut terdapat kata *yadribun* yang asal katanya sama dengan *mudharabah*, yakni *dharaba* yang berarti mencari pekerjaan atau menjalankan usaha.

Pada dasarnya konsumen sebelum melakukan pembelian tidak akan langsung menentukan keputusan pembelian, tetapi melalui proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses tersebut meliputi pengenalan kebutuhan, pencairan informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, pembelian, dan paska pembelian.

Selain mempertahankan nasabah yang ada, juga harus meningkatkan nasabah baru guna meningkatkan kemajuan serta perkembangan perusahaan

saat ini maupun disaat mendatang. Disamping itu kegiatan pemasaran dalam sehingga masyarakat luas dapat mengetahuinya serta percaya dan tertarik untuk menjadi anggota.

Peneliti melakukan penelitian pada BMT Al-Ittihad Pekanbaru mendapatkan data jumlah nasabah dari tahun 2017-2020 pada tabel berikut ini:

Tabel 1 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Total (Rp)
2017	67	11,848,496,111
2018	64	10,619,931,736
2019	31	10,804,252,956
2020	27	2,002,654,669
Total	189	35,275,335,472

Sumber: Laporan BMT Al-Ittihad Pekanbaru, 2020

Dari penjelasan Tabel di atas, menunjukkan yang menggunakan akad Mudharabah meningkat pada tahun 2017 mencapai 11,848,496,111, sedangkan pada tahun 2019 menurun mencapai 2,002,654,669.

Tabel 2 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Murabahah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Total (Rp)
2017	1.832	52,278,136,636,81
2018	1.906	60,851,846,636,51
2019	1.500	58,295,580,341,65
2020	1.275	48,113,625,107,52
Total	6.576	207,530,188,722,49

Sumber: Laporan BMT Al-Ittihad Pekanbaru, 2020

Dari penjelasan Tabel di atas, menunjukkan pembiayaan yang menggunakan akad Murabahah meningkat pada tahun 2018 mencapai 60,851,846,636,51, sedangkan pada tahun 2020 mencapai 48,113,625,107,52.

Tabel 3 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Musyarakah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Total (RP)
2017	34	986,917,422
2018	31	2,944,226,554
2019	30	2,050,551,715
2020	30	1,737,952,577
Total	125	7,719,648,268

Sumber: Laporan BMT Al-Ittihad Pekanbaru, 2020

Dari penjelasan Tabel di atas, menunjukkan pembiayaan yang menggunakan akad Musyarakah meningkat pada tahun 2018 mencapai 2,944,226,554 sedangkan pada tahun 2017 mencapai 986,917,422

Tabel 4 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Ijarah Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Total (RP)
2017	2	205,000,000
2018	6	26,325,819,848
2019	14	27,770,708,738
2020	10	2,007,008,335,72
Total	30	56,124,036,921,72

Sumber: Laporan BMT Al-Ittihad Pekanbaru, 2020

Dari penjelasan Tabel di atas, menunjukkan pembiayaan yang menggunakan akad Ijarah meningkat pada tahun 2020 mencapai 2,007,008,335,72, sedangkan pada tahun 2017 mencapai 205,000,000.

Tabel 5 : Jumlah Nasabah Pembiayaan Yang Menggunakan Akad Istishna Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Total (Rp)
2018	18	3,458,959,008,92
2019	29	3,516,391,123,25
2020	37	33,358,555,068,09
Total	84	10,491,741,225,42

Sumber: Laporan BMT Al-Ittihad Pekanbaru, 2020

Dari penjelasan Tabel di atas, menunjukkan pembiayaan yang menggunakan akad Istishna meningkat pada tahun 2020 mencapai 33,358,555,068,09, sedangkan pada tahun 2017 mencapai 3,458,959,008,92.

Sehingga sangat penting penelitian ini berdasarkan keuangan. Pembiayaan *Mudharabah, Murabahah, Musyarakah, Ijarah* dan *Istishna* yang diharapkan untuk kepada nasabah BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Sehubungan dengan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian dengan judul : **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Di BMT Al-Ittihad Pekanbaru”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru?
2. Apakah pelayanan konsumen berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru?

3. Apakah sistem syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru?
4. Apakah sikap, pelayanan konsumen, dan sistem syariah berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan konsumen terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh sistem syariah terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui pengaruh sikap, pelayanan konsumen, dan sistem syariah secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Penelitian ini yang diharapkan dapat memilih pembiayaan BMT Al-Ittihad yang tepat.
2. Diharapkan hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan mudharabah yang pentingnya bagi pertumbuhan perekonomian sekaligus menjadi bahan masukan bagi pihak masyarakat yang belum memahami perbankan syariah.

3. Secara praktis bermanfaat bagi pemerintah dan pihak koperasi dalam mengevaluasi kebijaka-kebijakan yang diambil dimasa yang akan datang.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi penelitian dibagi dalam lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri atas Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kajian teori/konsep yang mencakup kajian teori yang dijadikan patokan dan pedoman dalam penelitian. Onsep-konsep diantaranya: sikap, pelayanan konsumen, sestemsyariah, pembiayaan syariah, baitul mal wa tanwil (BMT), penelitian yang relevan, konsep operasional, kerangka berpikir, dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji instrumen, dan uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penjelasan dari kesimpulan penelitian yang dibuat berdasarkan hasil penelitian serta saran-saran untuk penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini mengemukakan kesimpulan yang diperoleh dari hasil uraian pembahasan serta mengajukan saran-saran sebagai pertimbangan suatu permasalahan



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Sikap

1. Defenisi Sikap

Sikap kita juga dapat dibedakan dalam jenis cara kita berhubungan yaitu:

1. Berhubungan langsung
2. Berhubungan tidak langsung

Dengan sikap yang prinsipil ini, Islam menunjukkan dasar ekonomi Islam yaitu kekeluargaan yang bersendikan kesetiaan persaudaraan dan berjiwa keagamaan. Dengan perkataan tegas, dapat kita katakan dengan tern modern sekarang, yaitu berdasarkan *kolektif* dan *kooperatif*, *ramah* dan *takaful*.

Padahal segala kegagalan adalah batu sandungan yang harus dilihat sebagai pelajaran untuk menjadi lebih baik, dengan jalan terus memperbaiki diri.

Sikap yang cenderung rajin dalam memperbaiki diri adalah bentuk sifat rendah hati seorang umat manusia didepan Yang Maha Kuasa. Yang Maha Kuasa dalam Islam adalah Allah SWT. Sering mengatur manusia secara tidak langsung, yaitu dalam bentuk hambatan-hambatan dan berbagai rintangan dalam fase selama ia mengejar cita-citanya dan

berbagai rintangan dalam fase selama ia mengejar cita-citanya dan itu semua harus diambil hikmahnya.

Selain memiliki sikap lembut dan kasih sayang, umat muslim juga perlu mengolah bagaimana hati ini punya keberanian. Tenang tapi semangat, lembut tapi tangguh. Karya raya, berhasil, dan sukses dalam bisnis, namun “*zuhud*”, “*qanaah*”, selalu “*dzikrullah*”, ini yang harus dicari, diperjuangkan, dan dikembangkannya oleh umat muslim. bayangkan alangkah indahnya indahnya orang kaya yang “*zuhud*”, orang kuat yang sabar, orang punya harta yang “*qanaah*”, selalu bersyukur, berzakat, infak, dan shadaqah, dan sebagainya.

2. Fungsi-Fungsi Sikap

Menurut Daniel Katz (1962), mengklasifikasi empat fungsi sikap yaitu:

1. Fungsi Utilitarian, merupakan fungsi yang berhubungan dengan prinsip-prinsip dasar imbalan dan hukuman. Disini konsumen mengembangkan beberapa sikap terhadap produk atas dasar apakah suatu produk memberikan kepuasan kekecewaan.
2. Fungsi Ekpresi Nilai, merupakan dimana konsumen, mengembangkan sikap terhadap produk bukan didasarkan atas manfaat produk itu, tetapi lebih didasarkan atas kemampuan merek produk itu mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada dirinya.
3. Fungsi mempertahankan ego, merupakan sikap yang dikembangkan oleh konsumen cenderung untuk melindunginya dari tantangan

eksternal maupun perasaan internal, sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego.

4. Fungsi pengetahuan, merupakan sikap membantu konsumen mengorganisasikan informasi yang begitu banyak yang setiap hari dipaparkan pada dirinya. Fungsi pengetahuan dapat membantu konsumen mengurangi ketidakpastian dan kebingungan dalam memilih-milih informasi yang relevan dengan kebutuhannya.

3. Peranan Sikap Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran

Kotler dan AB Susanto (2000) memberikan definisi pemasaran adalah *“Suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebuuhan lainnya mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”*. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: *kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk; nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar; pemasaran dan pemasar.*

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Manajemen pemasaran strategis sangat diperlukan pada saat sekarang, karena manajemen memfokuskan pada perumusan strategi pemasaran yang lebih mutakhir dan merupakan proses analisis dalam mencari perbedaan-perbedaan yang menguntungkan. Pemasaran strategi

dinilai lebih unggul dari pada pemasaran klasik karena pemasaran strategis memperhatikan keadaan eksternal dan internal perusahaan secara menyeluruh sehingga perusahaan bersaing dengan kemampuan lokal. Dengan pemasaran strategis, perusahaan akan memiliki orientasi jangka panjang. Dengan adanya pergeseran ini, perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan keberhasilan dan efektivitasnya dalam pemasaran.

Tujuan dari strategi pengembangan produk ini adalah:

- Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah (dinamis) seiring dengan perkembangan zaman.
- Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.
- Menandingi penawaran baru dari perubahan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.

Pemasaran strategis digunakan untuk melengkapi konsep pemasaran yang sudah ada. Pada pemasaran strategis pemasaran dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, pada masa lalu pemasaran dilihat dari satu sudut pandang saja, yaitu konsumen dan pasar. Pemasaran klasik memiliki kelemahan yang cukup mendasar: kurang inovatif, kurang dapat bersaing untuk jangka panjang, dan kurang dapat mengantisipasi perubahan yang akan terjadi di masa yang akan mendatang.

Pemasaran strategis berorientasi pada hal-hal berikut:

1. Konsep pemasaran yang menggambarkan fungsi-fungsi pemasaran.

2. Segmentasi pasar dan positioning.
3. Penentuan segmentasinya pasar dan positioning.
4. Penentuan pasar/usaha (*market business definition*).Daur hidup produk.

Perencanaan strategik menurut philip kotler adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategik di antara sasaran-sasaran dan kemampuan perusahaan dan peluang-peluang pemasarannya yang terus berubah.

4. Indikator Sikap

Variabel sikap konsumen ini secara operasional di ukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator yang dikembangkan oleh Robbins (2006), yaitu: Kesesuaian produk dengan harapan, Rasa suka terhadap desain prouk, dan Rasa siuka terhadap warna produk. Adapun indikator sikap persepsi, kepribadian, dan Motivasi yaitu:

1. Persepsi adalah proses dimna kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yng berarti. Poin **utama**nya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilingnya dan kondisi dalam setiap diri kita.
2. Kepribadian diartikan sebagai respon yang konstiten terhadap sitimulus lingkungan. Kepribadian seseorang akan menentukan bagaiman seseorang mengkonsumsi suatu produk.

3. Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen bertindak. Indikator motivasi terdiri atas intrinsik (dari dalam) didefinisikan sebagai tenaga pendorong konsumen yang berasal dari diri konsumen.

5. Hubungan Antara Kepercayaan Dan Sikap

Bagi manusia yang berpikir akan selalu mengambil hikmah itu, karena mereka diajarkan untuk berbuat pada hari ini harus lebih baik dari pada hari sebelumnya. Dan tidak mungkin orang mampu berbuat lebih baik pada hari ini jika ia tidak belajar dari kesalahan pada masa lalu, atau tidak mengambil hikmah dari kesalahan pada masa lalu, atau tidak mengambil hikmah dari kejadian di waktu-waktu sebelumnya. Sebab kejadian di waktu sebelumnya semuanya terjadi dalam bentuk sebab akibat, atau hukum kausalitas berlaku.

6. Hubungan Antara Sikap Dan Perilaku

Seorang manusia yang memiliki tipe X pada prinsipnya mampu untuk diubah menjadi tipe Y asal yang bersangkutan memiliki semangat dan keinginan kuat untuk melakukannya. Salah satu cara mengubah karyawan yang bertipe X menjadi tipe Y adalah dengan menerapkan kedisiplinan. Konsep kedisiplinan mampu membantu seorang karyawan menjadi disiplin dalam bekerja, termasuk keinginan untuk memberikan prestasi kerja.

Bungin Burhan (2005), sikap-sikap dan dedikasi yang dibutuhkan tersebut adalah antara lain:

- a. *Objektif, faktual*, yaitu peneliti harus memiliki sikap objektif dan peneliti memuali pembicaraannya berdasarkan fakta.
- b. *Open, fair, responsible*, yaitu peneliti harus bersikap terbuka terhadap berbagai saran , kritik dan perbaikan dari berbagai kalangan. Begitu pula peneliti harus bersikap wajar, jujur dalam pekerjaannya, serta dapat mempertanggungjawabkan semua pekrjaannya secara ilmiah.
- c. *Curious; Wanting to know*, yaitu peneliti harus memiliki sikap ingin tahu terutama kepada apa yang diteliti dan senantiasa haus akan pengetahuan-pengetahuan baru. Berarti bahwa peneliti adalah orang-orang yang peka terhadap infomasi dan data.
- d. *Investive always*, yaitu peneliti harus memiliki daya cipta, kreatif , dan senang terhadap inovasi.

B. Pelayanan Konsumen (*Customer Services*)

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik *customer service*, *teller* atau kasir maupun public relation. Namun, *customer service* istilah digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah yang dinamakan *customer service*.

Peranan *customer service* adalah:

1. Berusaha mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita dengan jumlah transaksinya.

2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan.

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah:

1. Sebagai resepsionis;
2. Sebagai deskman;
3. Sebagai salesman;
4. Sebagai *customer relation officer*;
5. Sebagai komunikator.

Menurut Islamic value (Gayatri & Chew, 2013):

1. Bank syariah memahami aturan transaksi dalam Islam;
2. Bank syariah mengakomodasi kebutuhan pelanggan Muslim;
3. Bank syariah menghormati kepada pelanggan (Muslim dan non-Muslim);
4. Bank syariah menunjukkan tingkat toleransi yang tinggi kepada nasabah.

Untuk memperoleh gambaran tentang karakter calon *customer*, dapat ditempuh upaya-upaya sebagai berikut:

- a. Meneliti riwayat hidup calon customer;
- b. Meneliti reputasi calon customer tersebut di lingkungan usahanya;
- c. Meminta *bank to bank information*;
- d. Mencari informasi kepada asosiasi-asosiasi usaha di mana calon nasabah berada;

- e. Mencari informasi apakah calon customer memiliki hobi berfoya-foya.

Ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, di antaranya adalah:

1. Tidak melakukan perbuatan tercela.
2. Memegang teguh amanah.
3. Menjaga nama baik bank dan nasabah.
4. Beriman dan mempunyai rasa tanggung jawab moral.
5. Sabar tapi tegas dalam menghadapi permasalahan, seperti keluhan nasabah.
6. Memiliki integritas, artinya bertindak jujur dan benar.
7. *Manners*, artinya tidak egois, disiplin dan tidak kasar.

2. Perbedaan Pelayanan Bank Syariah dan Konvensional

Paling tidak, terdapat tiga prinsip dalam operasional bank syariah yang berbeda dengan bank konvensional, terutama dalam pelayanan terhadap nasabah, yang harus di jaga oleh para bankir (Boesono, 2007) yaitu:

1. Prinsip Keadilan

Prinsip ini menyatakan bahwa imbalan atas dasar bagi hasil dan margin keuntungan ditetapkan atas kesepakatan bersama antara bank dan nasabah.

2. Prinsip Kesetaraan

Prinsip ini menyatakan bahwa nasabah penyimpan dana, pengguna dana dan bank memiliki hak, kewajiban, beban terhadap risiko dan keuntungan yang berimbang.

3. Prinsip Ketenteraman

Prinsip ini menyatakan bahwa produk bank syariah mengikuti prinsip dan kaidah muamalah Islam (bebas riba dan menerapkan zakat harta).

3. Indikator Pelayanan Konsumen

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa factor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan.

Yang mempengaruhi pelayanan yang baik pertama adalah faktor manusia memberikan pelayanan tersebut. Manusia (karyawan) melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggannya.

Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap CS telah dibekali dengan dasar-dasar pelayanan. Berikut dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang CS (Kasmir, 2005: 204) yaitu:

1. Berpakain rapi, perpenampilan rapi dan bersih.
2. Kepercayaan, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.
3. Kehandalan dengan lembut dan berusaha menyebut nama jika kenal.
4. Tanggapan tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Jaminan terpenuhinya keebutuhan dasar bagi semua.
6. Pertimbangan dalam melayani nasabah dan tuntjukan kemampuannya.
7. Perhatian jangan menyelah atau menyelah pembicaraan dengan sungguh-sungguh.
8. Akad mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan.
9. Balas Jasa dapat melayani, beritahukan kapan akan dapat dilayani lagi.

C. Sistem Syariah

1. Pengertian Sistem Syariah

Sistem perekonomian syariah adalah sistem berbasis aturan yang berlandaskan hukum islam, dikenal sebagai *Syariat*. *Syariat* terdiri dari aturan-aturan konstitutif dan regulatif yang mengatur setiap muslim secara individu maupun kelompok. Sumber hukum dalam islam adala *Al Quran* yang memiliki peran penting dalam Islam dan kehidupan muslim.

Sistem keuangan syariah adalah bagian yang berkembang pesat dari sektor keuangan dunia. Sistem keuangan ini tidak terbatas pada negara-negara Islam dan terdapat di mana komunitas Muslim yang cukup

besar. Baru-baru ini, sistem keuangan syariah telah menarik perhatian pasar keuangan konvensional.

Ekonomi Islam tampaknya masih terus dalam proses membentuk diri secara mandiri sebagai disiplin ilmu. Meskipun demikian, ia telah berhasil melahirkan sistem operasi lembaga ekonomi modern bank dan asuransi. Dalam praktik, sistem operasional bank dan asuransi Islam dapat bersaing dengan lembaga yang serupa menurut sistem konvensional.

Ekonomi Islam diharapkan dapat menciptakan tata dunia baru yang adil dan tidak bersifat *hegemonistik*. Juga dapat membuat sistem distribusi kekayaan dan pendapatan yang adil dan merata pada setiap tingkatan.

Sistem keuangan syariah tidak terbatas pada perbankan, tetapi juga mencakup pembentukan modal, pasar modal, segala jenis intermediasi keuangan dan transfer risiko. Istilah “sistem keuangan syariah” relatif baru, muncul pada pertengahan 1980. Bahkan, referensi-referensi awal untuk kegiatan komersial atau dagang yang sesuai dengan prinsip dalam Islam disebut sebagai “bebas bunga” atau perbankan “syariah”. (Hennie Van Greuning Zamir Iqbal : 2011)

Menurut kapitalisme adalah sistem ekonomi yang berdasarkan kepentingan pribadi, dimana nilai produksi konsumsi semata-mata sekali tidak mengindahkan kesejahteraan sosial, kepentingan bersama, kepemilikan bersama ataupun yang semacamnya. Asas kapitalisme adalah kepuasan sepihak, alias setiap keuntungan adalah milik pribadi. (Badrul, Munir. 2017 : 72)

Dalam sistem ekonomi kapitalisme, ekonomi dimaksudkan sebagai sesuatu yang membahas tentang kebutuhan manusia dan sara-saran pemenuhannya. Mereka menajdikan produks barang dan jasa yang notabene merupakan sarana pemuas kebutuhan dengan distrbusi barang dan jasa kepada kebutuhan-kebutuhan tersebut sebagai suatu kajian.

Ketika lahirnya agama islam pada zaman Nabi Muhammad SAW. 14 abad yang lampau, Arabia sudah meninggalkan sistem *barter* (tukar menukar barang), dan memakai sistem jual beli dan perdagangan. Tuhan memberikan peraturan yang lengkap mengenai *muamalah*, dengan mengadakan adanya peraturan *bai* dan *tijarah*, disamping peraturan lain yang meliputi seluruh transaksi ekonomi.

Istilah ekonomi yang berasal dari bahasa Yunani Kuno (gerak) berarti “mengatur urusan rumah tangga”. Menurut istilah pakar ekonomi, ekonomi adalah usaha untuk mendapatkan dan mengatur harta baik material maupun non material untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dengan baik secara individu maupun kolektif, yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Sistem ekonomi syariah menempatkan harta sebagai tujuan. Harta adalah alat untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat yang harus dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat banyak, bukan untuk kepentingan pribadi semata-mata. Ruh sistem ekonomi syariah adalah keseimbangan (pertengahan) yang adil.

2. Prinsip dan Ciri Sistem Syariah

Al-tijarah merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*).

Secara umum prinsip-prinsip ekonomi syariah berpijak pada beberapa nilai berikut :

1. *Tauhid* (keesaan Tuhan). Segala sesuatu yang kita perbuat di dunia nantinya akan dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT.
2. *Adl* (keadilan). Allah SWT telah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Adil yang dimaksud di sini adalah tidak menzalimi dan tidak dizalimi, sehingga penerapannya dalam kegiatan ekonomi adalah manusia tidak boleh berbuat jahat kepada orang lain atau merusak alam untuk memperoleh keuntungan pribadi.
3. *Nubuwwah* (kenabian). Setiap muslim diharuskan untuk meneladani sifat dari Nabi Muhammad saw. Sifat-sifat Nabi Muhammad saw. Yang patut untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam bidang ekonomi yaitu : *Sidiq* (benar, jujur), *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas) *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dan *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran).

4. *Khilafah* (Pemerintahan). Dalam Islam, peranan yang dimainkan pemerintah terbilang kecil akan tetapi sangat vital dalam perekonomian. Peranan utamanya adalah memastikan bahwa perekonomian suatu negara berjalan dengan baik tanpa distoris dan telah sesuai dengan syariah.

5. *Ma'ad* (hasil). Iman Ghazali menyatakan bahwa motif para pelaku ekonomi adalah untuk mendapatkan keuntungan/profit/laba. Dalam islam, ada laba/keuntungan di dunia dan ada laba/keuntungan di akhirat.

Selain prinsip-prinsip yang dikemukakan tersebut, Hidayat (2003) menyatakan bahwa prinsip-prinsip yang mendasari ekonomi syariah adalah:

1. Keadilan

Kegiatan ekonomi yang dijalankan harus secara transparan dan jujur serta tidak ada eksploitasi terhadap lawan transaksi atas dasar kontrak yang adil.

2. Menghindari kegiatan yang rusak

Larangan untuk melakukan transaksi atas barang-barang yang dapat merugikan dan membahayakan manusia diaman termasuk proses pembuatan produk tersebut.

3. Kemaslahatan Umat

Berarti tidak diperkenakannya spekulasi dan adanya pemerataan dalam hal kepemilikan akse yang sebsar-besarnya bagi masyarakat untuk memperoleh sumber daya.

Segala aturan yang diturunkan Allah SWT. Dalam sistem Islam mengarah pada tercapainya kebaikan, kesejahteraan, keutamaan, serta menghapuskan kejahatan, kesengsaraan, dan kerugian pada seluruh ciptaan-Nya. Demikian pula dalam hal ekonomi, tujuannya adalah membantu manusia mencapai ketenangan di dunia dan di akhirat. Teori ekonomi Islam dan sistemnya belumlah cukup tanpa adanya manusia yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

Adapun ciri-ciri ekonomi syariah menurut Muhammad Abu Zahrah, yaitu bahwa tiga sasaran hukum Islam yang menunjukkan bahwa Islam diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia, yaitu:

1. Penyucian jiwa agar setiap Muslim boleh menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya.
2. Tegaknya keadilan dalam masyarakat. Keadilan yang dimaksud mencukupi aspek kehidupan di bidang hukum dan muamalah.
3. Tercapainya masalahah (merupakan puncaknya). Para ulama menyepakati bahwa yang menjadi puncak sasaran di atas mencakupi lima jaminan dasar yaitu :
 - 1) Kamslahatan keyakinan agama (*al-din*);
 - 2) Kamslahatan jiwa (*al-nafs*);

- 3) Kamslahatan akal (*al-aql*);
- 4) Kamslahatan keluarga dan keturunan (*al-nasl*);
- 5) Kamslahatan harta benda (*al-maal*).

Dan ada lagi yang berpendapat bahwa keadilan itu berarti:

- a. Kepada masing-masing pembagian yang sama.
- b. Kepada masing-masing sesuai dengan kebutuhan.
- c. Kepada masing-masing sesuai dengan usahanya.
- d. Kepada masing-masing sesuai kontribusi sosialnya.
- e. Kepada masing-masing sesuai dengan kelebihanannya (meritokrasi).

3. Tujuan Sistem Syariah

Tujuan ekonomi syariah adalah membawa kepada *al-falah* (kebahagiaan).

Untuk itu, diperlukan adanya politik ekonomi yang tegas menuju keadilan dan kemakmuran yang sifatnya menyeluruh. Dengan demikian, musyawarah antara rakyat atau wakil-wakil dengan kepala (pemimpin) pun menjadi kebutuhan.

4. Perkembangan dan Pertumbuhan Sistem Syariah

Terdapat kemajuan lebih lanjut dalam perkembangan pasar modal. Obligasi syariah dengan jaminan aset sukuk, diperkenalkan di pasar. Struktur-struktur sukuk yang berbeda sukses diluncurkan di Bahrain, Malaysia, dan pusat-pusat keuangan lainnya. Di antara para emiten adalah perusahaan-perusahaan, lembaga multilateral, dan entitas berdaulat seperti Islamic development Bank, International Bank for Reconstruction and

development (bank dunia), serta Pemerintah Bahrain, Pakistan, dan Qatar. Selama lonjakan pasar ekuitas pada 1990, beberapa reksa dana berbasis obligasi syariah bermunculan. Dow Jones dan Financial Times meluncurkan indeks syariah untuk melacak kinerja dari sistem ekuitas syariah.

Perkembangan ekonomi melalui:

1. Ekonomi rumah tangga sebagai tingkat pertama.
2. Tingkat kedua ekonomi masyarakat yang masing-masing orang, baik seorang diri ataupun, bersama-sama, menjalankan ekonomi dalam masyarakat. Dalam tingkat ini sudah diperlukan pegawai yang cekatan. Semakin besar perusahaan, semakin banyak pula pegawai yang dibutuhkan dan semakin tinggi keahlian yang diminatinya.

Skill (keterampilan) dan manajemen (pengaturan) merupakan syarat utama bagi kemajuan ekonomi.

3. Tingkat ketiga, ekonomi negara, dalam ini kepada negara atau pemerintah merupakan pemimpin yang diibaratkan sebagai bapak atau penggembala yang memelihara dan memajukan kemakmuran negara dan seluruh rakyat.

Perkembangan ekonomi syariah pada satu sisi melahirkan kegembiraan atas optimisme masa depan ekonomi syariah sebagai sistem ekonomi alternatif. Namun di sisi lain menghadirkan tantangan baru untuk peningkatan kualitas.

Perkembangan ekonomi meningkat pada hubungan jasa diantara manusia, yaitu antara pemilik barang dagangan dan pemilik kendaraan, pemilik barang dan jasa atau pemilik kendaraan para kuli yang bekerja, dan selanjutnya antara pengusaha atau pedagang yang memiliki modal dan buruh yang mempunyai tenaga. Hubungan inilah yang dalam istilah hukum fiqh Islam dinamakan *ijarah* dan itu menurut istilah Al-Ghazali *kira*.

5. Indikator Sistem Syariah

Sistem Syariah. Dalam hal ini penulis mengambil faktor keprebadian dalam sudut pandang keagamaan (sistem syariah). Sistem syariah adalah suatu sistem yang menganut unsur-unsur agama Islam, ekonomi Islam menolak sistem bunga. Prinsip utama yang dianut didalamnya adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi, menjalankan bisnis yang syah menurut syariah dan memberikan bagi hasil sebagai pengganti bunga sesuai akad perjanjian. (Muhammad, 2008 ; 95)

Adapun indikator sistem syariah Agama, Nilai, dan Keadilan yaitu:

1. Agama adalah agama yang namanya diambil dari hakikat atau substansi ajaran yang terkandung di dalamnya. Jika agama-agama yang lain namanya baru ada setelah pembawa ajarannya telah tiada, maka nama "Islam" sudah ada sejak setelah pembawa ajarannya telah tiada, maka nama "Islam" sudah ada sejak kelahirannya. Unikny, Allah sendiri yang memberikan nama risalah yang dibawakan oleh Nabi Muhammad saw.

2. Nilai adalah rujukan dan keyakinan dalam menentukan pilihan. Pada dasarnya konsep umum yang ada dalam masyarakat kita tentang istilah nilai merupakan konsep ekonomi. Hubungan suatu komoditi atau jasa dengan barang yang mau dibayarkan seseorang untuk memunculkan konsep nilai. Sedangkan makna spesifikasi nilai dalam ekonomi adalah segala sesuatu yang diinginkan dan diminta oleh manusia yang dapat memenuhi kebutuhan, maka barang itu mengandung nilai.
3. Keadilan adalah keadilan pada umumnya juga berkonotasi dengan penetapan keputusan hukum atau kebijaksanaan. Adapun keadilan dalam Islam meliputi berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang dan sistem hukumnya. Dengan demikian, konsep keadilan meliputi keadilan dalam berbagai hubungan, baik menyangkut hubungan dalam intern pribadi manusia, hubungan antara individu dengan manusia dan masyarakatnya, hubungan antara individu dengan hakim dan yang berperkara serta berbagai pihak yang terkait.

D. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. (Fahmi Irham, 2016 : 14)

Pengertian Nasabah, menurut kamus perbaikan mendefinisikan nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank (Saladin, 2000 : 374). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah orang yang menjadi pelanggan bank yang mempunyai rekening simpanan dan pinjam.

Pada hakekatnya, pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakekat suatu masalah, pengumpulan faktafakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

Menurut Philip Kotler yang dikutip dalam bukunya setiadi (2013:14) proses dalam keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut: Pengenalan masalah, pencairan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Analisa pembiayaan usaha nasabah adalah salah satu syarat utama dalam pengajuan usulan pembiayaan. Pada akhirnya, pengalaman, dan kemampuan pengkaji melakukan proses pemikiran yang logis dan menyeluruh dalam melakukan analisa akan sangat menentukan dalam merekayasa suatu rekomendasi usulan pembiayaan.

Bank perlu memahami perilaku yang menyebabkan seseorang mau menjadi nasabah. Factor individual dan lingkungan, seperti psikologi, personl, social, dan kutur, dapat menentukan perilaku nasabah (*Customer/consumer behavior*).

Studi tersebut merupakan proses keputusan mengapa nasabah mau menggunakan produk-produk perbankan diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan. Jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, nasabah akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkannya. Proses pencairan informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan.

2. Ciri-ciri Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan dalam organisasi dapat menggunakan beberapa kriteria pengambilan keputusan beretika atas paham manfaat (utilitarianism), fokus atas hak (rights), berdasarkan atas keadilan (justice), fokus terhadap pemenuhan kewajiban (obligations), dan atas pandangan efek reputasi (reputation effect).

a. Paham Manfaat

Kriteria yang pertama berdasarkan semata-mata atas hasil atau konsekuensi dari sebuah keputusan. Paham manfaat ini menunjukkan bahwa suatu keputusan dibuat untuk menghasilkan kebaikan/manfaat.

b. Fokus Pemenuhan Hak

Pengambilan keputusan yang berlandaskan atas etika menurut pandangan ini menandakan bahwa proses pengambilan keputusan, sebuah keputusan, harus memberikan tempat bagi penghargaan dan

perlindungan (*respecting and protecting*) atas hak mendasar individu. Dimana hak-hak tersebut dapat berupa hak atas kebebasan pribadi, kemerdekaan untuk mengemukakan pendapat, dan hak untuk mendapatkan perlakuan dan lingkungan kerja yang layak.

c. Berdasarkan Perimbangan Keadilan

Proses pengambilan keputusan yang berlangsung di organisasi dilakukan dengan menekankan pada pentingnya penerapan aturan main yang jelas, adil, dan tidak memihak satu pihak tertentu. Menurut pandangan ini etika dalam pengambilan keputusan merupakan kasus penentuan posisi yang tepat mengenai bagaimana sebuah keputusan akan menghasilkan keseimbangan distribusi manfaat/keuntungan dan juga biaya dan juga resiko, secara merata diseluruh organisasi.

3. Jenis-jenis Keputusan Nasabah

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (Saladin, 2012:19) terdapat 2 faktor yang mempengaruhi nasabah yaitu :

- a. Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat individu dalam mengambil keputusan berkonsumsi mereka. Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks, dimana perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut di atas.

b. Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Perbedaan individu merupakan faktor internal (interpersonal) yang menggerakkan serta mempengaruhi perilaku nasabah.

4. Indikator Keputusan Nasabah

Menurut Kotler & Keller (2009: 139) dalam model AIDA terdapat empat elemen pokok dan saling berhubungan dengan tugas-tugas promosi yang menjadi taraf ukur respon, antara lain:

1. Perhatian (*Attention*)

Dalam attention ini perusahaan harus mampu menarik perhatian masyarakat dengan menciptakan inovasi yang kreatif untuk memperkuat karakter produk yang dipasarkan, sehingga pemasaran terlihat dikemas semenarik mungkin untuk masyarakat.

2. Ketertarikan (*Interest*)

Setelah mendapatkan perhatian dari masyarakat, tantangan selanjutnya dalam konsep ini adalah mampu menimbulkan ketertarikan masyarakat yang melihat, sehingga menimbulkan perhatian untuk menangkap lebih lanjut informasi tentang barang atau jasa yang dipasarkan.

3. Minat (*Desire*)

Pemikiran tersebut terjadi dari adanya sebuah harapan, berkaitan dengan pendapat konsumen dalam membeli suatu

produk. Setelah menimbulkan suatu ketertarikan maka langkah selanjutnya adalah menggerakkan keinginan masyarakat untuk mencoba, mendapatkan dan menikmati produk yang dipasarkan.

4. Tindakan (*Action*)

Keputusan yang telah dibuat pada tahapan promosi sebelumnya mampu menghasilkan tindakan masyarakat untuk mewujudkan keinginannya dengan menggunakan produk yang ditawarkan.

E. Bait Al-Maal wa At-Tamwil (BMT)

1. Pengertian BMT

Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi utama , yaitu berkaitan dengan *baitul maal* dan *baitul tamwil* :

1. Baitul Maal

Secara harfiah, bait adalah rumah sedangkan maal maksudnya adalah Harta, kegiatan baitul maal menyangkut kegiatan dalam menerima titipan dana zakat, infaq, dan shadaqah, serta mngoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

2. Baitul Tamwil

Secara harfiah, bait adalah rumah dan at-maal adalah pengembangan harta. Baitul tamwil melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam

meningkatkan kesejahteraan pengusaha mikro dan kecil melalui kegiatan pembiayaan dan menabung (berinvestasi).

Menurut Rifqi Muhammad (2008 : 41) BMT adalah konsep industri perbankan syariah yang menekankan adanya konsentrasi usaha perbankan yang tidak hanya mengelola unit sosial yang memiliki fungsi *intermediary* unik antara pihak yang kelebihan dana dan pihak kekurangan dana.

2. Asas dan ladsan BMT

BMT berazaskan pancasila dan UUD'45 serta berlandaskan prinsip syariah islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan, kebnersamaan, kemandirian, dan profesionalisme (Ridwan, 2004).

3. Modal Pendirian BMT

BMT dapat didirikan dengan modal awal selesai Rp.20.000.000,- (dua puluh juta rupiah) atau lebih. Namun demikian, jika terdapat kesulitan dalam mengumpulkan modal awal, dapat dimulai dengan modal Rp. 10.000.000,- (sepuluh juta) bahkan Rp. 5.000.000,- (lima juta). Modal awal ini dapat berasal dari satu atau beberapa tokoh masyarakat setempat, yayasan, kas masjid atau BAZIS setempat. Namun sejak awal anggota pendiri BMT harus terdiri antara 20 sampai 44 orang. Jumlah batasan 20 sampai 44 anggota pendiri, ini diperlukan agar BMT menjadi milik masyarakat setempat.

4. Kendala dan strategi Pengembangan BMT

BMT dalam pengembangan tidak lepas dari berbagai kendala. Beberapa kendala yang umumnya muncul dalam pengelolaan BMT adalah:

1. Akumulasi kebutuhan dana masyarakat belum bisa dipenuhi oleh BMT;
2. Adanya rentenir yang memberikan dana yang memadai dan pelayanan yang baik dibanding BMT;
3. Nasabah bermasalah;
4. Adanya persaingan yang tidak sehat antar BMT, karena persepsi bahwa BMT lain merupakan pesaing (musuh);
5. Ketimpangan fungsi utama BMT antara *baitul maal* dan *baitul tamwil*;
6. Kualitas SDM yang kurang.

5. Menurut Laporan Keuangan BMT

Menurut Standar Operasional Prosedur (SOP) BMT, pengguna laporan keuangan BMT adalah:

- a. Pemilik dana (*shahibul maal*)
- b. Pihak-pihak yang memanfaatkan dan menerima penyaluran dana
- c. Pembayar zakat, infak dan shadaqah
- d. Anggota BMT
- e. Otoritas pengawasan
- f. Kementerian Koperasi/Dinas yang membidangi Koperasi

- g. Pemerintah
- h. Masyarakat

F. Penelitian Yang Relevan

Penulis menemukan rujukan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan judul yang peneliti buat adalah sebagai berikut:

1. Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, Siti Hamidah Rustiana. Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1, No.1, Juni 2016. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (a) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat terdiri dari lima faktor yang terbentuk dan (b) faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat adalah faktor process.
2. Donni Lailatul Masruroh. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Simpanan wadi'ah (Studi Pada BMT Hasanah Jabung Ponorogo). March 2019. El-Barka Journal of Islamic Economics and Business 1(2):155 Hasil penelitian menunjukkan variabel produk berpengaruh secara signifikan dan positif secara langsung terhadap faktor psikologis, dengan nilai t hitung sebesar 8.040 > t tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Faktor

psikologis berpengaruh secara positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan nasabah berdasarkan uji t didapat nilai t hitung sebesar $2.326 > t$ tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikan $0,022 < 0,05$. Serta pengaruh tidak langsung produk terhadap keputusan nasabah melalui faktor psikologis sebagai variabel perantara berpengaruh sebesar 0,156, terbukti dengan analisis regresi, sedangkan pengaruh langsung produk terhadap keputusan nasabah sebesar 0,681.

3. Rofika Nadira, Susianto Susianto. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada PT. Bank syariah mandiri kantor cabang medan aksara. Jurnal Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis. Vol 1, No 1 (2020) Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian yang dilakukan dengan alpha 5% menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) pengaruh antara produk (X1), promosi(X2), lokasi(X3) adalah positif dan signifikan terhadap pengaruh nasabah memilih pembiayaan murabahah, dengan kekuatan nilai Adjusttd R-Squared sebesar sebesar 62,8%. Secara parsial (uji T) produk berpengaruh negative dan tidak signifikan, promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh nasabah memilih pembiayaan Murabahah.
4. Lukytta Gusti Acfira, Mursalim, H. Amiruddin. Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Jurnal Mirai

Management Terakreditasi Nasional e-ISSN : 2597 - 4084, Volume 6 No.1 2020. Hasil dari pengujian hipotesis didalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (3) reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (4) tingkat nilai margin berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.

G. Konsep Operasional

Berdasarkan teori-teori diatas konsep operasional penelitian ini:

Tabel 4 : Hasil Konsep Operasional terhadap Variabel Sikap, Pelayanan Konsumen, Sistem Syariah dan Keputusan Nasabah.

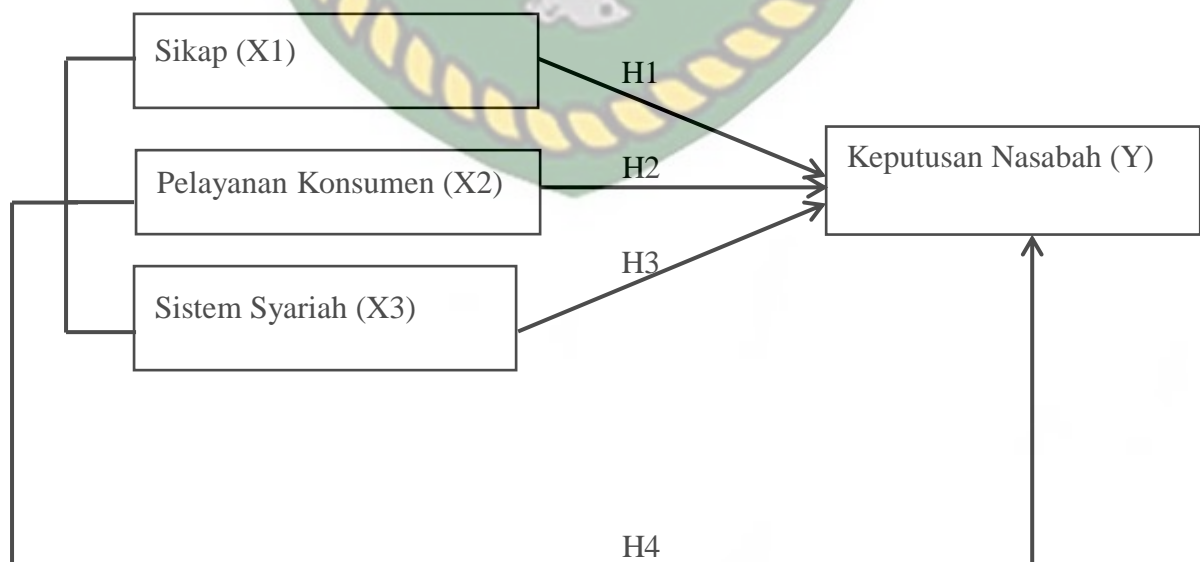
Konsep	Variabel	Indikator	Pernyataan
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah	Sikap (X1)	1. Persepsi 2. Kepribadian 3. Motivasi (Robbins : 2006)	1&2 3&4 5&6
	Pelayanan Konsumen (X2)	1. Berpakaian rapi 2. Kepercayaan 3. Kehandalan 4. Tanggapan 5. Jaminan 6. Pertimbangan 7. Perhatian 8. Akad 9. Balas Jasa (Kasmir, 2005: 204)	7&8 9&10 11&12 13&14 15&16 17&18 19&20 21 22

Sistem Syariah (X3)	1. Agama 2. Nilai 3. Keadilan (Muhammad, 2008 ; 95)	23 24 25
Keputusan Nasabah (Y)	1. Perhatian 2. Ketarikan 3. Minat 4. Tindakan (Kotler & Keller: 2009: 139)	26 27 28 29

H. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian diatas dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Di Bmt Al-Ittihad Pekanbaru” dapat digambarkan kerangka berpikir penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.9. Kerangka Berpikir



I. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dari teori-teori yang ada maka dalam penelitiannya ini penulis mengajukan hipotesis, yaitu:

Ha : Terdapat sikap berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Ho : Tidak terdapat sikap berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Ha : Terdapat pelayanan konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Ho - Tidak terdapat Pelayanan konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Ha : Terdapat system syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Ho : Tidak terdapat sistem syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Ha : Terdapat sikap, pelayanan konsumen, dan sistem syariah secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru,

Ho : Tidak terdapat sikap, pelayanan konsumen, sistem syariah bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad baru.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, merupakan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk mengkali hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014 : 13). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktusistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperbolehkan peneliti dicatat, diolah dan dianalisis.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor BMT Al-Ittihad Pekanbaru, yang beralamat di Jalan Sembilang Pekanbaru.

Tabel 4.1 Waktu Penelitian

No	Persiapan Penelitian	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengumpulan Data	■	■	■	■												
2.	Pengolahan Data					■	■	■	■								
3.	Analisa Data									■	■	■	■				
4.	Penulisan Laporan													■	■	■	■

Sumber: Data Olahan, 2021

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generelasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel harus betul-betul *representative* (Sugiyono, 2014:115).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). (Sugiyono, 2017:118).

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun dalam penelitian ini, sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin. (Sanusi, 2014:101).

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

$e =$ toleransi ketidak telitian (dalam persen)

$$n = \frac{1,379}{1+1,379(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1,379}{14,79} = 93,2 \text{ (dibulatkan menjadi 94 orang)}$$

Jadi, sampel penelitian untuk populasi 1,379 orang dan tingkat kepercayaan 10% adalah 93 orang.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah kantor BMT Al-Ittihad Pekanbaru, yang beralamat di Jalan Sembilang Pekanbaru.

2. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini adalah pengaruh memilih pembiayaan BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data dari objeknya. Dalam hal ini penulis mengambil data melalui wawancara, dokumentasi dan penelitian langsung kepada pihak yang berkaitan.

2. Data Sekunder

Yaitu yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan. Data sekunder disebut juga sebagai data tambahan.

Penulis memperoleh data atau informasi melalui dokumentasi, artikel media internet, dan bahan informasi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan masalah sebagai penunjang penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila objek penelitian bersifat perilaku dan tindakan manusia, fenomena alam (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar, proses kerja, dan penggunaan responden kecil (Riduwan, 2015:57).

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail

c. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data dari kantor BMT Al-Ittihad di Jalan Sembilang Pekanbaru.

d. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan dapat pertanyaan dan pernyataan terbuka atau tertutup, dan

dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2014 : 199).

Kuesioner atau angket teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala Likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur (Sanusi, 2019: 59).

Untuk menentukan nilai jawaban setiap pertanyaan digunakan skala Likert dengan alternative pilihan sebagai berikut:

- A. Sangat Setuju (SS) = 5
- B. Setuju (S) = 4
- C. Netral (N) = 3
- D. Tidak Setuju (TS) = 2
- E. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Data yang diolah dari angket dalam bentuk tabel, kemudian diinterpretasikan berdasarkan skor untuk mengetahui apakah ada atau tidak Memilih interpretasi sebagai berikut: (Ridwan, 2014:41).

- Angka 0% - 20% = Sangat Lemah
- Angka 20% - 40% = Lemah

Angka 41% - 60%	= Cukup
Angka 61% - 80%	= Kuat
Angka 81% - 100%	= Sangat Kuat

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

- a. Penyuntingan (*Editing*), semua data yang telah dikumpulkan, diadakan pemeriksaan apakah terhdap kekeliruan atau data yang lengkap atau tidak ada kepalsuan. Dalam teknis ini penulis mengadakan pemeriksaan terhadap data-data yang sudah terkumpul yang kemudian dikelompokkan yang mana data yang sesuai dengan penelitian penulisan dengan tujuan untuk mengetahui penelitian tersebut asli atau tidaknya, sesuai dengan penelitian yang sudah ada.
- b. Pengkodean (*Coding*), adalah memberikan tanda dengan tujuan untuk mengetahui mana data yang sama atau tidak. Proses dimana penulis memberikan kode atau tanda dengan judul penelitian.
- c. Pembeberan (*Tabulating*), yaitu menyusun hasildari angket tentang penelitian dimaksud dan dituangkan kedalam bentuk tabel.
(Muhammad, 2008:2005)

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengolahan, penyajian, interpretasi dan analisis data yang diperoleh dari lapangan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014:206).

Metode yang digunakan dalam menganalisis secara statistik guna melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variable X_1 dan X_2 terhadap variable Y dimana proses perhitungannya menggunakan program *SPSS Versi 20 for Windows*.

Karena angket yang digunakan dalam penelitian menggunakan skala lima alternative pilihan. Maka terlebih dahulu data angka yang sudah berhasil dikumpulkan akan dilakukan pengujian terlebih dahulu. Dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. (Riduwan dan Sunarto, 2011:20).

G. Uji Instrumen

Ini merupakan alat ukur pada penelitian, jadi instrument yang valid berarti alat ukur penelitian yang digunakan tersebut sudah valid (sanusi, 2014:67).

1. Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Menurut Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang di ukur walaupun dilakukan berkali-kali dan di mana-mana. Validitas alat ukur sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas kan meningkatkan bobot

kebenaran data yang diinginkan peneliti. Untuk mencapai tingkat validitas instrumen penelitian, maka alat ukur yang dipakai dalam instrumen juga harus memiliki tingkat validitas yang baik. (Burhan Bungin, 2005 : 108)

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu alat ukur yang berguna untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur tersebut digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berbeda atau digunakan oleh orang yang berbeda dalam waktu yang sama ataupun waktu yang berbeda (Sanusi, 2019:80).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach alpha*. Dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar; (a) $<0,6$ tidak reliabel, (b) $0,6-0,7$ acceptable, (c) $0,7-0,8$ baik dan (d) $>0,8$ sangat baik (Sekaran, 2000 : 171).

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Reliabilitas suatu alat pengukuran menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung

objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurannya.

H. Uji Hipotesis

Ini merupakan menguji signifikan koefisien regresi linier sederhana secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis peneliti

1. Regresi Linear Berganda

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel x terhadap variabel y. Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Nilai variabel dependen (keputusan nasabah)
- a = Nilai garis regresi
- X1 = Nilai Variabel X1 (sikap)
- X2 = Nilai Variabel X2 (pelayanan)
- X3 = Nilai Variabel X3 (sistem syariah)
- e = Nilai Residu (*Error*)

2. Uji Parsial (uji t)

Uji Parsial (Uji- t) bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} . Masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t_{table} yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05 (Sugiyono, 2017:250).

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variable independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian hipotesis secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variable dependen (sugiyono, 2017:257). Pengujian ini melibatkan kedua variable bebas terhadap variable terikat dalam menguji ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama. Pengujian secara simultan menggunakan distribusi F, yaitu membandingkan antara F hitung (F rasio) dan F tabel.

4. Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.2 Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

5. Koefisien Determinan

Apabila sudah diketahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka langkah selanjutnya adalah menentukan seberapa besar pengaruh tersebut berkontribusi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, yang disebut koefisien determinasi. Nilai determinasi ditentukan oleh nilai *R Square*. Koefisien determinasi (*Rsquare*) ditentukan dikatakan kuat yaitu apabila mendekati angka 1, dan apabila mendekati nol, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara serentak adalah lemah. (Sanusi, 2014: 136)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya BMT Al-Ittihad Pekanbaru

BMT Al-Ittihad Pekanbaru merupakan lembaga keuangan mikro syariah atau dikenal dengan sebutan koperasi syariah yang beroperasi berdasarkan syariah, dimana sistem bunga di koperasi konvensional diganti dengan sistem bagi hasil. Pendirian BMT Al-Ittihad diawali dengan suatu gagasan untuk memberikan atau menyediakan suatu lembaga keuangan berbentuk koperasi syariah. Pendirian lembaga ini diawali dengan menyelenggarakan rapat pembentukan koperasi pada hari minggu tanggal 12 November 2000, yaitu diprakarsai oleh 30 (tiga puluh orang). Atas kuasa rapat pembentukan koperasi tersebut maka terbentuklah pengurus koperasi yang terdiri dari:

Ketua : Elyzhar

Wakil Ketua : Nurmansyah

Sekretaris : Agus Nurhartono

Wakil Sekretaris : Nurbaity Awan Wiraputri

Bendahara : Nasrudin

BMT Al-Ittihad merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang notebenanya adalah lembaga keuangan, asset umat dengan prinsip operasionalnya mengacu pada prinsip-prinsip syariah Islam. BMT Al-

Ittihad dibentuk sebagai upaya memberdayakan umat secara kebersamaan melalui kegiatan simpanan dan pembiayaan, serta kegiatan yang berdampak pada peningkatan ekonomi anggota dan mitra binaan ke arah yang lebih baik, aman dan adil. BMT Al-Ittihad melaksanakan prinsip koperasi sesuai dengan Undang-Undang Koperasi 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tetapi memakai prinsip Koperasi Syariah.

2. Visi, Misi, dan Motto BMT Al-Ittihad

1. Visi

Menjadi pusat kegiatan islam terpadu untuk mewujudkan masyarakat madani yang makmur lahir & bathin serta sejahtera dunia & akhirat.

2. Misi

Memacu pembinaan umat dalam bidang pengembangan usaha muamalat Islam.

3. Motto

Motto BMT Al-Ittihad adalah amanah, berimbang, adil, dan barokah.

3. Struktur Organisasi BMT Al-Ittihad

Suatu struktur yang ada didalam sebuah organisasi menggambarkan suatu kerangka yang menunjukkan tugas dan kegiatan yang telah direncanakan, sehingga dapat mencapai tujuan yang akan dicapai oleh organisasi tersebut, bukan hanya itu saja struktur yang terdapat didalam organisasi juga menggambarkan fungsi, wewenang, serta tanggung jawab pada setiap bagian-bagian yang telah di tetapkan.

Struktur organisasi sebuah bekerja struktur yang untuk melakukan perencanaan suatu organisasi dapat melakukan keputusan yang akan mendukung sasaran pencapaian tujuan.

1. adanya sekelompok orang.
2. adanya hubungan dan pembagian kerja diantara anggotanya.
3. adanya tujuan yang ingin dicapai.

Struktur organisasi yang baik haruslah memenuhi syarat yang efektif dan efisien. Suatu organisasi yang efektif adalah bila struktur organisasi partisipasi dari tiap anggota untuk mencapai tujuan organisasi. Struktur organisasi yang efisien adalah jika memudahkan mencapai tujuan-tujuan oleh organisasi dengan biaya minimum.

Kepengurusan BMT Al-Ittihad Pekanbaru Periode 2016

PENGAWAS

-Penagawas Syariah : Dr. Erwandi Tarmidzi, LC, MA

PENGURUS

-Ketua : Agung Surbakat

-Sektor Pembiayaan : Aswandi Janahar

-Sekretaris : Yon Hendri

-Bendahara : Edi Wibowo

-Sektor Riil : Ali Masyhuri

PENGELOLA

-Manager : Sri Wahyudi

-Kepala Cabang Pekanbaru : Tabrani

-Account Officer : 1. Rizki

2. Ahmad Yani

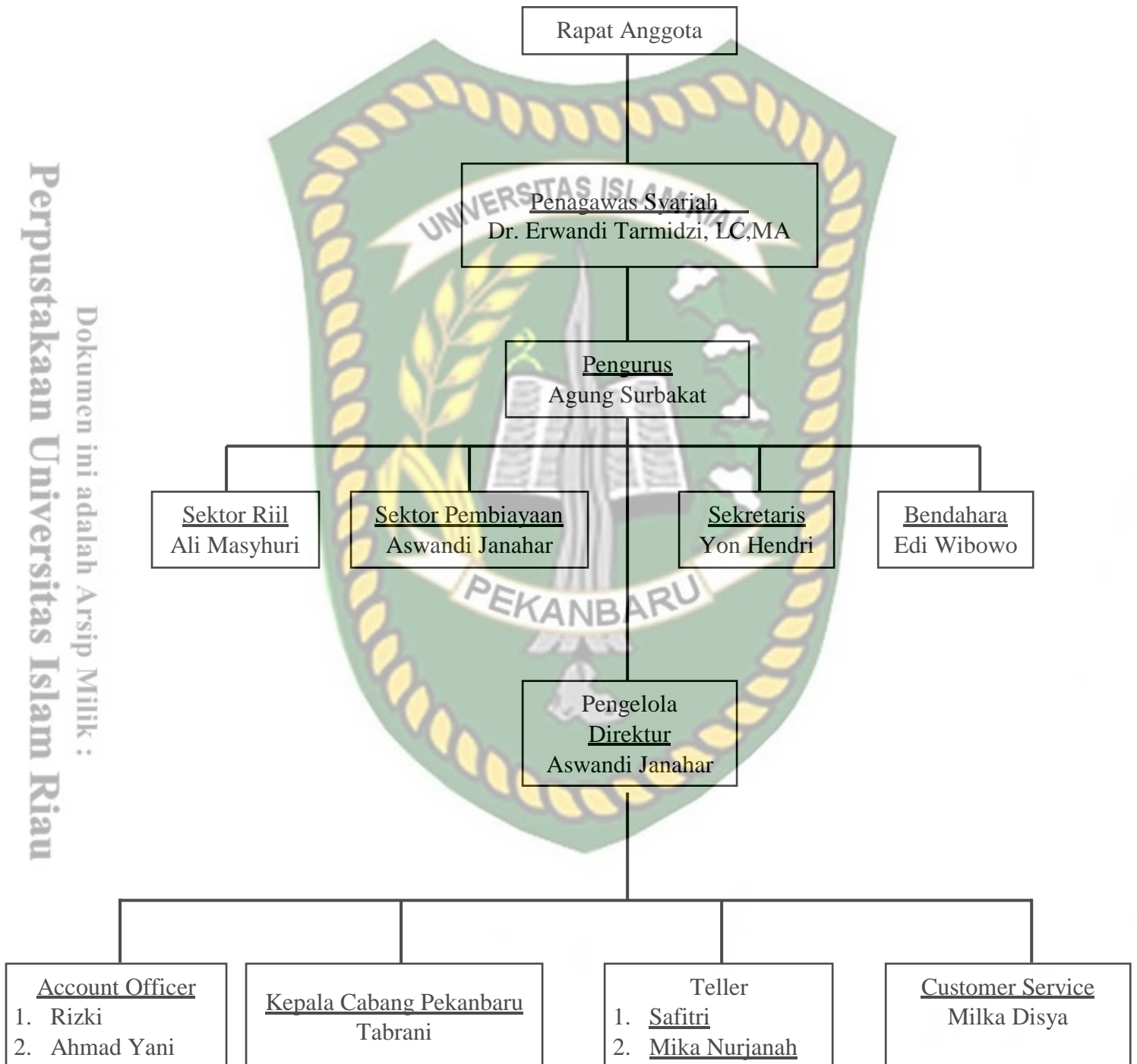
-Customer Service : Milka Disya

-Teller : 1. Safitri

2. Mika Nurjanah



Gambar 3.1
Struktur Organisasi BMT Al-Ittihad Tahun 2016



4. Nilai-Nilai Koperasi Syariah

Berkembang sesuai syariah berakhlamaqmulia sesuai ajaran ajaran Al-Qur'an dan Sunnah taat pada syariat Islam, undang-undang dan hukum yang berlaku menghargai nasabah sebagai bagian integral kemajuan BMT mengutamakan Ukhuwah Islamiyah saling menolong dan berlomba dalam kebajikan.

B. Deskripsi Data

1. Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian merupakan suatu yang penting untuk mengetahui jenis kelamin, umur, pendidikan dan lama bekerja. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada di angket dapat diidentifikasi karakteristik identitas responden karyawan Baitul maal wa Tamwil (BMT) di Kota Pekanbaru, pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	48	50%
Perempuan	48	50%
Total	96	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden pada yang berjenis kelamin perempuan yaitu 48 orang atau 50%, sedangkan yang

responden yang berjenis kelamin perempuan 48 orang atau 50% responden.

b. Umur

Tabel 4.4. Umur Responden

Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17-29 Tahun	34	35,4
30-39 Tahun	33	34,4
40-49 Tahun	18	18,8
Total	96	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 , dapat dilihat bahwa yang berusia 17-29 tahun yang bekerja berjumlah 34 atau sebesar 35,4%, selanjutnya yang berusia 30-39 berjumlah 33 atau sebesar 34,4%, yang berusia 40-49 tahun berjumlah 18 atau sebesar 18,8.

c. Pendidikan

Tabel 4.5 Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	33	34,4
SMP	3	3,1
SMA/SMK	59	61,5
Sarjana	1	1,0
Total	96	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 4.5, bahwa yang memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK sederajat yang berjumlah 59 atau sebesar 61,5%, selanjutnya yang memiliki latar belakang SD sederajat yang berjumlah 33 atau sebesar 34,4%, yang memiliki latar belakang sarjana yang berjumlah 1 atau 1,0%.

d. Lama Bekerja

Tabel 4.6 Lama Bekerja Responden

Lama Bekerja	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1-5 Tahun	42	43,85
6-10 Tahun	15	15,6
11-15 Tahun	10	10,4
16-20 Tahun	13	13,5
20 Tahun	16	16,7
Total	96	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 4.6, bahwa dapat dilihat lama bekerja responden pada penelitian ini yang memiliki masa bekerja 1-5 tahun lebih banyak bekerja di BaitulMaal wa Tamwil (BMT) di kota Pekanbaru yaitu berjumlah 42 atau sebesar 43,8, selanjutnya yang memiliki masa bekerja 20 tahun 16 11-15 tahun berjumlah 10 atau 10,4.

C. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji dengan menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) artinya dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected Item-</i>	R tabel	Keterangan
	Pernyataan	<i>Total Correlation</i> (r Hitung)	$\alpha=0,05$	Hasil
X1	Item 1	0,496	0,203	Valid
	Item 2	0,374	0,203	Valid
	Item 3	0,449	0,203	Valid
	Item 4	0,517	0,203	Valid
	Item 5	0,273	0,203	Valid
	Item 6	0,293	0,203	Valid
X2	Item 7	0,537	0,203	Valid
	Item 8	0,530	0,203	Valid
	Item 9	0,462	0,203	Valid
	Item 10	0,303	0,203	Valid
	Item 11	0,304	0,203	Valid
	Item 12	0,509	0,203	Valid
	Item 13	0,564	0,203	Valid
	Item 14	0,434	0,203	Valid
	Item 15	0,570	0,203	Valid
	Item 16	0,691	0,203	Valid
	Item 17	0,439	0,203	Valid
	Item 18	0,466	0,203	Valid
	Item 19	0,538	0,203	Valid

	Item 20	0,567	0,203	Valid
	Item 21	0,397	0,203	Valid
Y	Item 22	0,547	0,203	Valid
	Item 23	0,617	0,203	Valid
	Item 24	0,538	0,203	Valid
	Item 25	0,441	0,203	Valid

Sumber :Data Olahan SPSS 20

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua indikator pernyataan variabel dapat dikatakan valid karena, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka item-item pernyataan dinyatakan valid.

Diketahui nilai t_{tabel} sebesar 0,203 dan nilai ini dibandingkan dengan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dalam uji ini adalah pada kolom *Item –Total Statistic*. Dan dari tabel diatas menunjukkan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari t_{tabel} .sehingga seluruh otem variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisa.

2. Uji Reliabilitas

Batasan nilai dalam uji reliabilitas adalah 0,6, jika reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini adalah pada kolom dibawah ini.

Tabel 4.8. Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Standar Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	Item 1	0,6	0,850	Reliabel
	Item 2	0,6	0,854	Reliabel
	Item 3	0,6	0,853	Reliabel
	Item 4	0,6	0,849	Reliabel
	Item 5	0,6	0,857	Reliabel
X2	Item 6	0,6	0,858	Reliabel
	Item 7	0,6	0,849	Reliabel
	Item 8	0,6	0,849	Reliabel
	Item 9	0,6	0,851	Reliabel
	Item 10	0,6	0,856	Reliabel
	Item 11	0,6	0,856	Reliabel
	Item 12	0,6	0,849	Reliabel
	Item 13	0,6	0,847	Reliabel
	Item 14	0,6	0,852	Reliabel
	Item 15	0,6	0,847	Reliabel
	Item 16	0,6	0,842	Reliabel
	Item 17	0,6	0,852	Reliabel
	Item 18	0,6	0,851	Reliabel
	Item 19	0,6	0,848	Reliabel
	Item 20	0,6	0,847	Reliabel
Y	Item 21	0,6	0,853	Reliabel
	Item 22	0,6	0,848	Reliabel
	Item 23	0,6	0,845	Reliabel
	Item 24	0,6	0,848	Reliabel
	Item 25	0,6	0,851	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh paling tidak mencapai 0,6. Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa masing-masing koefisien reliabilitas dari variabel diatas lebih besar dari pada, 0,6. Sehingga

dinyatakan bahwa masing-masing variabel dapat digunakan dalam penelitian.

3. Analisis Regresi Berganda

Ini adalah hubungan secara linier antara dua lebih variabel independen (X_1, X_2) dengan variabel dependen (Y). Namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier, untuk mengetahui besarnya pengaruh perbedaan dari suatu variabel sikap, pelayanan terhadap sistem syariah.

Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	,323	,703		
1 Sikap	,187	,069	,245	2,732	,008
Pelayanan	,184	,032	,520	5,801	,000

Sumber : Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas masing-masing variabel dengan bantuan SPSS diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,323 + 0,245X_1 + 0,520X_2$$

Keterangan:

Y = Sistem Syariah

α = konstanta (0,323)

b = koefisien regresi ($b_1 = 0,245$), ($b_2 = 0,520$)

X_1 = Pelayanan

X_2 = Sikap

e = Variabel Pengganggu

Hasil nilai Regresi Linier berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Konstanta = 0,323. Artinya menunjukkan jika pelayanan, sikap nilainya nol, maka Y memiliki nilai 0,323.
2. Nilai koefisien $b_1 = 0,245$, artinya = variabel X_1 memiliki koefisien regresi sebesar 0,245, ini berarti jika variabel indenpenden lain lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu satuan atau 1% variabel X_1 akan menaikkan sistem syariah sebesar 0,245 satuan.
3. Nilai koefisien $b_2 = 0,520$, artinya variabel X_2 memiliki koefisien regresi sebesar 0,520, ini berarti jika variabel indenpenden lain lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu satuan atau 1% variabel X_2 akan menaikkan sistem syariah sebesar 0,520 satuan.

4. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan ketentuan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dalam penelitian ini 1,661 maka dapat diterima, dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka ditolak.

Tabel 4.10. Hasil Perhitungan Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,323	,703		,460	,647
1 Sikap (X1)	,187	,069	,245	2,732	,008
Pelayanan Konsumen (X2)	,184	,032	,520	5,801	,000

Sumber : Data Olahan SPSS 20

Besarnya angka ketentuan $\alpha=0,05$ dan $dk= (n-k)$ atau $(96-3) = 93$ dan t_{tabel} sebesar 1,661. Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel yaitu:

- 1) Variabel sikap terhadap sistem syariah. Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai 2,732 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,732 > 1,661$) dengan signifikan $0,008 < 0,05$, maka H1 diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif antara sikap terhadap sistem syariah.
- 2) Variabel pelayanan terhadap sistem syariah. dari tabel diatas diperoleh 5,801 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,801 > 1,661$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H1 diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif antara pelayanan terhadap sistem syariah.

5. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah pelayanan dan sikap mempunyai pengaruh terhadap pada sistem syariah. $df1 = (k-1) = 3-1$ dan $df2 = (n-k) = 96-3 = 93$.

Nilai f_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan software SPSS. Kemudian akan dibandingkan dengan nilai f_{tabel} pada tingkatan $\alpha=5\%$.

Tabel 4.11. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	100,552	2	50,276	40,533	,000 ^b
Residual	115,354	93	1,240		
Total	215,906	95			

Sumber : Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan output diatas dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh pelayana (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $40,533 > 2,3$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara pelayanan (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah.

6. Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan koefisien koerelasi dengan menggunakan bantuan computer yakni program *SPSS for Windows 20*. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12. Hasil Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,682 ^a	,466	,454	1,114

Sumber : Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa nilai R menunjukkan korelasi antar variabel indenpenden dengan variabel dependen. Diketahui nilai R sebesar 0,682 atau 68,2 %. Artinya korelasi antara variabel X dengan Y memiliki tingkat hubungan yang kuat.

7. Koefisien Determinasi

Sedangkan untuk melihat besarnyakontribusi X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien dterminasi. Koefisien determinasi (R^2) adalah menunjukkan seberapa besar perubahan variable terikat (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel (X).

Diketahui bahwa nilai R Square 0,466%. Artinya adalah kombinasi pengaruh variable independen (X) terhadap variabel (Y) adalah sebesar 38,0% sedangkan sisanya 53,4%.

D. Pembahasan Hasil Temuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al-Ittihad Pekanbaru.

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis pertama secar parsial bahwa yang diperoleh nilai signifikan untuk variabel indenpenden (X1,X2) dengan

variabel dependen (Y). Namun berpengaruh pelayanan (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $40,533 > 2,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pelayanan X berpengaruh dan signifikan keputusan konsumen (Y). Hal ini berarti semakin kuat keyakinan terhadap setiap konsumen. Artinya korelasi antara variabel X dengan Y memiliki tingkat hubungan yang kuat memiliki hubungan signifikan, serta diketahui juga bahwa nilai R Square sebesar 53,4%. Artinya kombinasi pengaruh variabel X dan Y adalah sebesar 53,4% sedangkan sisanya 68,2 %.

Sedangkan secara simultan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, karena F hitung sebesar nilai signifikan untuk pengaruh pelayanan (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $40,533 > 2,3$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara pelayanan (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah.

Hasil penelitian ini sama halnya dengan penelitian sebelumnya, yakni penelitian Sari Salina Putri Nila (2017) yang berjudul, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung di BMT Al-Ittihad Pekanbaru", Dengan hasil penelitian mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang didapatkan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh secara parsial dan signifikan untuk pengaruh pelayanan (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $40,533 > 2,3$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara pelayanan (X1) sikap (X2) terhadap sistem syariah.
2. Berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi, berpengaruh secara parsial dan cukup signifikan terhadap perkembangan *baitul maal wa tanwil* di kota pekanbaru, keputusan nasabah memilih pembiayaan di BMT Al- Ittihad Pekanbaru.
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diketahui pengaruh variabel independen diketahui dari 2 variabel independen terhadap dependen dalam nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,466 atau 46,6 dan sisanya 53,4% dan dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dalam dalam penelitian ini.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan dari tempat penelitian ini adalah :

1. BMT Al-Ittihad Pekanbaru agar dapat meningkatkan kembali pembiayaan karena kenyataannya pembiayaan di BMT Al-Ittihad

Pekanbaru merupakan pembiayaan syariah sesungguhnya dengan saling bantu membantu.

2. Karyawan harus datang lebih cepat & tepat waktu.
3. Kemampuan menjaga amanah terhadap pembiayaan yang dititipkan harus ditingkatkan lagi sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menitipkan barang simpanan.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Alma, Buchari dan Donni J. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Rodoni, Ahmad, dan Abdul Hamid, (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim
- Rusby, zulkifli. (2017). *Manajemen perbankan syariah*. Pekanbaru : Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Rusby, zulkifli. (2015). *Pemikiran Ekonomi dalam Islam*. Pekanbaru : Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Soemitra, Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Ridwan, Ahmad Hasan. (2013). *Manajemen Baitul Maal wa Tanwil*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fahmi, Irham. (2016). *Teori Dan Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif*. Depok: Rajawali Pers.
- Jalaluddin Rakhmat. (1996). *Teori-teori Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Antonio, Muhammad Syafi'I, (2001). *Bank Syariah: Jakarta: Dari ke Praktik*, Gema Insani Press.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Alma Buchari. (2014). *Manajmen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta

- Kasmir, (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir, (2001). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Achmad Ramzy Tadjoeidin, (1991). *Berbagai Aspek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Tiara wacana
- Syed Nawab Haidar Naqvi, (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajaran.
- Iskandar Putong, Pengantar Teori Ekonomi : Mikro dan Makro (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- Muhammad, 2001. *Sistem dan prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonoio Islam UUI. 2008. "*Ekonomi Islam*". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Majid Fakhry, (1996). *Etika dalam Islam*, Pustaka: Pelajar
- Danupranata Gita , G. (2005). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: UPFE.
- Muhammad, (2002). *Manejemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.
- Setiadi, J. Nugroho, (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Aritonang, Lerfin R, (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Ulama.
- Arifin, Zainul, (2006). *Dasar-dasar Manejemen Bank Syariah*. Jakarta: Alfabet.

Barata, Atep Adya (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Muhammad, (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Muhammad, (2008). *Manajemen pembiayaan Mudharabah dibank syaria*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada

Qardhawi, Y. 2001. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani.

Ahmad Djazuli, (2020). *Lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta : Grafindo Persada.

Muhammad, (2006). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Yogyakarta : UII Press.

Ridwan, (2010). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Ridwan, (2014). *Metode dan Teknik menyusun Proposal Penelitian*. Yogyakarta:Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Badroen Islam, (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Putra Grafika.

Sanusi, Anwar, (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sanusi, Anwar, (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat

Saddam, M. (2003). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Taramedia.

Jurnal

Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. (2017). *Analisis Faktor dalam pengambilan keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 13(1), 55-76.*

Maharani, S., & Masruroh, D.L. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Simpanan wadi'ah (Studi Pada BMT Hasanah Jabung Ponorogo). El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business, 1(2), 155-179.*

Nadira, R. (2020). Susianto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara". *Jurnal FEB No. 1 Vol, 1.*

Acfira, L. G., Mursalim, M., & Amiruddin, H. (2020) *Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar, Jurnal Mirai Management, 5(3),166-184.*

Skripsi

Desiana, Dewi Susilowati, Neginia Kencono Putri, (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Di Kota Tasikmalaya.*

Sari, Salina Putri Nila, 2017, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung di BMT Al-mIttihad Pekanbaru, *Skripsi*, Fakultas Agama Islam Universitas Islam.

