

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil BMT PETA Trenggalek

a. Sejarah BMT PETA Trenggalek

BMT Peta merupakan salah satu diantara beberapa lembaga keuangan non bank yang ada di kabupaten Trenggalek. BMT Peta ini awal berdirinya berada di kabupaten Tulungagung sebagai pusat kantornya. Untuk di Trenggalek membuka cabang guna mengembangkan koperasi di berbagai daerah-daerah yang berprinsip syariah dan memperkenalkan BMT Peta. Nilai simpanan pokok dalam koperasi anggota sebesar Rp. 2.500.000,-. Besar nilai simpanan pokok tersebut ditentukan dengan tujuan agar permodalan awal tercukupi untuk operasional kegiatannya.

Baitul Maal Wat Tamwil yang selanjutnya disingkat BMT adalah sebuah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai dengan syari'at Islam. BMT merupakan institusi yang menjalankan dua kegiatan secara terpadu, yaitu *Baitul Maal* (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), *Baitul Tamwil* (Kegiatan bisnis). Sehingga kegiatan BMT adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dengan mendorong kegiatan menabung dan menyalurkan pembiayaan produktif, juga melaksanakan sosial dengan menggalang titipan dana sosial,

seperti zakat, infaq, dan 69 sadaqah serta mendistribusikannya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

BMT (*Baitul Mal Watamwil*) yang sedang dirintis oleh KH. M. Sholachuddin Abdul Djali Mustaqim. Dan ketika dirintis atau disahkan beliau mengundang dua narasumber dari BMT SIDOGIRI dan Kurang lebih 950 jama'ah dari perwakilan kelompok seIndonesia. Diawali dengan sambutan dari keluarga ndalem yang diwakili oleh Bapak KH. M. Khoirudin, Beliau menjelaskan bahwa Pondok PETA sudah mempunyai ijin di Kementrian Hukum dan HAM dan sudah pula dimuat dalam berita negara pendiriannya pada tahun 1983, dengan NO 89/6/11/83, sehingga Pondok PETA keberadaannya sudah diakui oleh negara.

Beliau juga mengharapkan berdirinya BMT di Pondok PETA nantinya bisa banyak bermanfaat untuk umat. BMT Syariah ini, tidak hanya mengelola transaksi keuangan dari para nasabah dan kreditur saja, akan tetapi BMT Syariah ini, juga mengelola penyaluran infaq, zakat dan shodaqoh yang nantinya akan disalurkan kedelapan asnaf yang telah ditentukan dalam hukum Islam. Kemudian berkenaan penataan system disampaikan oleh Bapak Ahmad Ansori, beliau menceritakan bahwa sebelum berdiri Mursyid pernah dawuh bahwa “nantinya jama'ah PETA kalau bisa dimanajemen dengan baik, akan bisa mempunyai rumah sakit

sendiri, sekolah sendiri, bank sendiri, dan POM sendiri. Kemudian target besar pendirian BMT ini adalah 17 unit se-Indonesia. Apabila 17 unit tidak tercapai, minimal 5 unit BMT dan salah satunya adalah BMT pusat yang akan didirikan di Tungagung.

Moto pendirian BMT ini adalah “BMT sebagai Rumah Ekonomi Jama’ah”, sebagai monitoring dan kontroling pendirian BMT ini adalah Aswil se-Indonesia.

b. Lokasi BMT PETA Trenggalek

BMT PETA Trenggalek tepatnya di Jl. Raya Kedungsigit, Kec. Karang, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat tempat umum
- 2) Dekat dengan perumahan penduduk
- 3) Mudah dijangkau Lokasi atau dekat dengan jalan raya
- 4) Keamanan lingkungan sekitar BMT

Kelebihan lokasi BMT PETA Trenggalek, sebagai berikut:

- 1) Lokasi BMT PETA Trenggalek dekat dengan pasar sehingga banyak para pedagang kecil yang mengajukan permohonan pembiayaan untuk tambahan modal usaha mereka. Dekat dengan masjid besar Darussalam sebagai pengalokasian dana ZIS.

- 2) Lokasi BMT PETA Trenggalek dekat dengan rumah penduduk jadi besar kemungkinan penduduk untuk menggunakan jasa BMT PETA Trenggalek.
- 3) BMT PETA Trenggalek dekat dengan jalan raya kedungsigit sehingga bisa dilalui oleh transportasi apapun, untuk memudahkan menjangkau nasabah ke lokasi BMT PETA Trenggalek.
- 4) BMT PETA Trenggalek dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga keamanan lingkungan BMT PETA terjamin.
- 5) Masyarakat disekitar lokasi banyak yang memberikan respon baik dan dukungan atas berdirinya BMT PETA Trenggalek.

c. Visi dan Misi BMT PETA Trenggalek

Sebagaimana Visi, Misi dan Tujuan yang dimiliki oleh BMT PETA Trenggalek sebagai berikut:

- 1) Visi: Menjadikan KJKS BMT PETA sebagai rumah ekonomi jamaah PETA. Merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang terpercaya, cerdas dan bersahabat dalam menumbuh kembangkan produktifitas anggota.
- 2) Misi
 - a) Memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas.

- b) Menjadikan KJKS BMT PETA sebagai rumah ekonomi jamaah PETA
- c) Merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang terpercaya, cerdas dan bersahabat dalam menumbuhkembangkan produktifitas anggota.
- d) Menjadi lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari anggota, calon anggota dan menyalurkan kembali kepada anggota.
- e) Menjadi mitra lembaga donor, perBANKkan dan pemerintah untuk pengembangan usaha mikro.
- f) Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota
- g) Melakukan aktifitas ekonomi dengan budaya STAF (Shidiq/Jujur, Tabligh/Komunikatif, Amanah/Dipercaya, Fatonah/Profesional)
- h) Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat.

d. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan bersama melalui kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai-nilai dan kaidahkaidah muamalah yang memegang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.

e. Motto

Menjalin Ukhuwah menuju kebangkitan ekonomi Ummah.

f. Struktur Organisasi

BMT PETA Trenggalek Pembagian Tugas.

1) Pengurus

- a) Menyusun atau memutuskan arah kebijakan umum BMT PETA Trenggalek sesuai dengan amanat Rapat Anggota Tahunan (RAT).
- b) Mengawasi dan mengevaluasi kegiatan BMT PETA Trenggalek agar tercipta kinerja yang sesuai dengan AD/ART BMT.
- c) Ikut serta dalam mensosialisasikan BMT PETA Trenggalek.
- d) Menyelenggarakan rapat pengurus dan pengelola untuk mengevaluasi laporan bulanan dan kinerja BMT PETA Trenggalek.
- e) Memberikan validasi pada berkas pembiayaan yang diajukan oleh Direktur BMT PETA Trenggalek.

2) Direktur utama

- a) Memberikan persetujuan atas pinjaman diatas Rp 10.000.000,00.
- b) Melaksanakan dan mengaktualisasikan system manajemen BMT PETA Trenggalek dan bertanggung jawab atas keseluruhan pelaksanaan.

- c) Membuat dan melaksanakan kebijakan manajemen operasional. Bertindak untuk dan atas nama BMT PETA Trenggalek baik secara intern maupun secara ekstern.

3) Manager

- a) Memimpin dan mengarahkan semua kegiatan yang berhubungan dengan operasional BMT PETA Trenggalek.
- b) Memimpin jalannya BMT PETA Trenggalek sesuai dengan kerja yang telah digariskan oleh pengurus atau komisaris sebelumnya.
- c) Membuat rencana kerja tahunan
- d) Membuat laporan keuangan periodik dan laporan tahunan.
- e) Meningkatkan tingkat suku bunga/bagi hasil tabungan dengan melihat semua staff.
- f) Bersama bagai pembiayaan, memastikan jadwal survay bagi calon debitur.
- g) Memeriksa laporan harian staff
- h) Membuat laporan harian.

4) Bagian tabungan/deposito yaitu bertugas untuk memberikan informasi tentang mekanisme, system, dan prosedur tabungan.

5) Teller

- a) Membuat dan mengisi buku kas.
- b) Membuat jurnal harian.
- c) Melaporkan kondisi kas riil.

- d) Membuat dan mengisi kartu utang dan piutang.
 - e) Bersama bagian pembukuan memberikan laporan rutin kepada manajer/pimppinan.
 - f) Memberikan pelayanan anggota dalam hal transaksi uang, penyetoran, anggaran pembiayaan, simpanan, pembiayaan, dan ZIS.
 - g) Melaksanakan pencatatan, pendataan, pelayanan informasi kepada anggota dan calon anggota.
 - h) Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui pimpinan.
 - i) Memberikan mutasi laporan harian.
- 6) *Account officer*
- a) Memasarkan program pembiayaan.
 - b) Men-survey pembiayaan dan kekayaan dengan landasan 5C calon debitur.
 - c) Mengajukan hasil suvey kepimpinan.

Adapun susunan atau komposisi kelembagaan BMT PETA Trenggalek adalah sebagai beriktu:

- a) Susunan Pengurus BMT PETA Trenggalek

Tabel 4.1 Susunan Pengurus BMT PETA Trenggalek

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Drs. H, Mahmudi Rosyidi, M.Si	Tulungagung	Ketua
2	Yoyok Ervan Setiono, ST	Tulungagung	Sekretaris

3	H. Abd Rohim, SH	Tulungagung	Bendahara
---	------------------	-------------	-----------

b) Pengelola/Karyawan BMT PETA Cabang Trenggalek

Tabel 4.2

Pengelola/Karyawan BMT PETA cabang Trenggalek

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Nurhadi S.E	Pule, Trenggalek	Manajer cabang
2	Umi Mashithah	Wonocoyo,Rt:22, Rw:10 Trenggalek	Admin
3	In Widayanti	Sumber gedong, RT 11, RW 04 Trenggalek	Teller
4	Ahmad Habidin	Pule,Ds.Karanganyar Rt:05, Rw:03, Trenggalek	Account Officer
5	Muhammad Yusuf	Suruh,Ds.Nglebo, Rt:09, Rw:03, Trenggalek	Account Officer
6	Adi Siswanto	Suruh,Ds.Nglebo, Rt:01, Rw:09, Trenggalek	Account Officer

g. Bidang Usaha BMT PETA Trenggalek

1) Produk penghimpun dana

BMT Peta mempunyai beberapa produk atau layanan dalam hal penghimpunan dana atau simpanan dana, antara lain sebagai berikut :

a) SIMHARA (Simpanan atau Tabungan Hari Raya)

Tabungan SIMHARA merupakan produk yang dilakukan

BMT Peta yang dikhususkan untuk anggota yang mempunyai dana lebih untuk disimpan guna mempersiapkan diri menjelang hari raya. Simpanan tersebut hanya dapat diambil menjelang hari raya tiba. Syarat untuk membuka rekening tabungan SIMHARA yaitu mengisi formulir saat permohonan menjadi anggota dan akan dikenai biaya 2 Kantor BMT Peta Cabang Trenggalek, Brosur BMT Peta 77 administrasi sebesar Rp.5.000,- sampai Rp.10.000,- untuk percetakan buku tabungan SIMHARA.

- b) Simpanan Sukarela (Simpanan Masa Depan) Simpanan sukarela merupakan produk simpanan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi anggota dan masyarakat sekitar yang mempunyai dana lebih untuk disimpan. Simpanan tersebut dapat disetor dan diambil kapan saja dengan setoran minimal Rp. 10.000,-.
- c) TAHALUL (Simpanan Khusus Untuk Haul) Simpanan untuk haul ini dikhususkan bagi anggota yang kelebihan dana untuk disimpan dan digunakan untuk acara haul. Haul itu sendiri memperingati hari kematian pendiri Pondok Peta. Untuk menghormati dan mendapatkan keberkahan dalam kehidupan diadakan acara haul setiap tahun sekali.

d) TAKABUR (Simpanan atau Tabungan untuk Qurban)

Tabungan qurban merupakan produk untuk memberikan kemudahan bagi anggota masyarakat sekitar yang ingin menyimpan dananya untuk persiapan berqurban. Tabungan tersebut hanya dapat diambil menjelang hari raya qurban tiba. Anggota yang ingin membuka rekening tabungan qurban maka anggota tersebut akan dikenai biaya Rp 5.000,- dan Rp. 10.000,- untuk biaya percetakan buku tabungan. Ini 78 berlaku untuk semua tabungan – tabungan di BMT Peta.

e) Tabungan Haji Tabungan ini merupakan tabungan yang dikhususkan untuk anggota yang ingin berencana melakukan haji. Apabila uang anggota cukup untuk keberangkatan digunakan untuk ibadah Haji.

2) Produk penyaluran dana

a) Pembiayaan murabahah ada dua macam

(1) Pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan dengan asas jual beli. Koperasi bertindak sebagai penjual dan anggota sebagai pembeli. Harga jual ditentukan berdasarkan harga beli dasar ditambah keuntungan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

(2) Pembiayaan murabahah dengan wakalah menjadi satu transaksi. Pembiayaan ini dilakukan apabila si anggota

menginginkan pembelian secara mandiri dan koperasi sebagai pemberi modal serta memberikan kekuasaan berupa akad wakalah.

b) Pembiayaan Talangan Haji

Pembiayaan ini digunakan untuk para anggota koperasi yang menginginkan pergi haji ke Baitulloh guna melaksanakan kewajiban seorang muslim dan kekurangan modal maka koperasi memberikan kemudahan dengan menggunakan pembiayaan ini.

c) Pembiayaan Rahn

Untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada BMT dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria yaitu milik nasabah sendiri, jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar, dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh BMT. Atas izin BMT, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, maka nasabah harus bertanggung jawab.

2. Profil BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

a. Sejarah BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Cikal bakal Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) "Istiqomah" adalah BMT Istiqomah, yaitu sebuah Kelompok

Swadaya Masyarakat (KSM) sebagai Lembaga Ekonomi Rakyat (LER)¹. BMT Istiqomah didirikan pada tanggal 3 Maret 2001 yang dibidangi oleh 36 orang pendiri. Pada tanggal 4 Juni 2001 BMT Istiqomah diresmikan operasionalnya oleh Direktur Pinbuk Tulungagung dengan Sertifikat Binaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Tulungagung Nomor : 00101/52000/PINBUK/VI/2001.

Pada awal operasionalnya Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Istiqomah hanya bermodalkan dana Rp. 15.000.000,00 yang dihimpun dari para anggota. Perlengkapan kantorpun masih sangat sederhana, yang kesemuanya merupakan hibah dan pinjaman dari para anggota juga. Demikian pula adanya tentang kantor, menyewa kepada salah satu anggota masyarakat dengan biaya sewa secara kekeluargaan. Berkat dukungan seluruh anggota dan pihak Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) maka terwujudlah keinginan untuk berbadan hukum Koperasi dengan diterbitkannya SK Nomor: 74 188.2/32/BH/424.75/2002 Tanggal 17 Mei 2002. Dengan terbitnya SK tersebut maka telah berdiri koperasi baru yang bernama Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) Istiqomah Karangrejo, Tulungagung. Dengan badan hukum koperasi memungkinkan Komsyah Istiqomah untuk memperluas layanan dengan membuka unit-unit usaha baru, walaupun sampai hari ini

¹ P R O F I L Koperasi Muamalah Syari'ah Istiqomah tulungagung

yang dimiliki masih Unit Simpan Pinjam yang berupa Baitul Maal wat Tamwil (BMT).

Setelah mengantongi badan hukum Koperasi, Komsyah Istiqomah menapaki babak baru dengan semakin meluasnya jangkauan wilayah pelayanan. Oleh karena itu pihak pengurus mengupayakan pendirian kantor cabang BMT. Maka pada bulan Nopember 2002 berhasil didirikan kantor cabang yang berada di kawasan Bago Tulungagung. Kantor tersebut diresmikan pada tanggal 4 Nopember 2002 oleh Direktur Pelaksana Pinbuk Tulungagung. Kantor BMT Istiqomah Unit II Bago sekitar 13 tahun menyewa tanah dan bangunan milik Mbah Beno, pada hari Sabtu tanggal 7 November 2015 Kantor BMT Istiqomah Unit II Bago pindah ke kantor yang bertempat di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung (Barat STIKP) yang sudah merupakan kantor milik sendiri tidak menyewa lagi. Hari senin tanggal 9 November 2015 Kantor BMT Istiqomah Unit II Plosokandang sudah bisa beroperasi melayani nasabah.²

b. Lokasi BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung tepatnya di JL Dahlia 08 Karangrejo, Tulungagung, Jawa Timur. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat tempat umum

² Buku Profil BMT Istiqomah Unit II Plosokandang, tidak diterbitkan, hal. 1-4.

- 2) Dekat dengan perumahan penduduk
- 3) Mudah dijangkau Lokasi atau dekat dengan jalan raya
- 4) Keamanan lingkungan sekitar BMT

Kelebihan lokasi BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung.

Sebagaimana berikut :

- 1) Lokasi BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dekat dengan pasar sehingga banyak para pedagang kecil yang mengajukan permohonan pembiayaan untuk tambahan modal usaha mereka.
- 2) Lokasi BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dekat dengan rumah penduduk jadi besar kemungkinan penduduk untuk menggunakan jasa BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung.
- 3) BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dekat dengan jalan raya karangrejo-kucen sehingga bisa dilalui oleh transportasi apapun, untuk memudahkan menjangkau nasabah ke lokasi BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung.
- 4) BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga keamanan lingkungan BMT PETA terjamin.
- 5) Masyarakat disekitar lokasi banyak yang memberikan respon baik dan dukungan atas berdirinya Istiqomah Karangrejo, Tulungagung.

c. Visi dan Misi BMT Istiqomah Tulungagung

Visi adalah cara pandang atau obsesi terhadap sesuatu. Maka dalam pengertian ini visi yang dikembangkan oleh Komsyah Istiqomah adalah:³

- 1) Koperasi adalah sokoguru perekonomian nasional yang harus terus menerus dikembangkan.
- 2) Koperasi diharapkan mampu menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
- 3) Koperasi Syari'ah diharapkan mampu memberikan warna keagamaan dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.

Misi adalah tujuan yang diemban dari aktivitas tertentu. Dari pengertian ini misi yang diamanatkan kepada Komsyah Istiqomah adalah:

- 1) Menjadikan Komsyah Istiqomah sebagai lembaga yang secara aktif mensosialisasikan arti penting Koperasi dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
- 2) Menciptakan peluang ekonomi, baik melalui pengembangan sektor usaha perkoperasian, penyediaan permodalan, maupun pembinaan usaha anggota dan masyarakat.
- 3) Berupaya mengimplementasikan konsep-konsep syari'ah dalam kegiatan ekonomi, baik dalam kaitannya dengan kegiatan dan usaha lembaga maupun kegiatan ekonomi dalam masyarakat.

d. Struktur Organisasi BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

³ Ibid, ... hal. 5.

Tabel 4.3 Susunan Pengurus BMT Istiqomah Karangrejo,
Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Nursalim, SS	JL Dahlia 09 Karangrejo Tulungagung	Ketua
2	Adib Makarim, S.Ag	Tunggulsari Kedungwaru Tulungagung	Sekretaris
3	Suseno Wardoyo, SE.	Gedangan Karangrejo Tulungagung	Bendahara

Sumber: Data Sekunder Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Istiqomah
Tulungagung

e. Produk Simpanan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

Produk simpanan yang diluncurkan BMT Istiqomah, yaitu:⁴

1) Simpanan Masyarakat Syariah (SIMASYA)

- a) Simasya diperuntukkan bagi perorangan atau kolektif
(yayasan atau lembaga).

- b) Setoran pertama minimal Rp. 50.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-
- c) Besarnya nisbah atau bagi hasil perbulan sebesar 50% berdasarkan jumlah pendapatan BMT dan besarnya saldo rata-rata tabungan tiap hari.

2) Simpanan Pendidikan Istiqomah (SIMPATI)

- a) Tabungan pendidikan diperuntukkan bagi siswa/murid sekolah TK sampai dengan Perguruan Tinggi.
- b) Setoran pertama minimal Rp. 50.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-
- c) Perhitungan saldo rata-rata dalam satu bulan dengan saldo minimal Rp. 10.000,-
- d) Besarnya nisbah atau bagi hasil perbulan sebesar 50% berdasarkan jumlah pendapatan BMT dan besarnya saldo rata-rata tabungan tiap hari. Besarnya porsi nisbah bagi hasil untuk kedua jenis simpanan sukarela diatas yaitu 50% untuk nasabah dan 50% untuk BMT. 101RAT BMT Istiqomah Tulungagung, (Tulungagung: tidak diterbitkan), hal.18-20

3) Simpanan Berjangka

Yaitu simpanan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dengan sistem jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12

bulan. Besarnya porsi nisbah atau bagi hasil perbulan berdasarkan jumlah pendapatan BMT setiap bulannya.

Tabel 4.4 Porsi Bagi Hasil Simpanan Berjangka BMT Istiqomah Tulungagung

Sumber: Data Sekunder RAT BMT Istiqomah Tulungagung

4) Teknik Perhitungan Bagi Hasil Simpanan BMT Istiqomah

Rumus sebagai berikut:

Porsi anggota = pendapatan x nisbah anggota Porsi BMT =
pendapatan x nisbah BMT Indikasi Bagi Hasil =

Contoh simpanan/tabungan sebagai berikut:

a) Contoh Simpanan Sukarela (SIMASYA dan SIMPATI)

Anggota A menabung pada jenis simpanan sukarela sebesar Rp. 5.000.000. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan oleh lembaga sebesar 50% untuk anggota dan 50% untuk BMT tersebut, dengan ketentuan indikasi bagi hasil 0,4596%. Maka anggota A memperoleh bagi hasil atas tabungannya sebesar: Indikasi bagi hasil anggota A = Rp. 5.000.000 x 0,4596% = Rp. 22.980 Kesimpulan dari contoh diatas, berdasarkan nisbah bagi hasil sebesar 50% untuk anggota dan 50% untuk BMT, maka indikasi yang didapat antara anggota dan BMT itu sama yaitu masing-masing sebesar Rp. 22.980. Perhitungan nisbah bagi hasil 50% untuk anggota dan 50% untuk BMT, ini digunakan untuk

simpanan sukarela (SIMASYA dan SIMPATI), sama halnya dengan simpanan berjangka 1 yang jangka waktunya hanya 1 bulan.

b) Contoh Simpanan Berjangka

Anggota B menabung pada jenis simpanan berjangka untuk jangka waktu 3 bulan sebesar Rp. 12.000.000. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan oleh lembaga sebesar 55% untuk anggota dan 45% untuk BMT tersebut, dengan ketentuan indikasi bagi hasil 0,5055%. Maka 81 anggota B dan BMT masing-masing memperoleh bagi hasil atas tabungannya sebesar:

Porsi Bagi hasil anggota B = $\text{Rp. } 12.000.000 \times 55\% = \text{Rp. } 6.600.000$

Indikasi Bagi hasil anggota B = $\text{Rp. } 6.600.000 \times 0,5055\% = \text{Rp. } 33.363$

Bagi hasil BMT = $\text{Rp. } 12.000.000 \times 45\% = \text{Rp. } 5.400.000$

Indikasi Bagi hasil BMT = $\text{Rp. } 5.400.000 \times 0,5055\% = \text{Rp. } 27.297$

Kesimpulan dari contoh diatas, berdasarkan nisbah bagi hasil sebesar 55% untuk anggota dan 45% untuk BMT, maka indikasi yang didapat antara anggota dan BMT itu yaitu untuk anggota sebesar Rp. 33.363, sedangkan untuk BMT sebesar Rp. 27.297. Perhitungan nisbah bagi hasil 55% untuk anggota dan 45% untuk BMT, ini digunakan untuk simpanan berjangka 3 yang jangka waktunya 3 bulan, sama halnya dengan perhitungan simpanan berjangka 6

yang jangka waktunya 6 bulan dengan nisbah bagi hasil 60% untuk anggota dan 40% untuk BMT, serta simpanan berjangka 12 yang jangka waktunya 12 bulan dengan nisbah bagi hasil 65% untuk anggota dan 35% untuk BMT.

3. Profil Responden

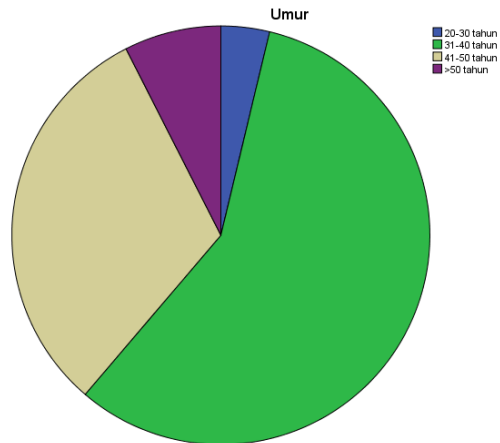
Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan kegiatan menabung di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 80 responden untuk BMT PETA Trenggalek dan 46 responden untuk BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung responden dengan metode *non probability sampling* yaitu dengan pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling* teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu pada konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

4. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi penelitian yang dibagi menjadi 3 karakteristik responden dari usia, jenis kelamin dan pendidikan.

a) BMT PETA Trenggalek

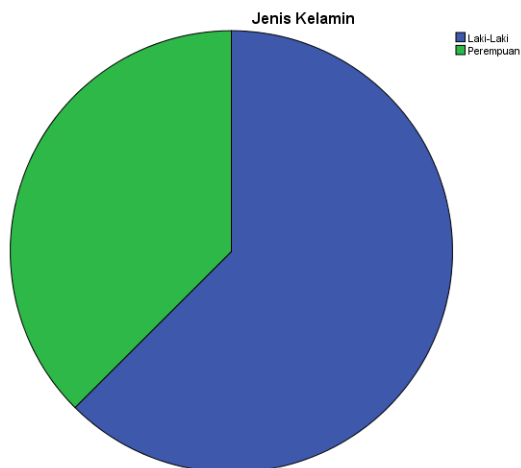
Diagram 4.1 Diagram Usia BMT PETA Trenggalek



Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Dalam diagram tabel 4.1 diatas menunjukkan mayoritas nasabah di BMT Peta Trenggalek berusia 31 < 40 tahun sebesar 57,5%, berusia 41 < 50 tahun sebesar 31,3 % , berusia > 50 tahun sebanyak 7,5% dan 20-30 tahun sebanyak 3,8 %. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang banyak nasabah yang berkunjung ke BMT Peta adalah usia 31-40 tahun.

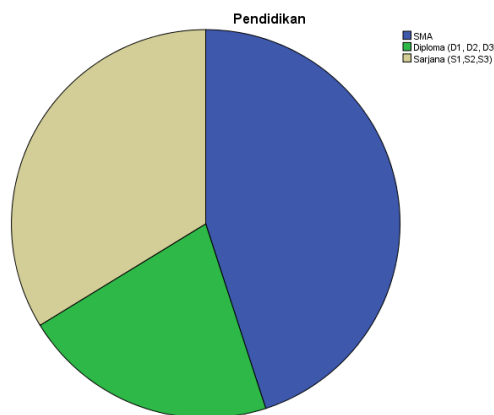
Diagram 4.2 Jenis Kelamin BMT Peta Trenggalek



Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Dalam diagram 4.2 diatas menunjukkan mayoritas nasabah BMT PETA Trenggalek berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 62,5% dan responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 37,5%. Jadi dapat disimpulkan yang banyak berkunjung di BMT Peta adalah laki-laki.

Diagram 4.3 Pendidikan BMT Peta Trenggalek

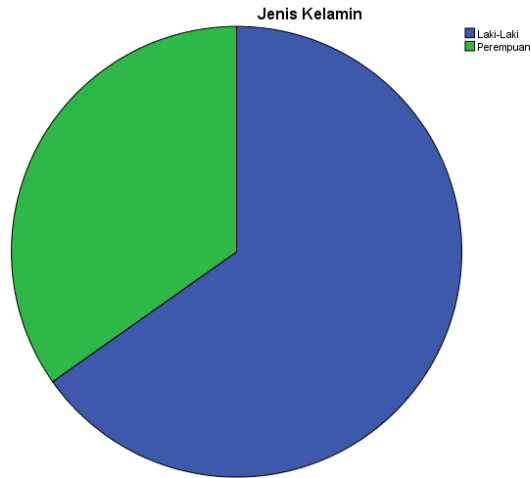


Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Dalam diagram tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden sebesar 80 didapatkan hasil rata-rata pendidikan SMA sebesar 45 %,, pendidikan Diploma sebesar 21,3 % dan pendidikan sarjana 33,8 %. Maka dapat diketahui yang mempunyai nilai tertinggi adalah lulusan pendidikan akhir SMA.

b) BMT Istiqomah Tulungagung

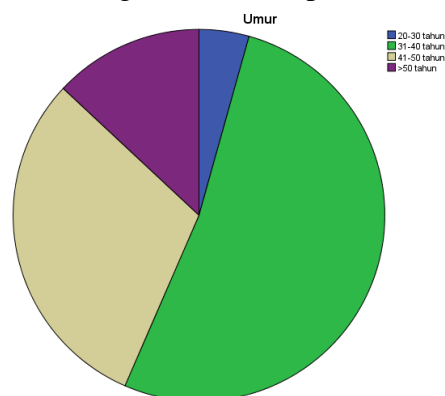
Diagram 4.4 Jenis Kelamin Responden BMT Istiqomah



Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Dalam diagram tabel 4.4 diatas menunjukkan mayoritas nasabah di BMT Peta Trenggalek berusia 31 < 40 tahun sebesar 52,2%, berusia 41 < 50 tahun sebesar 30,4 % , berusia > 50 tahun sebanyak 13% dan 20-30 tahun sebanyak 4,3%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang banyak nasabah yang berkunjung ke BMT Istiqomah adalah usia 31-40 tahun.

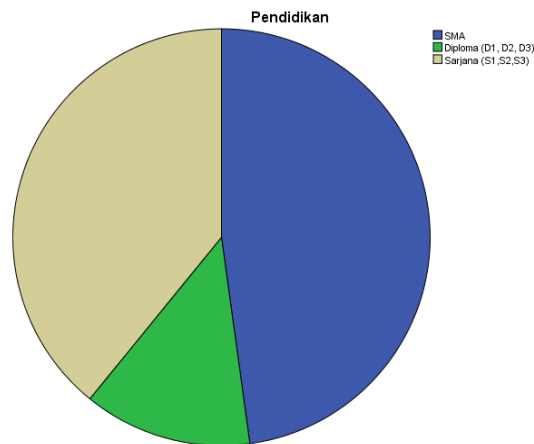
Diagram 4.5 Diagram Usia Responden BMT Istiqomah



Dalam diagram 4.5 diatas menunjukkan mayoritas nasabah BMT PETA TrenggaIstiqomah Tulungagung berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 65,2 % dan responden yang berjenis kelamin

perempuan yaitu sebanyak 34,8 %. Jadi dapat disimpulkan yang banyak berkunjung di BMT Peta adalah laki-laki.

Diagram 4.6 Pendidikan Responden BMT Istiqomah Tulungagung



Sumber : Diolah dari data primer, 2020

Dalam diagram tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden sebesar 46 didapatkan hasil rata-rata pendidikan SMA sebesar 47,8 %,, pendidikan Diploma sebesar 13,0 % dan pendidikan sarjana 39,1 %. Maka dapat diketahui yang mempunyai nilai tertinggi adalah lulusan pendidikan akhir SMA.

5. Deskripsi Variabel

Dari angket yang diberikan kepada responden di BMT PETA Trenggalek dan BMT Istiqomah terdiri dari 12 pertanyaan yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu :

- a. 4 soal digunakan untuk mengetahui pemilihan bauran pemasaran di BMT PETA Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X 1).

- b. 4 soal digunakan untuk mengetahui pemilihan kualitas pelayanan di BMT PETA Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X 2).
- c. 4 soal digunakan untuk mengetahui minat minat menabung di BMT PETA Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (Y1).

B. Pengujian Hipotesis

1. BMT PETA Trenggalek

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen.

Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df (degree of freedom)* dengan rumus $df = n-2$, dimana $n =$ jumlah sampel. Jadi *df* yang digunakan adalah $80- 2 = 78$ dengan alpha sebesar 5%, maka hasil nilai *r* tabel sebesar 0,196. Jika rhitung lebih besar dari *r*table dan nilai *r* positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid

Tabel 4. 4

Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran

No Item	R hitung	R table	Keterangan
X1.1	0,865	0,2199	Valid
X1.2	0,865	0,2199	Valid
X1.3	0,897	0,2199	Valid
X1.4	0,828	0,2199	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.4 diatas, diketahui bahwa rhitung lebih besar dari rtabel . Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,941	0,2199	Valid
X2.2	0,941	0,2199	Valid
X2.3	0,941	0,2199	Valid
X2.4	0,968	0,2199	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.5 diatas, diketahui bahwa rhitung lebih besar dari rtabel . Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4. 6

Hasil Uji Validitas Minat Menabung

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1.1	0,827	0,2199	Valid
Y1.2	0,569	0,2199	Valid
Y1.3	0,867	0,2199	Valid
Y1.4	0,882	0,2199	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.6 diatas, diketahui bahwa rhitung lebih besar dari rtabel . Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka index pengukuran yang menunjukkan hasil konsistensi suatu alat dalam mengukur gejala yang sama dengan alat yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Croanbach Alpha. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

Tabel 4.7

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Bauran Pemasaran (X1)	0,884	Reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	0,991	Reliable
Minat Menabung	0,880	Reliable

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada table 4.7 uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa, nilai dari Cronbach's Alpha variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,81 yaitu $0,884 > 0,81$, berarti variabel bauran pemasaran sangat reliabel. Nilai Cronbach's Alpha variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,81 yaitu $0,991 > 0,81$, berarti variabel kualitas pelayanan sangat reliabel. Nilai Cronbach's Alpha variabel lokasi lebih besar dari 0,81 yaitu $0,880 > 0,81$, berarti variabel minat menabung sangat reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal ataupun tidak, sehingga dapat diketahui data dapat dipakai dalam statistik parametric. Untuk mengetahui uji data tersebut, maka dilakukan dengan pengujian pendekatan Kalmogorov – Smirnov.

Tabel 4.8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Bauran_Pemasaran
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16,23
	Std. Deviation	2,300
Most Extreme Differences	Absolute	,214
	Positive	,214
	Negative	-,117
Test Statistic		,214
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan table 4.8 diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,200 yang artinya Sig. (2 – tailer) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang muncul untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas maka, jika nilai Variance inflation factor (VIP) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4.9 Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Bauran_Pemasaran	,258	3,872
	Kualitas_Pelayanan	,258	3,872
a. Dependent Variable: Minat_Menabung			

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan table 4.9 diatas untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat pada nilai *Variance*

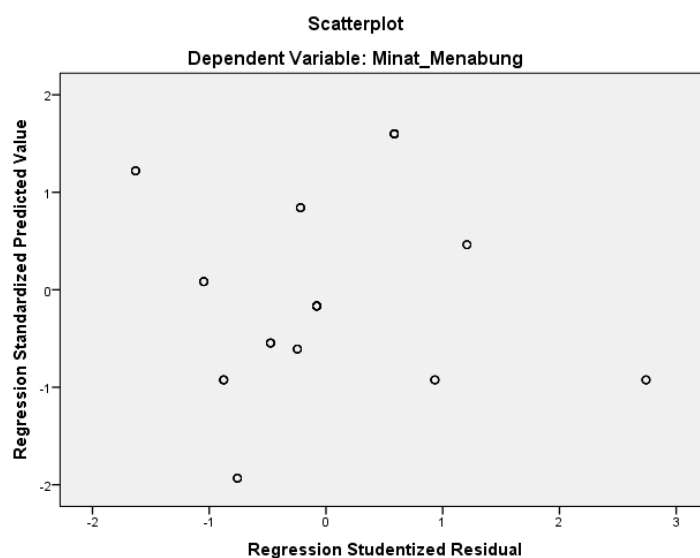
Inflation Factor (VIP), apakah nilai lebih besar dari 10, maka model 80 terbebas dari multikolinieritas. Dari data diatas diketahui nilai untuk bauran pemasaran 3,872, kualitas pelayanan 3,872 Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari 10.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas merupakan uji dimana cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, dengan syarat jika :

- Titik – titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0,
- Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja,
- Penyebaran titik –titik data tidak boleh membentuk pola gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

Tabel 4.10 Scatterplot



Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Dari table 4.10 Scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak adaya bentuk sebuah pola. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas. Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada table scatterplot, maka perlu adanya uji glejser. Uji ini dilakukan untuk meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada suatu variabel tertentu dengan variabel sebelumnya.⁵ Cara mendeteksi ada tidaknya Autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai Durbin Watson:

Tabel 4. 11 Uji Autikorelasi

⁵ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis,....*, hal. 159

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,966 ^a	,933	,931	,561	2,306
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran					
b. Dependent Variable: Minat_Menabung					

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Angka D-W diatas +2 berarti terjadi autokorelasi negatif.

Dari table 4.12 dapat diketahui nilai Durbin Watson sebesar 2,306, pembanding menggunakan nilai sig 5% jumlah sampel 80 (n) dan jumlah variaabel independen ada 2 (k=2) maka di table Durbin Watson akan didapati nilai du sebesar 1,6882. Karena nilai DW 2,036 lebih besar dari batas du (1,6882) dan kurang dari 4- 1,6882 (2,3118) maka dapat diketahui tidak terdapat autokorelasi.

e. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.12

Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.	Beta		

			Error			
1	(Constant)	1,501	,480		3,128	,002
	Bauran_Pemasaran	,780	,054	,842	14,450	,000
	Kualitas_Pelayanan	,129	,053	,141	2,422	,018
a. Dependent Variable: Minat_Menabung						

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada table 4.12 diatas.

Diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = 1,501 + 0,780 X_1 + 0,129 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 1,501 menunjukkan bahwa pengaruh positif variabel independen (bauran pemasaran dan kualitas pelayanan). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel kepuasan pembelian konsumen akan naik atau terpenuhi.
- 2) Ketika variabel X1 (Bauran Pemasaran) mengalami peningkatan satu satuan maka meningkatkan nilai minat menabung sebesar 0,780. Bernilai positif (+) pada angka 0,780 berarti bahwa variabel bauran pemasaran terhadap minat menabung memiliki hubungan yang positif.
- 3) Ketika variabel X2 (Kualitas pelayanan) mengalami peningkatan satu satuan maka meningkatkan nilai minat menabung sebesar 0,129 Bernilai positif (+) pada angka

0,129 berarti bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung memiliki hubungan yang positif.

f. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji – t digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah keduanya benar ada berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial atau tidak. Untuk melihat koefisien variabel bebas dapat menggunakan *unstandardized coefficient* ataupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat signifikansi masing –masing variabel. Tingkat kesalahan signifikansi $\alpha = 5 \%$.

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.13 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,501	,480		3,128	,002
	Bauran_Pemasaran	,780	,054	,842	14,450	,000
	Kualitas_Pelayanan	,129	,053	,141	2,422	,018

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan hasil uji - t pada tabel 4.13 menunjukkan hasil uji - t sebagai berikut dengan signifikansi 0,05 dan sementara nilai ttabel sebesar 1.99125.

a) Pengaruh bauran pemasaran (X1) terhadap minat menabung (Y)

(1) H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap minat menabung pada BMT PETA Trenggalek

(2) H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap minat menabung pada BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $14,45 > 1,99125$ dan $sig. 0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan terima H1. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap minat menabung di BMT PETA Trenggalek.

b) Pengaruh Kualitas pelayanan (X2) terhadap minat menabung (Y)

a) H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada BMT PETA Trenggalek

- b) H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,422 > 1,99125$ dan $sig. 0,018 < 0,05$ maka H0 ditolak dan terima H1. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BMT PETA Trenggalek.

2) Uji F dan Uji Signifikan Persamaan

Uji- f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. Dengan kriteria pengambilan:

H0 = Secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H1 = Secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

a) H0 diterima H1 ditolak, apabila $F_{hitung} < F_{table}$, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

b) H0 ditolak H1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{table}$, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Tabel 4.14
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334,773	2	167,387	532,276	,000 ^b
	Residual	24,214	77	,314		
	Total	358,988	79			
a. Dependent Variable: Minat_Menabung						
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran						

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Dari table 4.14 diatas didapatkkkan nilai F hitung sebesar 532,276 dan signifikasi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dai 0,05 (taraf signifikasi). Sementara F tabel diperoleh dari perhitungan $df_1=k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 2 (berarti kolom ke 2) dan $df_2 = n - k = 80 - 2 - 1 = 73$ (berarti baris ke 73). Sehingga diperoleh F table sebesar 3,12. Ini berarti bahwa F hitung sebesar 532,276 yang lebih besar dari F table sebesar 3,12. Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena F hitung lebih besar dari F table atau signifikansi F lebih kecil dari nilai α atau ada pengaruh secara simultan antara variable bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BMT PETA Tulungagung.

g. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variable Independen terhadap variable dependen dengan menilai nilai Adjuste R Square dari data table Model Summary

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,966 ^a	,933	,931	,561	2,306
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran					
b. Dependent Variable: Minat_Menabung					

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan data table 4.15 diatas, dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,933 atau sama dengan 93,3 % yang artinya artinya bauran pemasaran dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 93,3% terhadap minat menabung dan 6,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian

2. BMT Istiqomah Tulungagung

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df (degree of freedom)* dengan rumus $df = n-2$, dimana n = jumlah sampel. Jadi *df* yang digunakan adalah $80- 2 = 78$ dengan alpha sebesar 5%, maka hasil nilai *r* tabel sebesar 0,196. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel dan nilai *r* positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

Tabel 4. 16

Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,818	0,2907	Valid
X1.2	0,860	0,2907	Valid
X1.3	0,822	0,2907	Valid
X1.4	0,927	0,2907	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.16 diatas, diketahui bahwa rhitung lebih besar dari rtabel . Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.17

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Item	R hitung	R table	Keterangan
X2.1	0,915	0,2907	Valid
X2.2	0,915	0,2907	Valid
X2.3	0,921	0,2907	Valid
X2.4	0,968	0,2907	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.17 diatas, diketahui bahwa rhitung lebih besar dari rtabel . Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4. 18

Hasil Uji Validitas Minat Menabung

No Item	R hitung	R table	Keterangan
---------	----------	---------	------------

Y1.1	0,874	0,2907	Valid
Y1.2	0,946	0,2907	Valid
Y1.3	0,925	0,2907	Valid
Y1.4	0,896	0,2907	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas 4.18 diatas, diketahui bahwa rhitung lebih besar dari rtabel . Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indek pengukuran yang menunjukkan hasil konsistensi suatu alat dalam mengukur gejala yang sama dengan alat yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Croanbach Alpha. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

Tabel 4.20

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Bauran Pemasaran (X1)	0,847	Reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	0,855	Reliable
Minat Menabung	0,835	Reliable

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan pengujian pada table 4.20 uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa, nilai dari Cronbach's Alpha variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,81 yaitu $0,847 > 0,81$, berarti variabel bauran pemasaran sangat reliabel. Nilai Cronbach's Alpha variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,81 yaitu $0,855 > 0,81$, berarti variabel kualitas pelayanan sangat reliabel. Nilai Cronbach's Alpha variabel lokasi lebih besar dari 0,81 yaitu $0,835 > 0,81$, berarti variabel minat menabung sangat reliable.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal ataupun tidak, sehingga dapat diketahui data dapat dipakai dalam statistik parametric. Untuk mengetahui uji data tersebut, maka dilakukan dengan pengujian pendekatan Kalmogorov – Smirnov.

Tabel 4.20

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Bauran_Pemasaran

N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16,13
	Std. Deviation	1,343
Most Extreme Differences	Absolute	,300
	Positive	,300
	Negative	-,157
Test Statistic		,300
Asymp. Sig. (2-tailed)		,150 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan table 4.20 diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,150 yang artinya Sig. (2 – tailer) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang muncul untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas maka, jika nilai Variance inflation factor (VIP) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4.21 Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Toleranc e	VIF

1	(Constant)		
	Bauran_Pemasaran	,993	1,007
	Kualitas_Pelayanan	,993	1,007
a. Dependent Variable: Minat_Menabung			

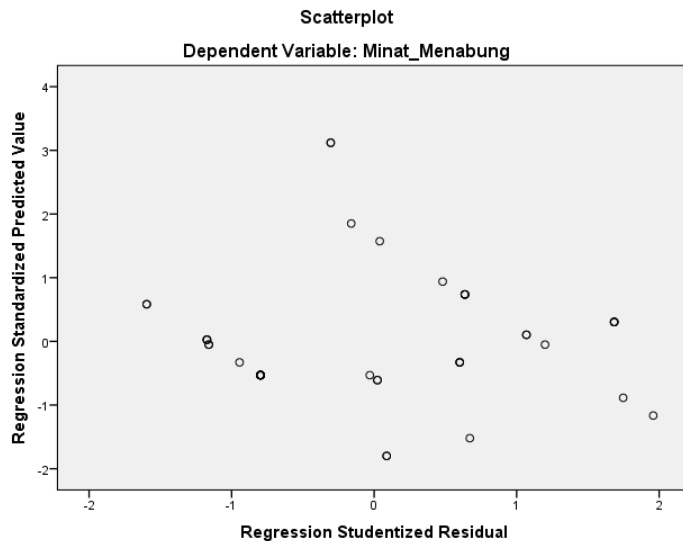
Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan table 4.21 diatas untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIP), apakah nilai lebih besar dari 10, maka model 46 terbebas dari multikolinieritas. Dari data diatas diketahui nilai untuk bauran pemasaran 1,007, kualitas pelayanan 1,007 Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari 10.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas merupakan uji dimana cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, dengan syarat jika : 1). Titik – titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, 2). Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, 3). Penyebaran titik –titik data tidak boleh membentuk pola gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

Tabel 4.22 Scatterplot



Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Dari table 4.22 Scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak adaya bentuk sebuah pola. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas. Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada table scatterplot, maka perlu adanya uji glejser. Uji ini dilakukan untuk meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada suatu variabel tertentu dengan variabel sebelumnya. Cara mendeteksi

ada tidaknya Autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai

Durbin Watson:

Tabel 2.23 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,572 ^a	,327	,295	1,333	2,434
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran					
b. Dependent Variable: Minat_Menabung					

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

- a) Angka DW dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.
- b) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.
- c) Angka D-W diatas -2 berarti terjadi autokorelasi negatif.

Dari table 4.24 dapat diketahui nilai Durbin Watson sebesar 2,434 pembanding menggunakan nilai sig 5% jumlah sampel 46 (n) dan jumlah variabel independen ada 2 (k=2) maka di table Durbin Watson akan didapati nilai du sebesar . Karena nilai DW 2,036 lebih besar dari batas du (1,6176) dan kurang dari 4- 1,6176 (2,3824) maka dapat diketahui tidak terdapat autokorelasi.

e. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.24

Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,783	3,081		1,228	,226
	Bauran_Pemasaran	,576	,148	,487	3,879	,000
	Kualitas_Pelayanan	,253	,122	,261	2,079	,044

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada table 4.24 diatas.

Diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = 3,783 + 0,576 X_1 + 0,253 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 3,783 menunjukkan bahwa pengaruh positif variabel independen (bauran pemasaran dan kualitas pelayanan). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel kepuasan pembelian konsumen akan naik atau terpenuhi.
- 2) Ketika variabel X1 (Bauran Pemasaran) mengalami peningkatan satu satuan maka meningkatkan nilai minat menabung sebesar 0,576. Bernilai positif (+) pada angka 0,576 berarti bahwa variabel bauran pemasaran terhadap minat menabung memiliki hubungan yang positif.
- 3) Ketika variabel X2 (Kualitas pelayanan) mengalami peningkatan satu satuan maka meningkatkan nilai minat menabung sebesar

0,253 Bernilai positif (+) pada angka 0,253 berarti bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung memiliki hubungan yang positif.

f. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji – t digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah keduanya benar ada berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial atau tidak. Untuk melihat koefisien variabel bebas dapat menggunakan *unstandardized coefficient* ataupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat signifikansi masing –masing variabel. Tingkat kesalahan signifikansi $\alpha = 5 \%$.

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.25 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,783	3,081		1,228	,226
	Bauran_Pemasaran	,576	,148	,487	3,879	,000
	Kualitas_Pelayanan	,253	,122	,261	2,079	,044

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan hasil uji - t pada tabel 4.25 menunjukkan hasil uji - t sebagai berikut dengan signifikansi 0,05 dan sementara nilai ttabel sebesar 2.01669.

a) Pengaruh bauran pemasaran (X1) terhadap minat menabung (Y)

H 0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap minat menabung pada BMT Istiqomah Tulungagung

H 1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap minat menabung pada BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai thitung > ttabel yaitu $3,879 > 2.01669$ dan $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan terima H1. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap minat menabung di BMT Istiqomah Tulungagung.

b) Pengaruh Kualitas pelayanan (X2) terhadap minat menabung (Y)

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada BMT PETA Trenggalek

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,079 > 2.01669$ dan $sig. 0,044 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan terima H_1 . Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BMT Istiqomah Tulungagung.

3) Uji F dan Uji Signifikan Persamaan

Uji- f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. Dengan kriteria pengambilan:

H_0 = Secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 = Secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

c) H_0 diterima H_1 ditolak, apabila $F_{hitung} < F_{table}$, pada taraf signifikansi $\alpha = 5 \%$

d) H_0 ditolak H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{table}$, pada taraf signifikansi $\alpha = 5 \%$

Tabel 4.26
Hasil Uji f

ANOVA ^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37,084	2	18,542	10,437	,000 ^b
	Residual	76,394	43	1,777		
	Total	113,478	45			
a. Dependent Variable: Minat_Menabung						
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran						

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Dari table 4.26 diatas didapatkkan nilai F hitung sebesar 10,437 dan signifikasi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dai 0,05 (taraf signifikasi). Sementara F tabel diperoleh dari perhitungan $df_1=k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 2 (berarti kolom ke 2) dan $df_2 = n - k = 46 - 2 - 1 = 43$ (berarti baris ke 43). Sehingga diperoleh F table sebesar 2,47. Ini berarti bahwa F hitung sebesar 10,437 yang lebih besar dari F table sebesar 3,21. Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena F hitung lebih besar dari F table atau signifikansi F lebih kecil dari nilai α atau ada pengaruh secara simultan antara variable bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BMT Istiqomah Karangrejo, Tulungagung

g. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variable Independen terhadap variable dependen dengan menilai nilai Adjuste R Square dari data table Model Summary

Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,572 ^a	,327	,295	1,333
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran				
b. Dependent Variable: Minat_Menabung				

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 24.0

Berdasarkan data table 4.27 diatas, dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,327, artinya bauran pemasaran dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 32,7% terhadap minat menabung dan 67,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.