

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Karakter Responden

Data Deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif pada penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat dari profil data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4 bagian:

Berikut ini pembagian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

i. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Jenis Kelamin
BMT UG Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

	Frequency	Percent
Laki-Laki	24	61,8
Perempuan	21	38,2
Total	45	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Tabel 4.2
Karakteristik Jenis Kelamin
KSPPS BMT PETA Blitar

	Frequency	Percent
Laki-Laki	21	38,2
Perempuan	34	61,8
Total	55	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 dan 4.2 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar dari 45 responden, 61,8% atau 24 orang berjenis kelamin laki-laki dan 38,2% atau 21 orang berjenis kelamin perempuan. Sedangkan pada KSPPS BMT Peta Blitar dari 55 responden, 38,2 atau 21 orang berjenis kelamin laki-laki dan 61,8% atau 34 orang berjenis kelamin perempuan.

j. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

	Frequency	Percent
21-30	11	24,4
31-40	16	35,6
41-50	9	20,0
51-60	6	13,3
< 20	3	6,7
Total	45	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
KSPPS BMT PETA Blitar

	Frequency	Percent
21-30	4	7,3
31-40	23	41,8
41-50	13	23,6
51-60	9	16,4
< 20	6	10,9
Total	55	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 dan 4.4 dapat diketahui dari 100 responden pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar, umur responden kurang dari 20 tahun adalah 3 nasabah, usia terbanyak terdapat pada usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 23 orang, usia 21-30 tahun sebanyak 11 orang, usia

41-50 sebanyak 9 orang. Dan usia 51-60 tahun sebanyak 6 orang. Sedangkan pada KSPPS BMT PETA Blitar usia responden kurang dari 20 tahun adalah 6 nasabah, usia terbanyak terdapat pada usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 23 orang, usia 21-30 tahun sebanyak 4 orang, sedangkan usia 41-50 sebanyak 13 orang. Dan usia 51-60 tahun sebanyak 9 orang.

k. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

	Frequency	Percent
SD	5	11,1
SMP	12	26,7
SMA	23	41,8
Diploma	2	3,6
Sarjana	3	6,7
Total	45	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
KSPPS BMT PETA Blitar

	Frequency	Percent
SD	3	5,5
SMP	14	25,5
SMA	35	63,6
Diploma	1	1,8
Sarjana	2	3,6
Total	55	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 dan 4.6 dapat diketahui pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar dari 100 responden, latar belakang pendidikan SMA memiliki jumlah terbanyak yaitu sebesar 23 orang, pendidikan SMP sebanyak 12 orang, pendidikan SD sebanyak 5 orang, sedangkan untuk pendidikan Sarjana sebanyak 3 orang dan untuk

pendidikan paling sedikit terdapat pada pendidikan Diploma yaitu sebanyak 2 orang. Sedangkan pada KSPSS BMT PETA Blitar latar belakang pendidikan SMA memiliki jumlah terbanyak yaitu sebesar 35 orang, pendidikan SD sebanyak 3 orang, pendidikan SMP sebanyak 14 orang, sedangkan untuk pendidikan Diploma sebanyak 1 orang dan untuk pendidikan Sarjana yaitu sebanyak 2 orang.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4.7

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar**

	Frequency	Percent
Kurang dari 1.000.000	11	24,2
1.000.000-2.000.000	23	51,1
2.000.000-3.000.000	8	17,8
Lebih dari 3.000.000	3	6,7
Total	45	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Tabel 4.8

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan
KSPSS BMT PETA Blitar**

	Frequency	Percent
Kurang dari 1.000.000	9	16,4
1.000.000-2.000.000	27	49,1
2.000.000-3.000.000	13	23,6
Lebih dari 3.000.000	6	10,9
Total	55	100,0

Sumber : Data Sekunder yang di olah SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 dan 4.8 dapat diketahui bahwa pendapatan perbulan responden BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar dari 100 responden, pendapatan perbulan 1.000.000-2.000.000 memiliki jumlah terbanyak yaitu sebanyak 23 orang, pendapatan perbulan kurang dari

1.000.000 sebanyak 11 orang, pendapatan perbulan 2.000.000-3.000.000 sebanyak 8 orang, dan pendapatan perbulan lebih dari 3.000.000 sebanyak 3 orang. Sedangkan KSPPS BMT PETA Blitar pendapatan perbulan 1.000.000-2.000.000 memiliki jumlah terbanyak yaitu sebesar 27 orang, pendapatan perbulan kurang dari 1.000.000 9 orang, pendapatan perbulan 2.000.000-3.000.000 sebanyak 13 orang, dan pendapatan perbulan lebih dari 3.000.000 sebanyak 6 orang.

2. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari indikator variabel bebas pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM dan strategi pemasaran, serta variabel terikat pendapatan UMKM. Kuesioner yang disebarkan kepada anggota BMT UGT Sidogiri Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar, dan diukur menggunakan skala likert. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di tabel berikut:

a. Variabel Pembiayaan *Murabahah* (X_1)

Tabel 4.9
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pembiayaan *Murabahah* (X_1)
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		$X_{1,1}$	$X_{1,2}$	$X_{1,3}$	$X_{1,4}$		
SS	5	18	26	25	27	96	60,5%
S	4	27	19	15	18	79	39,5%
RG	3	0	0	5	0	0	0%
TS	2	0	0	0	0	0	0%
STS	1	0	0	0	0	0	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 96 jawaban atau 60,5%, setuju

sebanyak 79 jawaban atau 39,5%, ragu-ragu sebanyak 10 jawaban atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

Tabel 4.10
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pembiayaan Murabahah (X_1)
KSPPS BMT PETA Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$		
SS	5	22	30	34	26	112	52%
S	4	32	18	20	28	98	45,5%
RG	3	0	6	0	0	6	2,5%
TS	2	0	0	0	0	0	0%
STS	1	0	0	0	0	0	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 112 jawaban atau 52%, setuju sebanyak 98 jawaban atau 45,5%, ragu-ragu sebanyak 6 jawaban atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

b. Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2)

Tabel 4.11
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas SDM (X_2)
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$		
SS	5	26	17	21	27	91	57,3%
S	4	19	28	24	17	88	42,5
RG	3	0	0	0	1	1	0,2%
TS	2	0	0	0	0	0%	0%
STS	1	0	0	0	0	0%	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 91 jawaban atau 52%, setuju sebanyak 88 jawaban atau 45,5%, ragu-ragu sebanyak 1 jawaban atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

Tabel 4.12

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Variabel Kualitas SDM (X_2)

KSPPS BMT PETA Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$		
SS	5	31	34	34	18	117	58,5%
S	4	23	20	19	36	98	39,5
RG	3	0	0	1	0	1	2%
TS	2	0	0	0	0	0	0%
STS	1	0	0	0	0	0	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 117 jawaban atau 58,5%, setuju sebanyak 98 jawaban atau 39,5%, ragu-ragu sebanyak 1 jawaban atau 2%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

c. Variabel Strategi Pemasaran (X_3)

Tabel 4.13

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Strategi Pemasaran (X_3)

BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		$X_{3.1}$	$X_{3.2}$	$X_{3.3}$	$X_{3.4}$		
SS	5	24	24	24	24	96	44,3%
S	4	21	21	21	21	84	55,7%
RG	3	0	0	0	0	0	0%
TS	2	0	0	0	0	0	0%

STS	1	0	0	0	0	0	0%
-----	---	---	---	---	---	---	----

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 96 jawaban atau 44,3%, setuju sebanyak 84 jawaban atau 55,7%, ragu-ragu sebanyak 0 jawaban atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

Tabel 4.14
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Strategi Pemasaran (X₃)
KSPPS BMT PETA Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}		
SS	5	29	29	20	17	95	51,7%
S	4	25	25	34	26	110	43,3%
RG	3	0	0	0	11	11	5%
TS	2	0	0	0	0	0	0%
STS	1	0	0	0	0	0	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 95 jawaban atau 51,7%, setuju sebanyak 110 jawaban atau 43,3%, ragu-ragu sebanyak 11 jawaban atau 5%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%

d. Variabel Pendapatan UMKM (Y)

Tabel 4.15
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pendapatan UMKM (Y)
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		Y _{1.1}	Y _{1.2}	Y _{1.3}	Y _{1.4}		
SS	5	10	10	13	23	56	31%

S	4	30	35	32	22	119	66,5%
RG	3	5	0	0	0	5	2,5%
TS	2	0	0	0	0	0	0%
STS	1	0	0	0	0	0	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 56 jawaban atau 31%, setuju sebanyak 199 jawaban atau 66,5%, ragu-ragu sebanyak 5 jawaban atau 2,5%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

Tabel 4.16
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pendapatan UMKM (Y)
KSPPS BMT PETA Blitar

Kategori	Skor	Banyaknya jawaban responden				Total	%
		Y _{1.1}	Y _{1.2}	Y _{1.3}	Y _{1.4}		
SS	5	14	14	17	28	73	52%
S	4	34	40	37	26	137	45,5%
RG	3	6	0	0	0	6	2,5%
TS	2	0	0	0	0	0	0%
STS	1	0	0	0	0	0	0%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui jawaban responden dengan pilihan sangat setuju sebanyak 73 jawaban atau 52%, setuju sebanyak 137 jawaban atau 45,5%, ragu-ragu sebanyak 6 jawaban atau 2,5%, tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 jawaban atau 0%.

B. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menguji pengaruh pembiayaan *murabahah* (X_1), kualitas sumber daya manusia (X_2) dan strategi pemasaran (X_3) sebagai variabel

independen dan pendapatan UMKM (Y) sebagai variabel dependen pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar. Deskripsi dari masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 4.17
Hasil Uji Statistik Deskriptif
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	45	15	20	18,02	1,644
Kualitas SDM	45	15	20	18,00	1,492
Strategi Pemasaran	45	16	20	17,98	1,712
Pendapatan UMKM	45	15	20	17,13	1,714
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Penjabaran dari Tabel 4.17 diketahui variabel pembiayaan *murabahah* memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel pembiayaan *murabahah* 18,02 dan nilai std. deviasi sebesar 1,644. Pada variabel kualitas SDM memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel kualitas SDM 18,00 dan nilai std. deviasi sebesar 1,492. Sedangkan variabel strategi pemasaran memiliki nilai minimum 16 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel strategi pemasaran 17,98 dan nilai std.deviasi sebesar 1,712. Dan variabel pendapatan UMKM memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel pendapatan UMKM 17,13 dan nilai std. deviasi sebesar 1,714.

Tabel 4.18
Hasil Uji Statistik Deskriptif
KSPPS BMT PETA Blitar

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	55	15	20	17,96	1,578
Kualitas SDM	55	15	20	17,89	1,383
Strategi Pemasaran	55	15	20	17,56	1,900
Pendapatan UMKM	55	15	20	17,24	1,790

Valid N (listwise)	55
--------------------	----

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji deskriptif pada Tabel 4.18 diketahui variabel pembiayaan *murabahah* memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel pembiayaan *murabahah* 17,96 dan nilai std. deviasi sebesar 1,578. Pada variabel kualitas SDM memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel kualitas SDM 17,89 dan nilai std. deviasi sebesar 1,383. Sedangkan variabel strategi pemasaran memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel strategi pemasaran 17,56 dan nilai std.deviasi sebesar 1,900. Dan variabel pendapatan UMKM memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata variabel pendapatan UMKM 17,24 dan nilai std. deviasi sebesar 1,790.

C. Pengujian Data

1. BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil dari uji validitas pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar:

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Variabel	Butir Pertanyaan	r hitung	r table	Sig.
Pembiayaan <i>Murabahah</i> (X ₁)	X _{1.1}	0,658	0,2483	0,000
	X _{1.2}	0,731	0,2483	0,000
	X _{1.3}	0,889	0,2483	0,000
	X _{1.4}	0,681	0,2483	0,000
Kualitas SDM	X _{2.1}	0,793	0,2483	0,000

(X ₂)	X _{2.2}	0,901	0,2483	0,000
	X _{2.3}	0,755	0,2483	0,000
	X _{2.4}	0,505	0,2483	0,000
Strategi Pemasaran (X ₃)	X _{3.1}	0,856	0,2483	0,000
	X _{3.2}	0,856	0,2483	0,000
	X _{3.3}	0,935	0,2483	0,000
	X _{3.4}	0,768	0,2483	0,000
Pendapatan UMKM (Y)	Y _{1.1}	0,910	0,2483	0,000
	Y _{1.2}	0,904	0,2483	0,000
	Y _{1.3}	0,905	0,2483	0,000
	Y _{1.4}	0,783	0,2483	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.19, dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,1966, maka setiap item pertanyaan dari variabel pembiayaan *murabahah* (X₁), kualitas SDM (X₂), strategi pemasaran (X₃) dan pendapatan UMKM (Y) masing-masing memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dinyatakan sah atau valid

Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar:

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,834
Kualitas SDM	0,796
Strategi Pemasaran	0,792
Pendapatan UMKM	0,830

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.20 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari seluruh variabel $> 0,60$. Dengan demikian seluruh variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berikut ini adalah hasil dari Uji Normalitas

Tabel 4.21
Hasil Uji Normalitas
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

	Unstandardized residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,201

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.21 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas, diperoleh nilai signifikansi dari pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran adalah 0,084. Artinya nilai Sig 0,201 $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang sudah diuji dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Berikut merupakan hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4.22
Hasil Uji Multikolinieritas
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Variabel	Tolerance	VIF
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,881	1,135
Kualitas SDM	0,474	2,110
Strategi Pemasaran	0,519	1,926

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

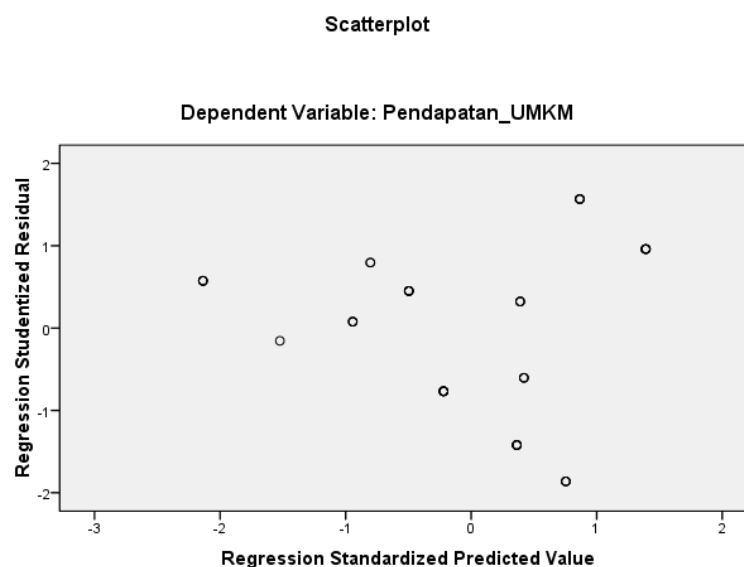
Berdasarkan dari hasil Tabel 4.22 pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel pembiayaan *murabahah* (X1)

1,135 pada variabel kualitas SDM (X2) 2,110 pada variabel strategi pemasaran (X3) 1,926. Sedangkan hasil dari nilai tolerance dari pengujian diatas yaitu menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel pembiayaan *murabahah* (X1) 0,881 pada variabel kualitas SDM (X2) 0,474 pada variabel strategi pemasaran (X3) 0,519. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,10 , sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini merupakan hasil dari uji glesjer pada uji heteroskedastisitas:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar



Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil Scatterplot diatas, dapat dilihat bahwa:

- a. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- b. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Sehingga dapat disimpulkan dari hasil uji heteroskedastisitas diatas bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

c. Uji Regresi Linier Berganda

Berikut ini merupakan hasil dari analisis regresi berganda:

Tabel 4.23
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Variabel	Nilai β
Constant (α)	1,014
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,574
Kualitas SDM	-0,395
Strategi Pemasaran	0,717

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.23 di atas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,014 + 0,574X_1 - 0,395X_2 + 0,717X_3$$

- 1) Apabila nilai variabel yang terdiri dari pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran memiliki nilai konstanta tetap sebesar 1,014 dengan mempunyai nilai 0 atau tidak ada, maka minat pendapatan UMKM nilainya positif sebesar 1,014 satuan. Karena nilai konstantanya bernilai positif artinya pendapatan UMKM tidak akan mengalami penurunan apabila pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran dalam keadaan konstanta tetap.
- 2) Koefisien regresi X_1 (pembiayaan *murabahah*) sebesar 0,574 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel pembiayaan *murabahah* akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,574. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel pembiayaan *murabahah* maka pendapatan UMKM akan turun sebesar 0,574 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.
- 3) Koefisien regresi X_2 (Kualitas SDM) sebesar -0,395 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Kualitas SDM akan menurunkan pendapatan UMKM sebesar -0,395. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel Kualitas SDM maka pendapatan UMKM akan naik sebesar 0,395 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.

- 4) Koefisien regresi X_3 (strategi pemasaran) sebesar 0,717 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel strategi pemasaran akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,717. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel strategi pemasaran maka pendapatan UMKM akan turun sebesar 0,717 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.

d. Uji Hipotesis

1) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Berikut merupakan uji F pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar:

Tabel 4.24
Hasil Uji Serentak (Uji F)
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

F-hitung	F-tabel	Sig.
17,916	2,832	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.24 diatas dapat peroleh bahwa F hitung sebesar 17,916 sedangkan untuk F-tabel dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 2,832. Karena $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi kesimpulannya bahwa variabel pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran secara bersama-

sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

2) Uji T (Parsial)

Hasil dari Uji Parsial (Uji T) dapat dilihat dalam tabel 4.21 berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji Parsial (Uji T)
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Variabel	T-hitung	T-tabel	Sig.
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	5,030	2,019	0,000
Kualitas SDM	-2,307	2,019	0,026
Strategi Pemasaran	5,028	2,019	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Pengujian Hipotesis:

a) Pengaruh Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara pembiayaan murabahah terhadap peningkatan pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara pembiayaan murabahah terhadap peningkatan pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.27 diketahui nilai signifikan sebesar 0,000. Jadi, nilai *sig.* < 0,05 maka terima H_1 dan tolak H_0 . Selain itu dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel

independen berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dengan nilai $5,030 > 2,019$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan pada hipotesa pertama adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya variabel Pembiayaan *Murabahah* berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

b) Pengaruh Kualitas SDM Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas SDM terhadap peningkatan pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara kualitas SDM terhadap peningkatan pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.27 diketahui nilai signifikan sebesar 0,026. Jadi, nilai *sig.* $< 0,05$ maka terima H_1 dan tolak H_0 . Selain itu dengan membandingkan nilai *t* hitung dan *t* tabel, jika nilai *t* hitung $>$ *t* tabel maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dengan nilai $-2,307 < 2,019$, artinya terdapat pengaruh negatif secara signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan pada hipotesa kedua adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya variabel Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh negatif secara signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

c) Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara strategi pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara strategi pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.27 diketahui nilai signifikan sebesar 0,000. Jadi, nilai *sig.* < 0,05 maka terima H_1 dan tolak H_0 . Selain itu dengan membandingkan nilai *t* hitung dan *t* tabel, jika nilai *t* hitung > *t* tabel maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dengan nilai $5,028 > 2,019$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan pada hipotesa ketiga adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya variabel strategi Pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap

pendapatan UMKM anggota BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

e. Uji Determinasi

Hasil dari uji koefisien deterinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel *modal summary* dsebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji Koefisien Determinasi
BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Model	R^2
Regresi	0,567

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.26 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari angka *Adjusted R Square* sebesar 0,567 artinya 56,7% sebagai variabel dependen (pendapatan UMKM) dan dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran. Sedangkan sisanya sebesar 43,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini

2. KSPPS BMT PETA Blitar

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil dari uji validitas pada KSPPS BMT PETA Blitar:

Tabel 4.27
Hasil Uji Validitas
KSPPS BMT PETA blitar

Variabel	Butir Pertanyaan	r hitung	r table	Sig.
Pembiayaan	X _{1.1}	0,671	0,2262	0,000

<i>Murabahah</i> (X ₁)	X _{1.2}	0,759	0,2262	0,000
	X _{1.3}	0,841	0,2262	0,000
	X _{1.4}	0,616	0,2262	0,000
Kualitas SDM (X ₂)	X _{2.1}	0,750	0,2262	0,000
	X _{2.2}	0,818	0,2262	0,000
	X _{2.3}	0,559	0,2262	0,000
	X _{2.4}	0,660	0,2262	0,000
Strategi Pemasaran (X ₃)	X _{3.1}	0,748	0,2262	0,000
	X _{3.2}	0,925	0,2262	0,000
	X _{3.3}	0,874	0,2262	0,000
	X _{3.4}	0,880	0,2262	0,000
Pendapatan UMKM (Y)	Y _{1.1}	0,921	0,2262	0,000
	Y _{1.2}	0,920	0,2262	0,000
	Y _{1.3}	0,920	0,2262	0,000
	Y _{1.4}	0,799	0,2262	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.27, dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,1966, maka setiap item pertanyaan dari variabel pembiayaan *murabahah* (X₁), kualitas SDM (X₂), strategi pemasaran (X₃) dan pendapatan UMKM (Y) masing-masing memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dinyatakan sah atau valid.

Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas pada KSPPS BMT PETA Blitar:

Tabel 4.28
Hasil Uji Reliabilitas
KSPPS BMT PETA Blitar

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,828
Kualitas SDM	0,838
Strategi Pemasaran	0,828
Pendapatan UMKM	0,838

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari seluruh variabel $> 0,60$. Dengan demikian seluruh variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berikut ini adalah hasil dari Uji Normalitas

Tabel 4.29
Hasil Uji Normalitas
KSPPS BMT PETA Blitar

	Unstandardized residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,114

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.29 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas, diperoleh nilai signifikansi dari pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran adalah 0,104. Artinya nilai Sig 0,114 $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang sudah diuji dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Berikut merupakan hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4.30
Hasil Uji Multikolinieritas
KSPPS BMT PETA Blitar

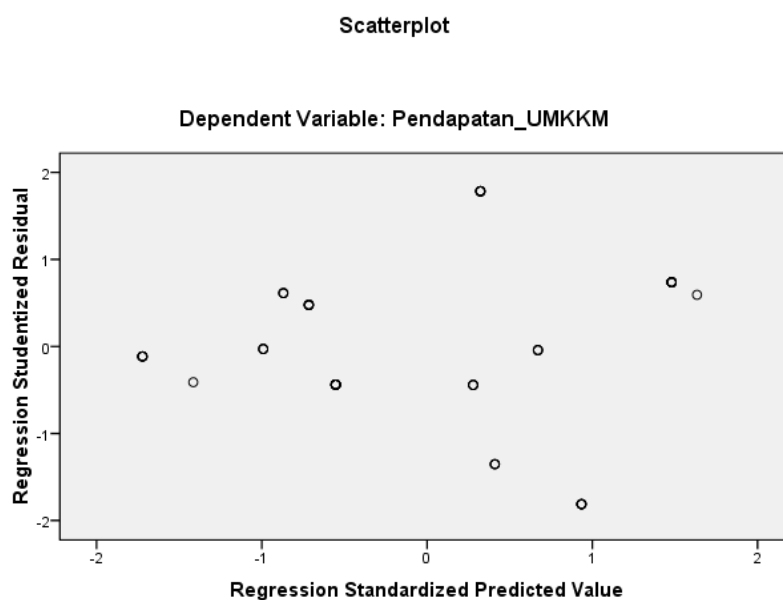
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,750	1,333
Kualitas SDM	0,562	1,779
Strategi Pemasaran	0,683	1,464

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan dari hasil Tabel 4.30 pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel pembiayaan *murabahah* (X1) 1,333 pada variabel kualitas SDM (X2) 1,779 pada variabel strategi pemasaran (X3) 1,464. Sedangkan hasil dari nilai tolerance dari pengujian diatas yaitu menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel pembiayaan *murabahah* (X1) 0,750 pada variabel kualitas SDM (X2) 0,562 pada variabel strategi pemasaran (X3) 0,683. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,10 , sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini merupakan hasil dari uji glesjer pada uji heteroskedastisitas:



Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 4.2 Berdasarkan hasil Scatterplot diatas, dapat dilihat bahwa:

- e. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- f. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- g. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- h. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Sehingga dapat disimpulkan dari hasil uji heteroskedastisitas diatas bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

c. Uji Regresi Linier Berganda

Berikut ini merupakan hasil dari analisis regresi berganda:

Tabel 4.31
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
KSPPS BMT PETA Blitar

Variabel	Nilai β
Constant (α)	3,109
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,518
Kualitas SDM	-0,187
Strategi Pemasaran	0,465

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.31 di atas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,109 + 0,518X_1 - 187X_2 + 0,465X_3$$

- 1) Apabila nilai variabel yang terdiri dari pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran memiliki nilai konstanta tetap sebesar 3,109 dengan mempunyai nilai 0 atau tidak ada, maka minat pendapatan UMKM nilainya positif sebesar 3,109 satuan. Karena nilai konstantanya bernilai positif artinya pendapatan UMKM tidak akan mengalami penurunan apabila pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran dalam keadaan konstanta tetap.
- 2) Koefisien regresi X_1 (pembiayaan *murabahah*) sebesar 0,518 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel pembiayaan *murabahah* akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,518. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel pembiayaan *murabahah* maka pendapatan UMKM akan turun sebesar 0,518 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.
- 3) Koefisien regresi X_2 (Kualitas SDM) sebesar -0,187 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Kualitas SDM akan menurunkan pendapatan UMKM sebesar -0,187. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel Kualitas SDM maka pendapatan

UMKM akan naik sebesar -0,187 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.

- 4) Koefisien regresi X_3 (strategi pemasaran) sebesar 0,465 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel strategi pemasaran akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,465. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel strategi pemasaran maka pendapatan UMKM akan turun sebesar 0,465 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.

d. Uji Hipotesis

1) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Berikut merupakan uji F pada KSPPS BMT PETA Blitar:

Tabel 4.32
Hasil Uji Serentak (Uji F)
KSPPS BMT PETA Blitar

F-hitung	F-tabel	Sig.
14,241	2,194	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.32 diatas dapat peroleh bahwa F hitung sebesar 14,241 sedangkan untuk F-tabel dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 2,194. Karena $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jadi kesimpulannya bahwa variabel pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota KSPPS BMT PETA Blitar.

2) Uji T (Parsial)

Hasil dari Uji Parsial (Uji T) dapat dilihat dalam tabel 4.35 berikut:

Tabel 4.33
Hasil Uji Parsial (Uji T)
KSPPS BMT PETA Blitar

Variabel	T-hitung	T-tabel	Sig.
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	3,808	2,007	0,000
Kualitas SDM	-1,042	2,007	0,303
Strategi Pemasaran	3,929	2,007	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Pengujian Hipotesis:

a) Pengaruh Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di KSPPS BMT PETA Blitar

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara pembiayaan *murabahah* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di KSPPS BMT PETA Blitar

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara pembiayaan *murabahah* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di KSPPS BMT PETA Blitar

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.33 diketahui nilai signifikan sebesar 0,000. Jadi, nilai *sig.* < 0,05 maka terima H_1 dan tolak H_0 . Selain itu dengan membandingkan nilai t hitung dan t

tabel, jika nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dengan nilai $3,808 > 2,007$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan pada hipotesa pertama adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya variabel *Pembiayaan Murabahah* berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota KSPPS BMT PETA Blitar.

b) Pengaruh Kualitas SDM Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di KSPPS BMT PETA Blitar

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas SDM terhadap peningkatan pendapatan UMKM di KSPPS BMT PETA Blitar

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara kualitas SDM terhadap peningkatan pendapatan UMKM di KSPPS BMT PETA Blitar

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.35 diketahui nilai signifikan sebesar 0,303. Jadi, nilai *sig.* $>$ 0,05 maka tolak H_1 dan terima H_0 . Selain itu dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dengan nilai $-1,042 < 2,007$, artinya terdapat pengaruh negatif tidak signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan pada hipotesa kedua adalah tolak H_1 dan terima H_0 , artinya variabel Kualitas Sumber

Daya Manusia berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota KSPPS BMT PETA Blitar.

c) Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di KSPPS BMT PETA Blitar

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas stratehi pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di KSPPS BMT PETA Blitar

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara strategi pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di KSPPS BMT PETA Blitar

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.35 diketahui nilai signifikan sebesar 0,000. Jadi, nilai *sig.* < 0,05 maka terima H_1 dan tolak H_0 . Selain itu dengan membandingkan nilai *t* hitung dan *t* tabel, jika nilai *t* hitung > *t* tabel maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dengan nilai $3,929 > 2,007$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan pada hipotesa ketiga adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya variabel Strategi Pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan UMKM anggota KSPPS BMT PETA Blitar.

e. Uji Determinasi

Hasil dari uji koefisien deterinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel *modal summary* dsebagai berikut:

Tabel 4.34
Hasil Uji Koefisien Determinasi
KSPPS BMT PETA Blitar

Model	R^2
Regresi	0,461

Sumber: Data Primer Penelitian yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.34 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari angka *Adjusted R Square* sebesar 0,461 artinya 46,1% sebagai variabel dependen (pendapatan UMKM) dan dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari pembiayaan *murabahah*, kualitas SDM, dan strategi pemasaran. Sedangkan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.