

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya Kospin Jasa Layanan Syariah

Koperasi Simpan Pinjam Jasa adalah sebuah Koperasi Simpan Pinjam yang terbesar di Indonesia yang didirikan di Pekalongan di kediaman H. A. Djunaid pada tanggal 13 Desember 1973, pada saat itu H. A. Djunaid bersama dengan para pengusaha yang berasal dari 3 etnis yaitu pribumi, keturunan arab dan keturunan china berkomitmen bersama untuk mendirikan Koperasi yang bergerak dalam bidang Simpan Pinjam dan diberi nama Jasa, dengan harapan dapat memberikan Jasa dan manfaat yang sebesar-besarnya untuk anggota, masyarakat, gerakan koperasi, lingkungan dan pemerintah.

Koperasi Simpan Pinjam hadir di awal dekade 1970-an sebagai sebuah lembaga keuangan yang melayani anggota yang pada saat itu banyak dari para pengusaha membutuhkan solusi permodalan untuk kegiatan usahanya. Sampai dengan saat ini Koperasi Simpan Pinjam Jasa terus berkomitmen untuk mensejahterakan anggotanya dengan senantiasa mengikutsertakan secara aktif semua pihak dan golongan tanpa membedakan suku, ras, golongan dan agama semata-mata hanya untuk bersatu padu dalam hidup berdampingan untuk memecahkan masalah di bidang ekonomi secara bersama-sama dalam satu wadah koperasi. Untuk

itulah Koperasi Simpan Pinjam Jasa mendapat predikat "Koperasi Kesatuan Bangsa" yang sampai saat ini tumbuh bersama membangun usaha menjadi koperasi simpan pinjam terpercaya, terbesar dan tersebar jaringannya dengan 100 kantor layanan di Indonesia.

Dengan semakin tumbuh dan berkembangnya lembaga keuangan yang berdasarkan pada prinsip-prinsip dan pola syariah di Indonesia, dan adanya rekomendasi dari Rapat Anggota Tahunan ke 28 pada tahun 2002 yang mengamanatkan kepada Koperasi Simpan Pinjam Jasa untuk membuka layanan keuangan yang berdasarkan pada prinsip syariah, serta adanya kecenderungan kebutuhan anggota dan calon anggota terhadap pelayanan pendanaan (simpanan) dan pembiayaan (pinjaman) yang berdasarkan pada pola syariah, maka Koperasi Simpan Pinjam Jasa, pada tanggal 17 Agustus 2004 meresmikan berdirinya Kospin Jasa Layanan Syariah oleh H. A. Zaky Arslan Djunaid.

Seiring dengan perjalanan waktu yang makin dinamis dan tuntutan anggota terhadap kebutuhan layanan keuangan syariah, kini Kospin Jasa Layanan Syariah mengembangkan jaringan kantornya di seluruh nusantara untuk lebih mendekatkan diri kepada anggota.

Sebagai upaya untuk menjaga aspek syariah dalam operasionalnya, Kospin Jasa layanan Syariah pada tanggal 10 Februari 2009 telah mendapatkan Sertifikasi Koperasi Syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Hal ini membuktikan, bahwa manajemen Kospin Jasa layanan Syariah berusaha secara optimal agar segala produk

layanan yang ditawarkan kepada anggota dapat terpercaya dan sesuai dengan fatwa-fatwa yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

4.1.2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Koperasi Syariah Kebanggaan Indonesia

b. Misi

Menjadi Kiblat Koperasi Syariah Dunia untuk mewujudkan Keadilan dan Kesejahteraan bagi anggota calon anggota, dan seluruh masyarakat.

4.1.3. Nilai-nilai

Setelah selama 7 tahun operasional Kospin Jasa Layanan Syariah, kini dalam transformasinya Kospin Jasa Layanan Syariah memantapkan komitmennya untuk membangun nilai-nilai perusahaan yang disingkat dengan **AMANAH**.

1. Amanah

Amanah, Jujur dan dapat dipercaya adalah sebuah keniscayaan yang harus dipegang dan dijunjung tinggi disetiap level tingkatan manajemen.

2. Manfaat

Memberikan Manfaat dan kemaslahatan seluas-luasnya untuk seluruh anggota, calon anggota dan seluruh masyarakat yang ikut berperan serta dalam menumbuhkembangkan Kospin Jasa Layanan

Syariah dengan mengedankan kesetaraan, kesejajaran dan kebersamaan bagi semua.

3. Akhlak Mulia

Akhlaq Mulia menjadi bagian yang sangat penting bagi seluruh yang terlibat di Kospin Jasa Layanan Syariah untuk memberikan layanan keuangan syariah yang terbaik dan berkualitas prima untuk semua yang merupakan perwujudan dari prinsip syariah yang universal.

4. Niat

Kospin Jasa Layanan Syariah sangat menyadari bahwa Niat untuk menggapai Puncak Ridho Allah sangatlah penting dan berpengaruh terhadap operasional dan aktivitas gerak langkahnya untuk mengembangkan Kospin Jasa Layanan Syariah.

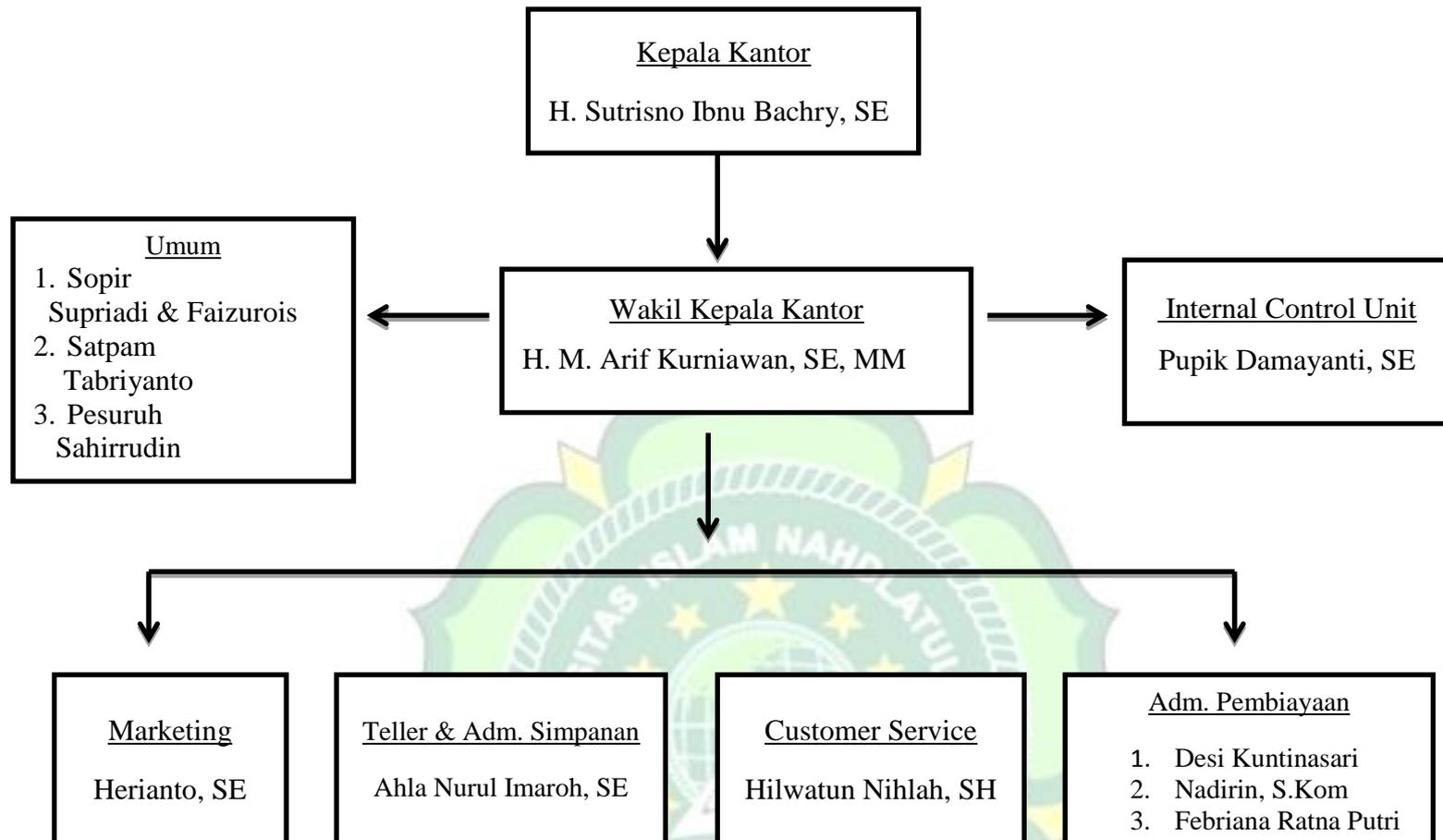
5. Adil

Keadilan merupakan komitmen Kospin Jasa Layanan Syariah sebagai upaya untuk membangun ekonomi syariah secara bersama.

6. Hasil

Hasil yang mensejahterakan dan penuh berkah bagi semua.

4.1.4. Struktur Organisasi



Gambar 4.1.
Struktur Organisasi
Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
Sumber : Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara

Struktur organisasi Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara telah menunjukkan garis wewenang dan garis tanggung jawab secara sederhana, flexible dan tegas sehingga menceminkan pemisahan fungsi dengan jelas. Uraian kerja antar bagian perusahaan sehubungan dengan proses pemberian pembiayaan adalah sebagai berikut:

a) Pimpinan Kantor

- 1) Bertanggung jawab terhadap semua kegiatan yang dilakukan oleh Kospin Jasa Syariah Jepara kepada pengurus Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 2) Membuat kebijakan mengenai proses pengajuan simpanan dan pinjaman yang diajukan oleh anggota dan calon anggota
- 3) Membina dan menciptakan hubungan yang baik antara karyawan di Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 4) Membina hubungan baik dengan para anggota dan calon anggota
- 5) Membuat dan menentukan strategi – strategi yang dapat memajukan Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara

b) Kepala Bagian Operasional

- 1) Bertanggung jawab langsung tentang kegiatan Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara kepada pimpinan kantor
- 2) Mengurus dan mengawasi administrasi intern Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 3) Mengontrol dan mengawasi tentang proses yang diajukan para anggota dan calon anggotauat
- 4) Membantu pimpinan kantor dalam membuat dan melaksanakan strategi yang dibuat oleh Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 5) Melakukan kegiatan personal selling dengan cara melakukan presentasi di instansi – instansi yang ada di Jepara secara bertahap

c) *Accounting*

- 1) Membuat laporan keuangan yang terjadi di Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 2) Membantu kepala kantor dalam menjalankan kegiatan operasional dalam menjalankan operasional sehari hari di Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara

d) *Administrasi rekening*

- 1) Memeriksa semua rekening yang masuk dari anggota ataupun calon anggota
- 2) Melakukan konfirmasi tentang jumlah rekening dari anggota atau calon anggota kepada semua cabang Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara yang ada di Jawa Tengah
- 3) Membantu melakukan *in house selling* yang dilakukamn dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada anggota maupun calon anggota yang datang langsung ke kantor Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara

e) *Teller*

- 1) Melayani anggota dan calon anggota dalam melakukan transaksi simpanan dan pinjaman
- 2) Melakukan kegiatan intern personal selling dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik mungkin dan menjelaskan produk-produk jasa layanan dari Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara.

f) *Costumer Services*

- 1) Memberikan penjelasan kepada anggota dan calon anggota yang datang di Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 2) Membantu melakukan kegiatan eksternal personal selling yang dilakukan oleh kepala kantor.

g) *Pembiayaan*

- 1) Bertanggung jawab terhadap kepala bagian operasional tentang semua pembiayaan yang diajukan di Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara
- 2) Memeriksa syarat-syarat kelengkapan dari anggota dan calon anggota yang akan mengajukan simpanan
- 3) Merekomendasikan anggota dan calon anggota yang telah memenuhi persyaratan kepada pimpinan kantor.
- 4) Membantu kepala bagian operasional dalam melakukan kegiatan *eksternal personal selling*

h) *Internal Control Unit*

- 1) Bertanggung jawab terhadap pimpinan kantor
- 2) Memeriksa keseluruhan transaksi yang terjadi di masing-masing bagian
- 3) Memeriksa kasus-kasus pembiayaan yang bermasalah

4.1.5. Produk-Produk KOSPIN Jasa Layanan Syariah Jepara

A. *Funding*

Adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat baik berupa titipan amanah (*Wadiah*) ataupun investasi *mudhorobah* yang akan

digunakan sebagai dana pembiayaan bagi masyarakat sesuai akad kebutuhan masing-masing.

1. Tabungan Safari

Merupakan produk simpanan untuk melayani masyarakat yang memenuhi kebutuhan terencana (pendidikan, pernikahan, membangun rumah, dll)

2. Takop Wadi'ah

Tabungan Koperasi Wadi'ah adalah simpanan anggota / calon anggota) pada Kospin Jasa Layanan Syariah berdasarkan prinsip Wadi'ah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan kebutuhan penyimpan. Kospin Jasa Layanan Syariah sesuai dengan kebijakan dapat memberikan bonus simpanan kepada penyimpan.

3. Simpanan Harian Wadi'ah

Simpanan yang dirancang untuk memahami kebutuhan usaha yang makin dinamis dan sekaligus untuk kelancaran dalam bisnis. Dengan menggunakan prinsip Wadi'ah yad Dhamanah, simpanan ini dapat ditarik sewaktu-waktu di semua kantor layanan Kospin Jasa dengan menggunakan media tanda terima.

4. Tabungan Koperasi Mudharabah

Tabungan Koperasi Mudharabah adalah investasi tidak terikat anggota/calon anggota pada Kospin Jasa Layanan Syariah berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah yang penarikannya

hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati. Penyimpan dana akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati pada saat pembukaan tabungan.

5. Tabungan Haji Labbaika Mudharabah

Bagi setiap insan yang beriman, menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci merupakan salah satu rukun islam yang wajib dijalankan (bagi yang mampu). Mengikhtiarkan persiapan dana untuk ibadah haji sejak dini adalah cara bijak untuk merealisasikan niat suci tersebut. Untuk itulah, Kospin Jasa Layanan Syariah siap membantu mewujudkan niat anda ke Tanah Suci dengan menyediakan Tabungan Haji Labbaika. Segeralah miliki Tabungan Haji Labbaika dan dapatkan beragam manfaat dan keunggulannya.

6. Simpanan Berjangka Mudharabah

Kospin Jasa Layanan Syariah memahami dana yang anda miliki adalah aset yang sangat berharga bagi kehidupan anda. Oleh sebab itu, Kospin Jasa Layanan Syariah menghadirkan layanan Simpanan Berjangka Mudharabah yang dirancang khusus sebagai alternatif pengelolaan dana investasi anda agar lebih menguntungkan.

B. Pembiayaan

Pembiayaan, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

a. Murobahah

Pembiayaan Murabahah adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip Murabahah dalam rangka pembelian barang kebutuhan modal kerja, barang dagangan, peralatan usaha, tanah, rumah, mobil, motor, sarana dan prasarana kerja, serta kebutuhan alat-alat investasi yang produktif.

b. Musyarakah

Pembiayaan Modal Kerja Musyarakah adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip Musyarakah dalam rangka memenuhi kebutuhan modal kerja anggota / calon anggota, untuk pengerjaan suatu proyek usaha.

1. Pembiayaan Musyarakah - Insidentil, pembiayaan yang jangka waktunya 3 (tiga) bulan, dengan pembayaran bagi hasilnya dilakukan setiap bulan dan pembayaran pokoknya pada saat jatuh tempo atau pembayaran pokok dan bagi hasilnya dibayarkan setiap bulan.
2. Pembiayaan Musyarakah - Harian, pembiayaan yang jangka waktunya 12 (dua belas) bulan, dengan pembayaran bagi

hasil setiap bulannya disesuaikan dengan pemakaian fasilitas plafond (wa'ad) pembiayaannya. Penarikan pembiayaan ini menggunakan media tanda terima (TT) Kospin Jasa Layanan Syariah, yang dapat ditarik dari seluruh kantor layanan Kospin Jasa Layanan Syariah.

3. Ijarah

Pembiayaan Multijasa Ijarah adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip Ijarah dalam rangka penyewaan manfaat suatu barang atau jasa seperti jasa pengurusan biaya haji, umroh, pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, pariwisata dan lain-lain oleh anggota / calon anggota.

4.2. Hasil Analisis Data

4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1.1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Pengujian menggunakan r tabel dengan taraf signifikansi 5% .Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.1.berikut ini:

Tabel 4.1.
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keputusan
Pengetahuan Produk	x11	0,6982	0,2199	Valid
	x12	0,8032	0,2199	Valid
	x13	0,6810	0,2199	Valid
Aktivitas Promosi	x21	0,7212	0,2199	Valid
	x22	0,7046	0,2199	Valid
	x23	0,7547	0,2199	Valid
	x24	0,6913	0,2199	Valid
Religiusitas	x31	0,6723	0,2199	Valid
	x32	0,7061	0,2199	Valid
	x33	0,7320	0,2199	Valid
	x34	0,7142	0,2199	Valid
	x35	0,7105	0,2199	Valid
Bagi Hasil	x41	0,7401	0,2199	Valid
	x42	0,7148	0,2199	Valid
	x43	0,6424	0,2199	Valid
	x44	0,7810	0,2199	Valid
Keputusan Nasabah	y11	0,7447	0,2199	Valid
	y12	0,7617	0,2199	Valid
	y13	0,7162	0,2199	Valid
	y14	0,8012	0,2199	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.1. menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,2199. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini menggunakan Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2. berikut ini:

Tabel 4.2.
Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	20

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,960 dan lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan semua pertanyaan dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. (Ghozali, 2006)

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi asumsi klasik dalam modelnya. Terdapat 4 asumsi klasik pada Model Regresi Linier Berganda, yaitu Asumsi Normalitas, Asumsi Multikolinieritas, Asumsi Heteroskedastisitas dan Asumsi Autokorelasi. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan berikut ini.

4.2.3.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas yang dilakukan menggunakan residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik Q-Q Plot. Residual data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal Q-Q Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

a. Secara Formal

Tabel 4.3.
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,68179068
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,106
	Negative	-,098
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054 ^c

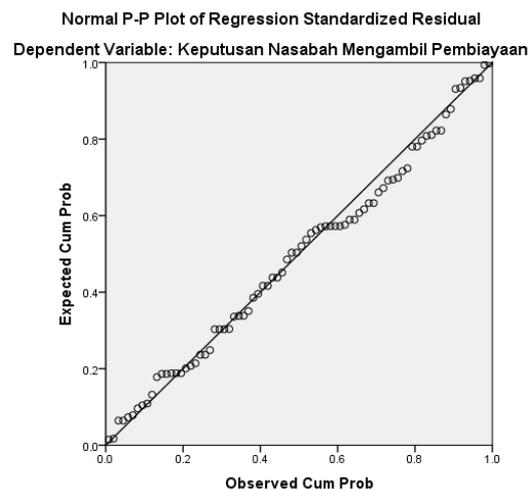
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada asumsi normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov dengan taraf signifikansi 5% dilihat nilai sig (0,054) $> \alpha$ (0,05) yang berarti H_0 diterima maka dapat disimpulkan residual berdistribusi normal.

b. Secara Visual



Gambar 4.2.
Pengujian Normalitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan grafik q-q plot dapat dilihat plot-plot mengikuti garis linier sehingga secara visual dapat disimpulkan residual berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4.
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.067	.490		.137	.892		
Pengetahuan Produk	.414	.083	.341	5.009	.000	.250	3.993
Aktivitas Promosi	.174	.076	.184	2.288	.025	.179	5.593
Religiusitas	.222	.057	.281	3.876	.000	.220	4.543
Bagi Hasil	.228	.070	.234	3.246	.002	.223	4.478

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

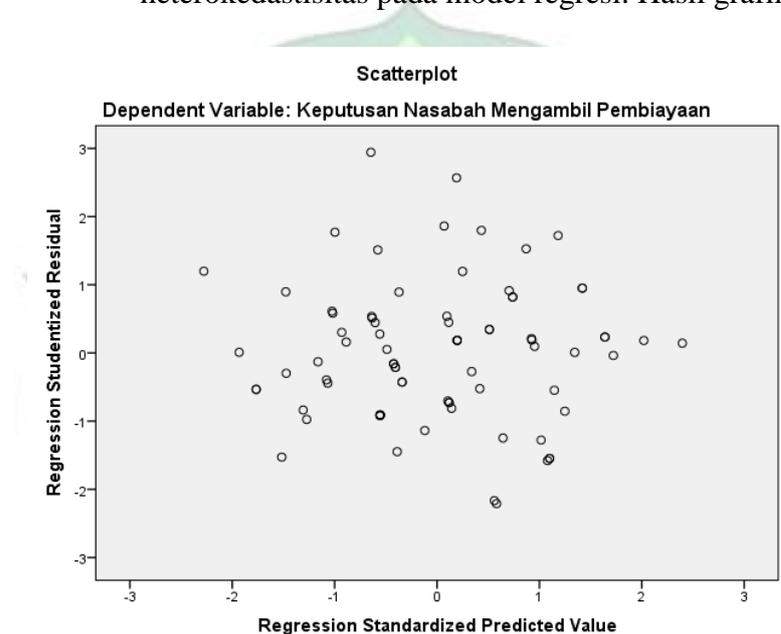
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas atau asumsi multikolinieritas tidak terpenuhi yang artinya tidak ada hubungan antara pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil.

4.2.3.2. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu dengan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut

homokedastisitas. Jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Hasil grafiknya adalah



Gambar 4.3.
Pengujian Heterokedastisitas
Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan grafik sresid by zpred di atas dapat dilihat bahwa plot-plotnya tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi varian residual homogen.

4.2.3.3. Pengujian Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Tabel 4.5.
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.913	.908	.86955	1.785

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Religiusitas, Pengetahuan Produk, Aktivitas Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Dari tabel model summary diketahui nilai durbin watson sebesar 1,785, artinya tidak ada autokorelasi karena $du(1,7430) < \text{durbin watson}(1,785) < 4-du(2,257)$.

4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel Pengetahuan Produk, Aktivitas Promosi dan Religiusitas secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Kerja. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 22.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan

program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel 4.6. berikut ini:

Tabel 4.6.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.067	.490		.137	.892		
	Pengetahuan Produk	.414	.083	.341	5.009	.000	.250	3.993
	Aktivitas Promosi	.174	.076	.184	2.288	.025	.179	5.593
	Religiusitas	.222	.057	.281	3.876	.000	.220	4.543
	Bagi Hasil	.228	.070	.234	3.246	.002	.223	4.478

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 0,067 + 0,414 X_1 + 0,174 X_2 + 0,222 X_3 + 0,228 X_4 + e$$

Berdasarkan tabel coefficients didapat hasil persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil signifikan dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil akan meningkatkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengetahuan produk mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.
- b. Aktivitas promosi mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

- c. Religiusitas mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.
- d. Bagi hasil mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan.

4.2.5. Pengujian Hipotesis

4.2.5.1. Uji t (Pengujian hipotesis secara parsial)

Untuk menguji apakah masing-masing variabel pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil secara parsial dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

Tabel 4.7.
Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.067	.490		.137	.892		
Pengetahuan Produk	.414	.083	.341	5.009	.000	.250	3.993
Aktivitas Promosi	.174	.076	.184	2.288	.025	.179	5.593
Religiusitas	.222	.057	.281	3.876	.000	.220	4.543
Bagi Hasil	.228	.070	.234	3.246	.002	.223	4.478

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.8.

Variabel	t hitung	t table	Sig
Pengetahuan Produk	5,009	1,992	0,000
Aktivitas Promosi	2,288	1,992	0,025
Religiusitas	3,876	1,992	0,000
Bagi Hasil	3,246	1,992	0,002

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

1. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,009 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel Pengetahuan Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.
2. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,288 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel aktivitas promosi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.
3. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,876 > 1,997$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel religiusitas (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.
4. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,246 > 1,997$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel bagi hasil (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

4.2.5.2. Uji F

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 4.9. berikut ini:

Tabel 4.9.
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	596.091	4	149.023	197.090	.000 ^b
	Residual	56.709	75	.756		
	Total	652.800	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Religiusitas, Pengetahuan Produk, Aktivitas Promosi

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik diperoleh nilai F hitung = 197,090 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai sig(0,00) < 0,05 atau nilai F hitung (197,090) > F tabel (2,49) menunjukkan bahwa secara bersama-sama pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

4.2.5.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square.

Tabel 4.9.
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.913	.908	.86955	1.785

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Religiusitas, Pengetahuan Produk, Aktivitas Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,908. Hal ini berarti 90,8% pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan sedangkan sisanya yaitu 9,2% keputusan nasabah mengambil pembiayaan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.6. Uji Dominasi

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar. Untuk membandingkan koefisien regresi masing-masing variabel independen, disajikan tabel peringkat sebagai berikut:

Tabel 4.10.
Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Peringkat	Variabel	Koefisien Beta
1	X1	0.414
4	X2	0.174
3	X3	0.222
2	X4	0.228

Berdasarkan tabel 4.10 terlihat bahwa variabel X1 adalah variabel yang memiliki koefisien beta yang paling besar. Artinya, variabel lebih banyak dipengaruhi oleh variabel X1 (pengetahuan produk) dibandingkan dengan variabel lain.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Koefisien regresi variabel Pengetahuan Produk bernilai positif sebesar 0,414, nilai signifikansi menunjukkan 0.000 dengan nilai $t_{hitung} = 5,009$. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 5,009$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} (1,992)$ maka disimpulkan variabel Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Rengganing Jatun dan Rizal Hari Magnadi (2015) yang menyimpulkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu.

Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2007).

4.3.2. Pengaruh Aktivitas Promosi terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Koefisien regresi variabel aktivitas promosi bernilai positif sebesar 0,174. Nilai signifikansi menunjukkan 0,025 dan nilai t-hitung = 2,288 lebih besar dari nilai t-tabel (1,992). Hal ini menunjukkan variabel aktivitas promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Rengganing Jatun dan Rizal Hari Magnadi (2015) yang menyimpulkan bahwa aktivitas promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.

Hal ini relevan dengan teori yang menyatakan bahwa aktivitas promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa dari perusahaan tersebut. (Lupiyoadi, 2009:120).

4.3.3. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Koefisien regresi variabel religiusitas bernilai positif sebesar 0,222, nilai signifikansi menunjukkan 0.000 dengan nilai $t_{hitung} = 3,876$. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 3,876$ lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,992) maka disimpulkan variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Risky Adi Hirmawan (2015) yang menyimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Rengganing Jatun dan Rizal Hari Magnadi (2015) yang menyimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.

Religiusitas dapat dikatakan sebagai ketaatan individu terhadap perintah agama yang diyakininya. Pengertian lain mengenai religiusitas yaitu “seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan kaidah dan ibadah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam

melakukan permintaan pembiayaan pada Kospin Jasa Layanan Syariah.

4.3.4. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan

Koefisien regresi variabel bagi hasil bernilai positif sebesar 0,228, nilai signifikansi menunjukkan 0.002 dengan nilai $t_{hitung} = 3,246$. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 3,246$ lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,992) maka disimpulkan variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Risky Adi Hirmawan (2015) yang menyimpulkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola (Mudharib).

Makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa Kospin Jasa Layanan Syariah tabungan mudharabah.

Bagi Hasil secara positif mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Kospin Jasa Layanan Syariah tabungan

mudharabah karena nasabah yakin makin tinggi nisbah makin besar keuntungannya dan bank bisa mengoptimalkan bagi hasil untuk tidak merugikan nasabah.

4.3.5. Pengaruh Pengetahuan Produk, Aktivitas Promosi, Religiusitas dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas dan bagi hasil secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Kospin Jasa Layanan Syariah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi ganda yang mempunyai nilai positif dan hasil uji statistik uji F-hitung sebesar 197,090 jauh lebih besar dari F-tabel (2.49) dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa analisis regresi menghasilkan *Adjusted* sebesar 0,908. Hal ini berarti variabel independen dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen sebesar 90.8% sedangkan sisanya ($100\% - 90.8\% = 9,2\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model penelitian ini.

4.3.6. Prosedur Akad Murabahah di Kospin Jasa Layanan Syariah

Jepara



Gambar 4.4.
Prosedur Akad Murabahah

Berdasarkan Gambar 4.4. dapat disimpulkan bahwa:

- Calon musytari membutuhkan barang namun tidak/belum mempunyai dana tunai kemudian mengajukan pembiayaan murabahah pada Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara, setelah musytari memenuhi persyaratan pengajuan permohonan, terjadi negosiasi margin antara musytari dengan ba'i
- Setelah proses negosiasi dan terjadi kesepakatan bersama maka terjadi akad murabahah
- Ba'i membeli barang sesuai yang diinginkan oleh musytari sebagaimana yang telah menjadi kesepakatan dalam akad murabahah

- d. Ketika terjadi akad maka kepemilikan barang langsung berpindah dari ba'i kepada musytari
- e. Penyerahan atau pengiriman barang dari supplier kepada musytari, dalam hal ini tidak perlu harus melalui ba'i tetapi langsung kepada musytari kecuali diperjanjikan lain;
- f. Pihak musytari telah menerima barang dan sesuai dengan yang telah disepakati;
- g. Musytari akan membayar/mengembalikan dana berupa harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati baik secara sekaligus saat jatuh tempo maupun secara angsuran.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, peran Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara selaku ba'i dalam pembiayaan murabahah lebih tepat digambarkan sebagai pembiaya dan bukan penjual barang, karena Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara tidak memegang barang, tidak pula mengambil risiko atasnya. Kerja Kospin Jasa Layanan Syariah Jepara (ba'i) hampir semuanya hanya terkait dengan penanganan dokumen-dokumen. Kontrak murabahah umumnya ditanda-tangani sebelum ba'i mendapatkan barang yang dipesan oleh musytari, dalam kontrak tersebut musytari lah yang harus berhati-hati dan mematuhi hukum dan aturan yang terkait dengan pengiriman barang, rasio laba, dan spesifikasi yang benar. Musytari sendirilah yang menanggung semua tanggungjawab atas denda atau sanksi hukum yang diakibatkan dari pelanggaran hukum tersebut. Ba'i tidak berkeinginan memikul tanggungjawab yang terkait

dengan barang, karena itu segala risiko yang terkait dengannya yang secara teoritis harus ditanggung ba'i, secara efektif telah dihindarkan. Musytari menyelesaikan kerugian tersebut bukan dengan ba'i akan tetapi dengan pihak supplier.

4.3.7. Perbedaan Akad Murabahah dan Bank Konvensional

- a. Prinsip dasar yang dipakai murabahah adalah akad jual beli sedangkan prinsip dasar yang dipakai oleh kredit konvensional adalah pinjam meminjam.
- b. Dalam praktek pembiayaan murabahah, hubungan antara bank syariah dan nasabahnya adalah penjual dan pembeli, sedangkan pada praktek kredit konvensional, hubungan antara pihak bank konvensional dan nasabahnya adalah hubungan kreditur dan debitur.
- c. Dalam murabahah hanya menghendaki satu harga dan tidak tergantung dengan jangka waktu pembayaran, sedangkan kredit konvensional mengharuskan adanya perbedaan pembayaran sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Semakin lama waktu pembayaran semakin besar jumlah tanggungan yang harus dibayar.
- d. Keuntungan dalam praktek murabahah berbentuk margin penjualan yang didalamnya sudah termasuk harga jual. Sedangkan keuntungan pada kredit konvensional didasarkan pada tingkat suku bunga. Nasabah yang mendapatkan kredit dari bank konvensional

dibebani kewajiban membayar cicilan beserta bunga pinjaman sekaligus.

4.1.1. Pengaruh Tingkat Religius yang Tinggi terhadap keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah

Religiusitas dapat dikatakan sebagai ketaatan individu terhadap perintah agama yang diyakininya. Pengertian lain mengenai religiusitas yaitu “seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan kaidah dan ibadah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan permintaan pembiayaan pada Kospin Jasa Layanan Syariah. Maka semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi minat nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Kospin Jasa Layanan Syariah.