

**BAB IV****HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****A. Gambaran Umum Objek Penelitian****1. Nama dan Alamat Instansi**

Nama : KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Mayong

Alamat : Jln. Jepara-Kudus Ruko Pelemkerep No. 6 Mayong  
Jepara.

Telp/Fax : 0291 – 3396031

**2. Sejarah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Bina Ummat Sejahtera berkedudukan di Jl. Untung Suropati No. 16 Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang Propinsi Jawa Tengah. Berdiri pada tanggal 10 November 1996, berdasarkan Anggaran Dasar yang disahkan oleh Menteri Koperasi Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah dengan surat keputusan Nomor: 13801/BH/KWK.11/III/1998 dengan:<sup>1</sup>

- a. Nama koperasi adalah Koperasi Serba Usaha Bina Ummat Sejahtera (KSU BUS)
- b. Mempunyai wilayah kerja meliputi seluruh wilayah Kabupaten Rembang.

Dalam perjalanannya, Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah BMT Bina Ummat Sejahtera telah mengalami beberapa perubahan Anggaran Dasar, yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan surat keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 03/BH/PAD/KDK.11/VII2002 tanggal 1 Juli 2002 mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar tentang:
  - 1) Perubahan dari Koperasi Serba Usaha menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah Bina Ummat Sejahtera (KSPS BUS)

---

<sup>1</sup> [www.bmt-bus.com](http://www.bmt-bus.com), diakses pada 17 Oktober 2018, pukul 11.23 WIB.

- 2) Perubahan wilayah kerja menjadi meliputi seluruh wilayah propinsi Jawa Tengah.
- b. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 04/PAD/KDK.11/IV/2006 tanggal 4 April 2006 yang mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar Nomor 120 tanggal 30 Januari 2006 oleh Notaris Liembang Priyadi Daljono, SH yang berkedudukan di Blora tentang:
    - 1) Perubahan dari Koperasi Simpan Pinjam menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah Bina Ummat Sejahtera (KJKS BUS)
  - c. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 188/PAD/M.KUKM.2/III/2014 oleh Notaris H. Muchammad Al Hilal, SH., M.Kn. yang berkedudukan di Rembang tentang:<sup>2</sup>
    - 1) Perubahan dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah menjadi koperasi Simpan Pinjam Syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera (KSPS BMT BUS)
    - 2) Perubahan wilayah kerja menjadi meliputi seluruh wilayah Nasional Indonesia yang merupakan gabungan dari KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Jawa Tengah, KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Yogyakarta dan KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Jakarta.
  - d. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 216/PAD/M.KUKM.2/XII/2015 tanggal 15 Desember 2015 yang mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar Nomor 53 tanggal 21 Oktober 2015 oleh Notaris H. Muchammad Al Hilal, SH., M.Kn, yang berkedudukan di Rembang tentang:
    - 1) Perubahan dari Koperasi Simpan Pinjam Syariah menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera (KSPPS BMT BUS).

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, Diakses pada 17 Oktober 2018, pukul 11.23 WIB.

Sesuai dengan pasal 4 Anggaran Dasar, bahwa koperasi bertujuan meningkatkan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan umat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang menyelenggarakan kegiatan usaha keuangan, persewaan dan jasa perubahan serta mengadakan kerjasama antar koperasi juga badan usaha lainnya.<sup>3</sup>

### **3. Motto, Visi dan Misi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera**

#### **a. Motto**

Wahana kebangkitan ekonomi umat dari umat untuk umat sejahtera untuk semua.

#### **b. Visi**

Menjadi Lembaga Keuangan Syariah Terdepan Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Yang Mandiri.

#### **c. Misi**

- 1) Membangun lembaga keuangan syariah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syariah, sehingga menjadi umat yang mandiri.
- 2) Menjadikan lembaga keuangan syariah yang tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syariah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
- 3) Mengutamakan mobilisasi pendanaan atas dasar Ta'awun dari golongan aghniya, untuk disalurkan ke pembiayaan ekonomi mikro, kecil dan menengah, serta mendorong terwujudnya manajemen zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf guna mempercepat proses penyejahteraan umat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi ribawi.

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, diakses pada 17 Oktober 2018 pukul 11:23 WIB.

- 4) Mengupayakan peningkatan permodalan sendiri, melalui penyertaan modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi ummat, sehingga menjadi lembaga keuangan syariah yang sehat dan tangguh.
- 5) Mewujudkan lembaga yang mampu memberdayakan, membebaskan dan membangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat Islam sebagai Khoera Ummat.<sup>4</sup>

#### 4. Budaya Kerja

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera sebagai lembaga jasa keuangan syariah menetapkan budaya kerja dengan prinsip-prinsip syariah yang mengacu pada sikap akhlaqul karimah dan kerahmatan.

Sikap tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rasulullah yang disingkat dengan SAFT,

##### a. Shidiq

Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkata benar, bersikap terpuji dan mampu jadi teladan.

##### b. Amanah

Menjadi terpercaya, peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.

##### c. Fathonah

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, trampil dengan semangat belajar, berlatih yang berkesinambungan.

##### d. Tablig

Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh keadilan.<sup>5</sup>

#### 5. Sasaran

Dengan memanfaatkan jaringan dan pengalaman, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera memfokuskan sasarannya pada:

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, diakses pada pukul 11.24 WIB.

<sup>5</sup> *Ibid.*, diakses pada pukul 13.16 WIB.

- a. Memberdayakan pengusaha kecil menjadi potensi masyarakat yang handal.
- b. Sebagai lembaga intermediary, dengan menghimpun dan menyalurkan dana anggota dan calon anggota permanen dan kontinu untuk mengembangkan ekonomi produktif bagi kemaslahatan masyarakat.
- c. Proaktif dalam berbagai program pengembangan sarana sosial kemasyarakatan.
- d. Mengangkat harkat dan martabat fakir miskin ke tingkat yang lebih baik.
- e. Mewujudkan kehidupan yang seimbang dalam keselamatan, kedamaian, kesejahteraan dan pemerataan keadilan ekonomi antara kaum fakir miskin dengan aghniya (kaum berpunya).<sup>6</sup>

## 6. Prinsip Kerja

### a. Pemberdayaan

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera adalah lembaga keuangan syariah yang selalu mentransfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembangan sumberdaya insani dan teknologi tepat guna, kerjasama bidang finansial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha-wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

### b. Keadilan

Sebagai *intermediary institution*, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, menerapkan azas kesepakatan, keadilan, kesetaraan, dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

### c. Pembebasan

Sebagai lembaga keuangan syariah, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yang berazaskan *akhlaqul karimah* dan kerahmatan, melalui produk-produknya, insya Allah akan mampu membebaskan ummat

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, diakses pada pukul 13.16 WIB.

dari penajahan ekonomi, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan siap menjadi tuan di negeri sendiri.<sup>7</sup>

## 7. Produk-Produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

### a. Produk Simpanan

#### 1) Simpanan Sukarela Lancar (Si Relu)

Produk simpanan sukarela lancar yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah.

Keunggulan:

- a) Nisbah bagi hasil 30% : 70%
- b) Mendapatkan kesempatan memenagkan hadiah Qur'ah Si Relu
- c) Mendapatkan souvenir pada saat pembukaan rekening baru (minimal 2.000.000)

#### 2) Simpanan Sukarela Berjangka (Si Suka)

Produk simpanan sukarela berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah. Sebagai program investasi dalam jangka panjang.

Keunggulan:

- a) Simpanan Si Relu dapat dijadikan sebagai agunan
- b) Dikelola secara produktif dengan nisbah yang kompetitif.<sup>8</sup>

**Tabel 4.1**

**Nisbah Simpanan Si Suka**

Jangka Waktu	Nisbah
Si Suka 1 Bulan	35% : 65%
Si Suka 3 Bulan	40% : 60%
Si Suka 6 Bulan	45% : 55%
Si Suka 12 Bulan	50% : 50%

<sup>7</sup> *Ibid.*, diakses pada pukul 13.17 WIB.

<sup>8</sup> Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

### 3) Simpanan Siswa Pendidikan (Si Sidik)

Produk simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai dari umur 0 tahun sampai perguruan tinggi yang dikelola dengan prinsip Mudharabah.

Jenis produk:

a) Si Sidik

(Pilihan setoran per bulan Rp. 100.000,- s/d Rp. 500.000,-)

b) Si Sidik Plus

(Pilihan setoran di awal Rp. 500.000,- s/d Rp. 25.000.000,-)

c) Si Sidik Asuransi

Keunggulan:

a) Setiap peserta Si Sidik berhak mendapatkan hadiah peralatan sekolah pada setiap kenaikan kelas yang jenisnya ditentukan pihak BMT

b) Setiap peserta Si Sidik dapat menarik simpanan Si Sidik setiap tamat jenjang pendidikan yang telah ditentukan oleh pihak BMT.

c) Setiap kenaikan kelas pihak BMT akan memberikan beasiswa kepada peserta Si Sidik yang berprestasi di kelas (ragking 1 s/d 3 dikelas masing-masing, dibuktikan dengan fotokopi raport yang dlegalisir).<sup>9</sup>

### 4) Simpanan Haji dan Umroh (Si Haji dan Umrah)

Produk simpanan bagi anggota yang berencana untuk menunaikan ibadah haji dan umroh yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah.

Keunggulan:

a) Setoran ringan, setoran awal Rp. 500.000,- setoran selanjutnya disesuaikan dengan rencana tahun keberangkatan

b) Penarikan simpanan dapat dilakukan jika jangka waktu perjanjian sudah berakhir atau sudah memenuhi jumlah

---

<sup>9</sup> Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

minimal untuk mendapatkan nomor porsi haji yaitu senilai Rp. 25.000.000,- (sesuai ketentuan saat ini dan bisa berubah sewaktu-waktu)

5) Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Si Hafit)

Produk simpanan bagi anggota dalam upaya untuk mempersiapkan hari Raya Idul Fitri dan Mudik Lebaran, yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah.

Keunggulan:

- a) Bisa dijadikan sebagai agunan pembiayaan
- b) Pembagian simpanan Si Hafit berupa paket lebaran dan atau tiket mudik lebaran.

6) Simpanan Masa Depan (Si Mapan)

Produk simpanan untuk mempersiapkan hari tua, yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah.

Keunggulan:

Setoran Si Mapan per bulan Rp. 25.000,- s/d Rp. 500.000,- Masa kepesertaan (jangka waktu) minimal 5 s/d 30 tahun.<sup>10</sup>

7) Simpanan Sekolah

Produk simpanan yang khusus dibuat untuk menampung simpanan siswa didik dan simpanan yang ditujukan untuk perencanaan jenjang pendidikan serta simpanan dana sekolah, yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah.

Fasilitas:

- a) Penyediaan buku tabungan bagi tiap siswa
- b) Petugas datang langsung ke sekolah untuk pengambilan setoran simpanan.

Keunggulan:

- a) Bebas biaya pembukaan rekening
- b) Penyimpan dapat melakukan penyetoran dan penarikan setiap saat

---

<sup>10</sup> Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

- c) Pemberian souvenir atau sponsorship untuk acara-acara khusus yang diadakan sekolah\*<sup>11</sup>
- b. Produk Pembiayaan
  - 1) Pembiayaan Mudharabah (Modal Kerja)

Pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota atau calon anggota yang memerlukan tambahan modal kerja untuk mengembangkan usaha anggota. Dengan menggunakan akad pembiayaan Mudharabah dimana KSPPS BMT BUS sebagai Shohibul Maal (penyedia modal) dan anggota sebagai Mudharib (pengelola usaha) atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil yang pembagian nisbahnya telah disepakati bersama.
  - 2) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan Murabahah adalah pembiayaan pengadaan atau jual beli barang yang diperuntukkan bagi anggota dan calon anggota yang membutuhkan barang. Transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli dengan pembayaran dapat dilakukan secara angsur ataupun jatuh tempo.
  - 3) Pembiayaan Qordul Hasan

Pembiayaan Qordul Hasan adalah pembiayaan kebajikan tanpa ada mark up atau bagi hasil yang diperuntukkan bagi calon anggota dan anggota yang bertujuan untuk kebajikan dengan pertimbangan sosial, pembiayaan ini sumber dananya dari Baitul Maal KSPPS BMT BUS.<sup>12</sup>

## 8. Alamat Kantor Pusat

: Jl. Untung Suropati No.16  
Lasem, Rembang, Jawa  
Tengah. Telp 0295-532376,  
Fax. 0295 – 531263

---

<sup>11</sup> Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

<sup>12</sup> [www.bmt-bus.com](http://www.bmt-bus.com). Diakses pada 17 Oktober 2018 pukul 13.19 WIB.

E-mail: bmt\_bus@yahoo.com

## 9. Alamat Kantor Layanan

### JAWA TENGAH

#### a. Kabupaten Rembang

- 1) KPU Lasem : Jl. Untung Suropati No. 16  
Lasem Rembang, Telp.  
0295-532376.
- 2) Pasar Lasem : Jl. Kios Terminal No. 4  
Lasem Rembang,  
Telp. 0295-532036.
- 3) Lasem Kota : Jl. Sunan Bonang Lasem  
Rembang Telp. 029 -532429.
- 4) Pancur : Desa Pancur Kec. Pancur  
Rembang
- 5) Sedan : Jl. Raya Sedan No. 8 Sedan  
Rembang
- 6) Sluke : Jl. Raya Sluke Rembang  
Telp. 0295-4552769
- 7) Pandangan : Jl. Pandangan – Sedan No. 3  
Pandangan
- 8) Kragan : Jl. Raya Kragan No. 14  
Kragan Rembang Telp.  
0295-5517697.
- 9) Sarang : Jl. Raya Sarang No. 27 Bajing  
Jowo, Sarang Rembang Telp.  
0295-5516444 .
- 10) Kaliori : Jl. Raya Kaliori No. 19  
Kaliori Rembang Telp. 0295-  
5523829.

11) Sumber : Jl. Raya Sumber No. 18  
Sumber Rembang 0295-  
5544767

**b. Kabupaten Pati**

- 1) Pati Kota : Komplek Pasar Puri Pati  
2) Sukolilo : Jl. Raya Sukolilo No. 56  
Sukolilo Pati.  
3) Juwana : Komp. Pasar Baru II No.1B  
JuwanaPati.  
4) Tayu : Jl. Ahmad Yani No. 4 Tayu,  
Pati Telp. 0295 – 4545095

**c. Kabupaten Kudus**

- 1) Mijen : Jl. Raya Kudus Jepara KM 5  
Mijen Kudus Telp 0291 –  
4245895  
2) Kudus Kota : Ruko Lt. 1B No. 27 Pasar  
Kliwon Kudus Telp. 0291 –  
3307327 .  
3) Dawe : Komplek Pasar Piji Blok B  
No. 74 Dawe  
4) Jekulo : Komplek Pasar Jekulo Baru  
Blok X 02 Jekulo Kudus.  
5) Undaan : Jl. Kudus – Purwodadi Desa  
Kalirejo, Undaan Kudus.

**d. Kabupaten Jepara**

- 1) Jepara Kota : Jl. Terminal Lama Kel.  
Jobokuto Kec. Jepara, Telp.  
0291 – 4299785

- 2) Pecangaan : Jl. Raguklampitan Sub  
Terminal Pecangaan Jepara,  
Telp. 0291 – 754691
- 3) Kalinyamatan : Jl. Jepara – Kudus Km. 16  
Margoyoso, Kec.  
Kalinyamatan Jepara, Telp.  
0291 – 755139
- 4) Welahan : Jl. Cemara Komplek Pasar  
Welahan Kec. Welahan  
Jepara, Telp. 0291 – 4256195
- 5) Batealit : Jl. Raya Taman Batealit –  
Tahunan Km. 6 Batealit  
Jepara.
- 6) Mayong : Jln. Jepara – Kudus Ruko  
Pelem Kerep No. 6  
MayongJepara,Telp.0291 –  
3396031
- 7) Kelet : Jl. Raya Kelet RT. 15 RW 12  
Kec. Keling

**e. Kabupaten Demak**

- 1) Demak Kota : Komplek Pasar Bintoro A Lt.  
2 No. 10
- 2) Sayung : Komplek Ruko Pasar Sayung  
Demak Telp. 024 – 6590924
- 3) Buyaran : Komplek Pasar Buyaran,  
Karangtengah
- 4) Mranggen : Kios Pasar Baru Mranggen  
No. 22 Mranggen, Demak  
Telp. 024 – 74031777

- 5) Karangawen : Jl. Raya Purwodadi –  
Semarang 2/2 Brambang,  
Karangawen, Demak
- 6) Dempet : Jl Raya Dempet-Mintreng,  
Desa Botosengon Rt 1 / Rw2  
Kecamatan Dempet Kab  
Demak.

**f. Kodya/Kabupaten Semarang**

- 1) KPU Semarang : Jl. Wolter Monginsidi No. 88  
Genuk Semarang Telp. 024 –  
6584134
- 2) Semarang Kota : Pasar Kanjengan E 15  
Semarang Telp. 024 –  
3543480
- 3) Banyumanik : Jl. Gaharu Raya No. 38  
Banyumanik, Semarang
- 4) Salatiga : Ruko Pasar Raya I Blok D  
No.13 Jl.Kalinyamat Salatiga
- 5) Karangjati : Jl. Raya Karangjati RT.I/I  
Karangjati Semarang

**g. Kabupaten Kendal**

- 1) Kendal Kota : Kios Terminal Blok A No. 7-  
8 Kendal
- 2) Kaliwungu : Jl. Soekarno Hatta,  
Karangtengah, Kaliwungu,  
Kendal 0294-3688823

**h. Kabupaten Batang**

- 1) Limpung : Kios Terminal Limpung Blok  
E No. 89 Limpung

**i. Kabupaten Pemalang**

- 1) Pemalang Kota : Pertokoan Pasar Pagi Blok  
A2 Jl. Jend. Sudirman  
Pemalang Telp. 0284 –  
323117
- 2) Comal : Jl. Komplek Pasar Comal  
Blok A No. 10 Purwoharjo  
Comal kab. Pemalang (0285)  
577931

**j. Kodya/Kabupaten Tegal**

- 1) Tegal Kota : Jl Kapten Sudibyo No 234  
DS Debong Lor 3/2 Tegal  
Selatan
- 2) Martoloyo Tegal : Jl. Perintis Kemerdekaan No.  
2 Rt/Rw 4/8 Kel. Panggung  
Kecamatan Tegal Timur Kota  
Tegal (depan Pasar  
Martoloyo) Telp. 0283 –  
355945
- 3) Slawi : Jl. Letjend Suprpto, Ruko  
Menara Cahaya Blok E No 7,  
Slawi Tegal

**k. Kabupaten Brebes**

- 1) Ketanggungan : Perum Griya Pesona No. A –  
4, Jl. Jendral Sudirman  
Ketanggungan, Brebes Telp.  
0283 – 881382
- 2) Bulakamba : Jl. Raya Bulakamba, Brebes  
Telp. 0283 – 870393

- 3) Larangan : Jl. Tirto No. 22 Larangan,  
Brebes Telp. 0283 – 6183834
- 4) Bumiayu : Jl. Pangeran Diponegoro No.  
514 Jati Sawit 3/2 Bumiayu  
Telp. 0289 – 432887
- 5) Losari : Jl. Jendral Sudirman No. 09  
RT 06/01 Losari Lor Kec.  
Losari kab. Brebes Telp  
(0231) 831532

**l. Kabupaten Banyumas**

- 1) Ajibarang : Komplek Pasar Burung Ruko  
No. 5 Pasar Ajibarang,  
Banyumas.

**m. Kabupaten Blora**

- 1) Blora : Jl. Nusantara No. 12 B  
Blora Telp. 0296 – 531977 .
- 2) Randublatung : Kios Pasar No. 6 -7 Kel.  
Wulung Randublatung Blora
- 3) Ngawen : Jl. Blora –Purwodadi KM 25  
Ngawen
- 4) Cepu : Jl. Cepu – Blora Gardu Sapi  
Wonorejo
- 5) Kunduran : Jl. Purwodadi Blora KM 23  
Kunduran Blora.

**n. Kabupaten Grobogan**

- 1) Purwodadi Kota : Jl. Dr. Sutomo No. 13  
Purwodadi Telp. 0292 –  
421959 Grobogan.

- 2) Nambuhan : Jl. Danyang – Kuwu Km 12  
Nambuhan
- 3) Gabus : Jl. Gatot Subroto No. 66 A  
Sulursari
- 4) Wolo : Jl. Angrek Raya No. 18  
Wolo Penawangan Grobogan.
- 5) Geyer : Jl. Purwodadi – Solo Km. 17  
Gundih
- 6) Tawangharjo : Jl. Raya Purwodadi – Blora  
Km 10
- 7) Ginggang : Pasar Jeketro Kec.  
Gubug Grobogan.
- 8) Gubug : Jl. Bhayangkara No. 16  
Gubug Grobogan Telp. 0292  
– 533903.
- 9) Jambon : Pasar Jambon Kec.  
Pulokulon Grobogan.
- 10) Kradenan : Jl. Raya Kradenan 34  
Kradenan, Telp. 0292 –  
533442 Grobogan.
- 11) Tuko : Jl. Cendrawasih Pasar Tuko,  
Pulokulon Telp. 0292 –  
7791742 Grobogan.
- 12) Toroh : Jl. Raya Purwodadi – Solo,  
Desa Depok Selatan 5/2,  
Toroh Grobogan.

**o. Solo Raya**

- 1) Gondangrejo : Jl. Solo – Purwodadi Km. 12  
Desa Tuban 1/8 Gondangrejo,  
Karanganyar

- 2) Kalijambe : Jl. Raya Purwodadi – Solo  
Km 12 RT 01 Desa  
Jetiskarangpung  
Kec. Kalijambe Kabupaten  
Sragen
- 3) Masaran : Pertokoan Pasar No. 2  
Jl. Raya Masaran Kauman  
2/1 Masaran Sragen
- 4) Wonogiri : Jl. Kepodang VI, Sukorejo 1/9  
Giritirto, Wonogiri
- 5) Sukoharjo : Jl Raya Solo-Sukoharjo  
Telukan, Grogol Sukoharjo
- 6) Carikan : Jl. Gatot Subroto No.13  
Carikan Sukoharjo  
Telp(0271) 590345
- 7) Tawang Sari : Jl. Raya Tawang Sari-Bulu,  
Desa langkap RT 03/01  
Lorog Tawang Sari  
Sukoharjo Telp. (0272)  
881350
- 8) Polokarto : Jl. H. Muslich Desa  
Wonorejo Kec. Polokarto  
Kab. Sukoharjo Telp. (0271)  
611699

**DKI JAKARTA DAN JABAR**

- a. Pondok Gede : Jl. Raya Pondok Gede No. 1  
Rt 06/01 Lubang Buaya,  
Cipayung, Jakarta Timur  
13810 Telp. 021 – 87781710  
Fax. 021 – 87781747

- b. Tanjung Priok : Jl. Cipeucang I No. 41 Rt/Rw  
3/13 Koja, Jakarta Utara  
Telp. 021 – 43924813
- c. Husnayain : Jl. Lapan No.25 Kel. Pekayon  
Kec. Pasar Rebo Jakarta  
Timur
- d. Cicurug : Kp Caringin Lapang Rt 3 Rw  
5 Desa Nyangkowek Kec  
Cicurug Kab Sukabumi
- e. Indramayu : Jl. Raya Pasar Baru Ruko No  
17 Karangmalang,Kec. / Kab  
Indramayu

**DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

- a. Maguwoharjo : Jl. Kradenan Raya No. 62  
Maguwoharjo Depok Sleman  
DIY Telp. 0274 – 4332351
- b. Prambanan : Kios Pasar  
Prambanan Sleman.  
Telp. (0274) 7110017
- c. Godean : Kios Pasar Godean No. B51 /  
K1 53 Godean Sleman
- d. Wonosari : Ruko Pasar Argosari No. 15 –  
16 Lt. 2 Wonosari Gunung  
Kidul.
- e. Muntilan : Ruko Plasa baru Blok B1 No.  
16 Jl. Pemuda Muntilan  
Magelang Telp. (0293)  
586721.

**JAWA TIMUR**

- a. KPU Tuban : Jl. M. Yamin No. 22 Tuban  
Telp. 0356-325444.
- b. Montong : Jl. Raya Montong – Tuban  
Montong Sekar Kec.  
Montong Tuban Telp. 0356 –  
611064
- c. Singgahan : Jl. Jatirogo – Bojonegoro No.  
8 Mulyorejo, Singgahan,  
Tuban
- d. Kerek : Jl. Raya Kerek – Tuban  
(Utara Pasar Kerek) Kec.  
Kerek Tuban.
- e. Merakurak :Jl. Raya Merakurak –  
Tuban(Timur Pasar  
Merakurak).
- f. Tambakboyo : Ruko Pasar Tambakboyo,  
Tambakboyo Tuban, Telp.  
0356 – 412576
- g. Bulu Bancar : Jl. Dusun Kauman Rt 01/01  
Bulujowo Kec. Bancar  
Tuban, Telp. 0356 –413050
- h. Bojonegoro : Pasar Bojonegoro Kios No.  
10 Jl. KH. Hasyim Asyhari  
Bojonegoro
- i. Lamongan : Jl. Pahlawan Ruko Demangan  
Residence No. 10 Lamongan
- j. Paciran : Jl. Raya Paciran No. 198  
Paciran Lamongan

- k. Jatirogo : Jl. Raya Barat Dsn Kelangon  
Ds Wotsogo 4/2 Jatirogo  
Tuban
- l. Mojoagung : Jl. Sumobito No. 12  
Gambiran Timur,  
Mojoagung, Jombang
- m. Plumpang :Jl. Plumpang –Comprng No.28  
(barat Polsek) Plumpang  
Tuban
- n. Kenduruan : Jl. Diponegoro Ds. Sidomukti  
(Timur Pasar) Kenduruan  
Tuban
- o. Cukir : Jl. Irian Jaya No.55 Cukir  
Diwek Jombang
- p. Babat : Kios Pasar Buah B No.5  
Babat Lamongan
- q. Senori : Jl. Kyai Djonet jatisari 01  
SenoriTuban 62365
- r. Bangilan : Jl.Raya Bangilan Dusun Pulut  
Rt.1/2 Tuban

**KALIMANTAN BARAT**

- a. Pontianak : Jalan Jurusan Mempawah No.  
06 Sungai Pinyuh Kab.  
Pontianak Kalimantan Barat
- b. Mempawah : Jl. Teratai No. 2 Mempawah,  
Kalimantan Barat
- c. Mandor : Jl. Raya Mandor Km 88,1 No.  
9 Kec. Mandor Kab.  
LandakKalimantan Barat

- d. Sambora : Desa Sambora 4/1 Kec. Toho,  
Kab. Pontianak Kalimantan Barat
- e. Anjungan : Jl. Pasar Lintang Anjungan  
5/2 Kec. Anjungan Kab.  
Mempawah

**KALIMANTAN SELATAN**

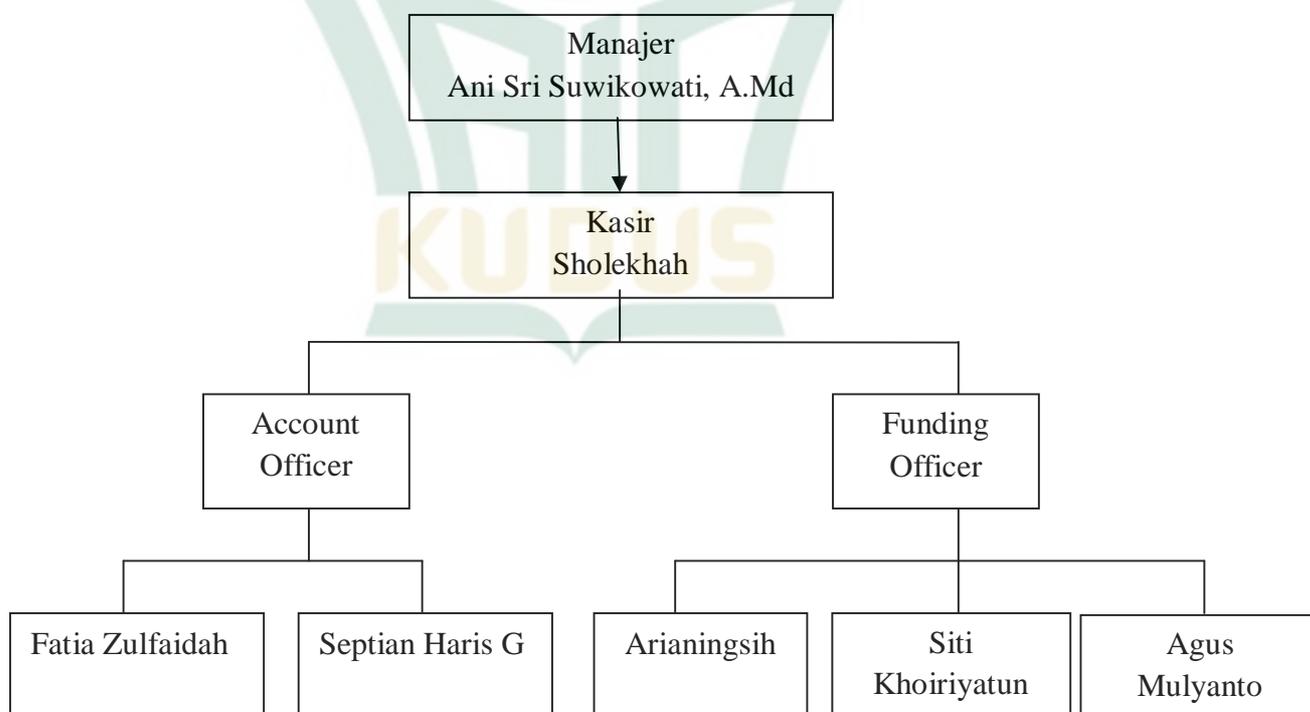
- a) Banjarmasin : Jl. Sulawesi No.9 Kelurahan  
Pasar Lama  
Kec. Banjarmasin Tengah  
Banjarmasin.<sup>13</sup>

**10. Struktur Organisasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera**

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi**

**KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Mayong<sup>14</sup>**



<sup>13</sup> www.bmt-bus.com. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2018 pukul 22.44 WIB.

<sup>14</sup> Wawancara dengan Fatia Zulfaidah AO KSPPS BMT BUS Cabang Mayong.

## B. Deskripsi Responden

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket tertutup. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung mendatangi nasabah di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Mayong dan menyerahkan kuesioner yang ada untuk diisi responden, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *response rate* responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 96 responden sebagai syarat dalam pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini yang dijadikan karakteristik responden tersebut antara lain:

### 1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	31	32,3 %
2	Perempuan	65	67,7%
Total		96	100 %

*Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki yaitu 31 orang dengan persentase 32,3 % dan sisanya perempuan sebanyak 65 orang atau 67,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diambil dalam penelitian ini adalah perempuan.

## 2. Usia

Adapun data mengenai usia responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu dari umur 20 th s/d 35 th dan > 35 th. Data yang diperoleh dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Umur	Responden	Persentase (%)
1	20 s/d 35 th	41	42,7 %
2	>35 th	55	57,3 %
Total		96	100 %

*Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 20 s/d 35 th sebanyak 41 orang atau 42,7 % dan usia > 35 th sebanyak 55 orang atau 57,3%. Hal ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden adalah diatas usia 35 tahun.

## 3. Pendidikan

Adapun data mengenai pendidikan responden, Peneliti membaginya menjadi empat kategori yaitu SD, SLTP, SLTA dan Sarjana. Data yang diperoleh dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Pendidikan	Responden	Persentase (%)
1	SD	8	8,3 %
2	SLTP	11	11,5 %
3	SLTA	53	55,2 %
4	Sarjana	24	25,0 %
Total		96	100 %

*Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pendidikan responden adalah SD sebanyak 8 orang atau 8,3%, SLTP sebanyak 11 orang atau 11,5%, SLTA sebanyak 53 orang atau 55,2% dan sarjana

sebanyak 24 orang atau 25,0%. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan responden yang diambil dalam penelitian ini rata-rata adalah SLTA.

### C. Deskripsi Angket

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh *personal selling* dan *public relation* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Penelitian**

Variabel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Personal selling (X1)	1	4	4,2	23	24,0	27	28,1	31	32,3	11	11,5
	2	7	7,3	13	13,5	32	33,3	32	33,3	12	12,5
	3	6	6,3	12	12,5	36	37,5	27	28,1	15	15,6
	4	8	8,3	11	11,5	40	41,7	26	27,1	11	11,5
	5	3	3,1	23	24,0	33	34,4	27	28,1	10	10,4
	6	4	4,2	22	22,9	27	28,1	32	33,3	11	11,5
Public relation (X2)	1	3	3,3	14	14,6	37	38,5	25	26,0	17	17,7
	2	3	3,1	12	12,5	33	34,4	31	32,3	17	17,7
	3	1	1,0	12	12,5	35	36,5	29	30,2	19	19,8
	4	3	3,1	6	6,3	37	38,5	25	26,0	25	26,0
	5	1	1,0	16	16,7	30	31,3	33	34,4	16	16,7
	6	11	11,5	15	15,6	19	19,8	33	34,4	18	18,4
	7	3	3,1	11	11,5	35	36,5	37	38,5	10	10,4
Minat Menabung (Y)	1	2	2,1	8	8,3	37	38,5	29	30,2	20	20,8
	2	2	2,1	13	13,5	36	37,5	28	29,2	17	17,7
	3	4	4,2	8	8,3	36	37,5	30	31,3	18	18,8
	4	3	3,2	7	7,3	47	49,0	31	32,3	8	8,3
	5	3	3,1	8	8,3	26	27,1	41	42,7	18	18,8
	6	2	2,1	7	7,3	32	33,3	38	39,6	17	17,7

Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23

### 1. Personal selling (X1)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai *personal selling*, responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (4,2%), tidak setuju (24,0%), netral (28,1%), setuju (32,3%), sangat setuju (11,5%). Pertanyaan kedua responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (7,3%), tidak setuju (13,5%), netral (33,3%), setuju (33,3%), sangat setuju (12,5%). Pertanyaan ketiga responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (6,3%), tidak setuju (11,5%), netral (41,7%), setuju (28,1%), sangat setuju (15,6%). Pertanyaan ke empat responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (8,3%), tidak setuju (11,5%), netral (41,7%), setuju (27,1%), sangat setuju (11,5%). Pertanyaan ke lima responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (24,0%), netral (34,4%), setuju (28,1%), sangat setuju (10,4%). Pertanyaan ke enam responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (4,2%), tidak setuju (22,9%), netral (28,1%), setuju (33,3%), sangat setuju (11,5%).

### 2. Public relation (X2)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai *public relation*, responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (14,6%), netral (38,5%), setuju (26,0%) sangat setuju (17,7%). Pertanyaan kedua responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (12,5%), netral (34,4%), setuju (32,3%), sangat setuju (17,7%). Pertanyaan ketiga responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (1,0%), tidak setuju (12,5%), netral (36,5%), setuju (30,2%), sangat setuju (19,8%). Pertanyaan keempat responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (6,3%), netral (38,5%), setuju (26,0%), sangat setuju (26,0%). Pertanyaan kelima responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (1,0%), tidak setuju (16,7%), netral (31,3%), setuju (34,4%), sangat setuju (16,7%). Pertanyaan keenam responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (11,5%), tidak setuju (15,6%), netral (19,8%), setuju (34,4%), sangat setuju (18,4%). Pertanyaan ketujuh

responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (11,5%), netral (36,5%), setuju (38,5%), sangat setuju (10,4%).

### 3. Minat menabung (Y)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai minat menabung (Y) responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (2,1%), tidak setuju (8,3%), netral (38,5%), setuju (36,2%), sangat setuju (26,8%). Pertanyaan kedua responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (2,1%), tidak setuju (13,5%), netral (37,5%), setuju (29,2%), sangat setuju (17,7%). Pertanyaan ketiga responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (4,2%), tidak setuju (8,3%), netral (37,5%), setuju (31,3%), sangat setuju (18,8%). Pertanyaan keempat responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (7,3%), netral (49,0%), setuju (32,3%), sangat setuju (8,3%). Pertanyaan kelima responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (3,1%), tidak setuju (8,3%), netral (27,1%), setuju (42,7%), sangat setuju (18,8%). Pertanyaan keenam responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak (2,1%), tidak setuju (7,3%), netral (33,3%), setuju (39,6%), sangat setuju (17,7%).

## D. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungannya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Personal selling (X1)	0,385	2,599
Public Relation (X2)	0,385	2,599

Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel *personal selling* 0,385 dan nilai *tolerance* variabel *public relation* 0,385. Nilai VIF variabel *personal selling* 2,599 dan nilai VIF variabel *public relation* 2,599. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10% dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 2. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya) jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.<sup>15</sup>

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Autokorelasi**

Koefisien	Nilai
Durbin-Watson	1,634
Dl	1,6254
Du	1,7103

Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka  $d$ -hitung sebesar 1,634. Untuk menguji gejala autokorelasi maka angka  $d$ -hitung sebesar 1,634 tersebut dibandingkan dengan nilai  $d$ -teoritis dalam tabel  $d$ -statistik. Dari tabel  $d$ -statistik Durbin Watson dengan titik signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan jumlah data  $(n) = 96$  dan  $k = 2$  diperoleh nilai  $dL$  sebesar 1,6254,  $dU$  sebesar 1,7103 dan  $4-dU$  sebesar 2,2897. Karena hasil pengujiannya adalah  $dU < DW < 4-dU$  ( $1,7103 < 1,634 < 2,2897$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokorelasi.

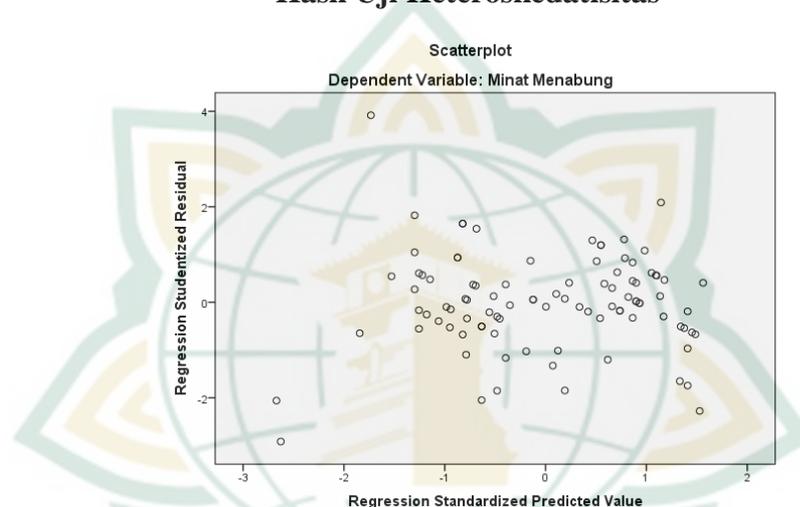
<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 104-105.

### 3. Hasil Uji Heteroskedatisitas

Uji heteroskedatisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**Gambar 4.2**

#### Hasil Uji Heteroskedatisitas



*Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23*

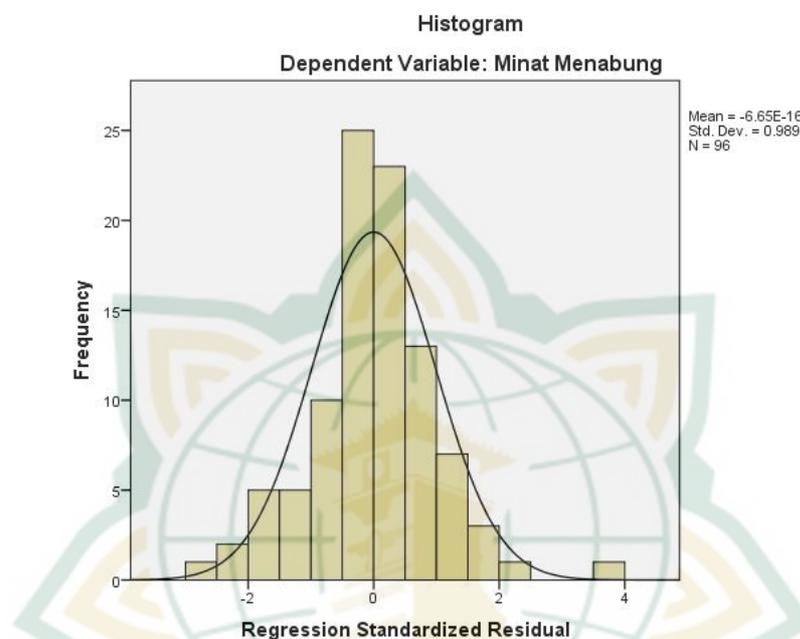
Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedatisitas pada model regresi.

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Histogram**



*Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23*

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, kita dapat melihat pada grafik histogram. Dari grafik histogram pada gambar, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna.

## **E. Hasil Analisis Data**

### **1. Analisis Linear Berganda**

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel *personal selling* dan *public relation* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	7,923	0,000
Personal Selling (X1)	0,232	0,009
Public Relation (X2)	0,361	0,000

Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23

Dari hasil diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>16</sup>

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

$$Y = 7,923 + 0,232X_1 + 0,361X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Minat menabung

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi personal selling

b2 : Koefisien regresi public relation

X1 : Personal selling

X2 : Public relation

e : Standar eror

Dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta  $a = 7,923$  memberikan arti bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kesadaran minat menabung (Y) sebesar 7,923.
- 2) Nilai koefisien regresi *personal selling* ( $X_1$ ) sebesar 0,232. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu *personal selling* ( $X_1$ ), maka akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,232.
- 3) Nilai koefisien regresi *public relation* ( $X_2$ ) sebesar 0,361. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu *public relation* ( $X_2$ ), maka akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 0,361.

<sup>16</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, hlm. 160.

## 2. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen X1 dan X2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y .. Tabel distribusi t dicari derajat pada  $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ . (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen) dengan pengujian 2 sisi (signifikansi=0,025).<sup>17</sup> Sehingga  $t_{tabel}$  diperoleh df =  $(96 - 2 - 1)$  dengan signifikansi 0,025 adalah 1,98580. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan untuk pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas yaitu  $H_0$  akan diterima apabila tingkat probabilitas  $> 0,05$ . Sedangkan apabila tingkat probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji t**

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Interprestasi
Personal Selling (X1)	2,666	1,98580	0,009	Berpengaruh dan signifikan
Public Relation (X2)	4,698	1,98580	0,000	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: Data primer 2018 yang diolah melalui SPSS'23

### a. Pengaruh *personal selling* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong

Hasil pengujian statistik *personal selling* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2,666 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,98580 dan tingkat signifikansi sebesar 0,009 yang berada dibawah 5% atau 0,05. Ini berarti nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  ( $2,666 > 1,98580$ ) maka  $H_1$  diterima. (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *personal selling* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *Op.Cit*, hlm.68.

signifikan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong

**b. Pengaruh public relation terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong**

Hasil pengujian statistik *public relation* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  4,698 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,98580. Ini berarti nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  ( $4,698 > 1,98580$ ) maka  $H_2$  diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *public relation* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong.

**F. Pembahasan Hasil Penelitian**

**1. Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Menabung**

Hipotesis pertama menyatakan bahwa *personal selling* ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $2,666 > 1,98580$ ) maka  $t_{hitung}$  di daerah tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Sehingga hipotesis pertama ( $H_a$ ) diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan dalam bukunya menyebutkan bahwa *Personal selling* merupakan jenis penjualan tatap muka yang mempunyai peluang lebih besar untuk meningkatkan minat beli masyarakat karena dengan penjualan ini pemasar mempunyai kesempatan lebih banyak untuk menjelaskan produk-produk yang akan ditawarkan dengan jelas dan detail. Karena kalau dibandingkan

dengan sistem penjualan lain yang menggunakan media iklan, pesan atau informasi yang disampaikan mengenai suatu produk sangat terbatas.<sup>18</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan nilai koefisien signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,009 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif *personal selling* terhadap minat menabung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sunday Ade Sitorus dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi Dan Personal Selling Terhadap Minat Beli konsumen Pada PT Aras Dinamika Abadimedan”, berdasarkan uji-t, secara parsial variabel Personal Selling berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

## 2. Pengaruh Public Relation Terhadap Minat Menabung

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel *public relation* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $4,698 > 1,98580$ ) maka  $t_{hitung}$  di daerah tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Sehingga hipotesis kedua diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *public relation* terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Mayong.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan bahwa dalam penjualan juga dibutuhkan hubungan antar masyarakat yang akan memberikan peluang yang sangat besar untuk kepentingan BMT dan anggotanya. Hubungan masyarakat merupakan seni dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing, untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang

---

<sup>18</sup>Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 6.

ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh publiknya.<sup>19</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *public relation* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan nilai koefisien signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif *public relation* terhadap minat menabung.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Ari Susanti dengan judul “Analisis Pengaruh *Public Relations* Dan Pencitraan Terhadap Minat Kuliah Di Perguruan Tinggi Swasta” menunjukkan bahwa hipotesis pertama  $H_1$  tidak ditolak, yaitu terdapat hubungan atau korelasi antara *Public Relations* dengan Minat Kuliah di Perguruan Tinggi Swasta. Hipotesis Kedua  $H_1$  tidak ditolak, yaitu terdapat hubungan atau korelasi antara Pencitraan dengan Minat Kuliah di Perguruan Tinggi Swasta.<sup>20</sup>

## G. Implikasi Penelitian

### 1. Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan ilmu ekonomi syariah. Khususnya dalam bidang manajemen dan perilaku konsumen, menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat menabung maka tenaga penjual harus memiliki kemampuan yang kompeten dan skill yang bagus. Sehingga minat untuk menabung semakin tinggi.

### 2. Praktis

Dalam penelitian memberikan implikasi secara praktis yaitu sebagai berikut:

---

<sup>19</sup>Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 6.

<sup>20</sup>Ari Susanti, *Op.Cit*, hlm. 16.

- a. Penelitian ini mengindikasikan bahwa *personal selling* memberikan pengaruh terhadap minat menabung sehingga pihak BMT harus meningkatkan kemampuan dalam mempresentasikan produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk menciptakan dan menjaga citra perusahaan, maka pihak BMT perlu meningkatkan hubungan baik terhadap nasabah.

