

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### 1. Sejarah BMT As-Salam Demak

BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang memiliki visi untuk ikut mengambil bagian dalam aktivitas maal yang memiliki orientasi pada aktivitas sosial, baik bersifat konsumtif ataupun produktif. Visi BMT sebagai suatu lembaga bisnis adalah mendapatkan profit dengan menerapkan sistem bagi hasil sehingga usaha mikro dan kecil mampu tumbuh dan berkembang dan derajat dan martabat yang dimilikinya meningkat serta memberikan pembelaan pada kepentingan kaum fakir miskin.<sup>1</sup>

Aktivitas BMT ada pada bisnis syariah dan sosial. Sisi sosialnya yaitu menghimpun dana ZIS dan ditujukan kepada delapan asnaf, membangun fasilitas umum, dan aktivitas sosial. Pada sisi syariah yaitu mengembangkan usaha kecil dan mikro baik yang berbentuk produktif ataupun konsumtif dengan melaksanakan akad syariah.<sup>2</sup>

Munculnya BMT didasarkan pada keinginan masyarakat dalam membangun kesetaraan dan kelayakan hidup dari sisi ekonomi, sehingga hadirnya BMT memberikan dukungan bagi pengusaha kecil yang didominasi oleh masyarakat desa, di perkampungan, maupun di sekitar pasar tradisional. Hal ini dilatar belakangi karena tidak sedikit perbankan syariah, baik milik negara maupun swasta yang kurang memberikan perhatiannya dalam memberikan bantuan modal pada usaha kecil. Tidak sedikit pedagang kecil yang tidak bisa mendapatkan modal karena tidak terdapat sistem usaha yang baik, manajemen keuangan yang tidak terkontrol, legalitas usaha yang tidak terpenuhi, serta surat berharga lain yang dapat digunakan sebagai agunan pinjaman modal usaha. Jika dilihat kembali pengusaha kecil melaksanakan

---

<sup>1</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

<sup>2</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

usahanya dengan potensi kerugian yang kecil dan kesadaran mereka dalam melakukan pembayaran sangat baik yang dilakukan dengan membina dan menerapkan prinsip kekeluargaan yang profesional.

Berdasarkan sabda Rasulullah saw bahwa sebaik-baikumat adalah yang memberikan manfaat kepada lainnya, dan keinginan kuat dalam berjuang fisabilillah dengan pemberdayaan ekonomi ummat, maka inilah yang menjadi latar belakang berdirinya BMT As-Salam.

Belajar dari berbagai koperasi lain serta melalui pembinaan dan bimbingan dari kantor Koperasi dan UKM, mampu didirikan dengan beranggotakan masyarakat sekitar dan legitimasi bagi BMT As Salam turun pada 28 Oktober 2004 dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Demak dengan SK Nomor : 68/BH.Kop.11-03/X/2004 dengan nama BMT As-Salam yang berkedudukan di Desa Mangunrejo 01/01 Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak.

## **2. Visi dan Misi BMT As-Salam Demak**

### **a. Visi**

Terwujudnya Koperasi Serba Usaha yang mandiri, syari'ah dan tangguh dengan berlandaskan amanah dalam memberdayakan ekonomi umat sebagai sarana pengabdian terhadap Allah SWT.<sup>3</sup>

### **b. Misi**

- 1) Mengajak seluruh potensi yang ada dalam masyarakat dengan tanpa membedakan suku,ras,golongan dan agama, agar mereka dapat bersama -sama, bersatu padu dan beritikad baik dalam membangun ekonomi kerakyatan secara bergotong royong dalam bentuk koperasi.
- 2) Membantu para pedagang kecil dan menengah didalam mobilisasi permodalan demi kelancaran usaha sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

---

<sup>3</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- 3) Turut membantu pembangunan ekonomi dan menunjang pelaksanaan kegiatan usaha secara aktif dengan mengajak mitra usaha lainnya baik BUMN, swasta, perbankan maupun gerakan koperasi lainnya.<sup>4</sup>

**c. Tujuan**

- 1) Meningkatkan peran dan semangat masyarakat dalam melakukan bisnis berlandaskan syariah.
- 2) Memberdayakan masyarakat dengan ekonomi minim dalam melaksanakan simpanan, pembiayaan, solidaritas/taawun dan jasa keuangan yang lain.
- 3) Melakukan pembinaan pada masyarakat kecil dan menengah dengan melakukan pengembangan pada ekonomi umat yang berprinsip Muamalah Islamiyah.
- 4) Sarana dalam mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat melalui pelaksanaan Muamalah Islamiyah.<sup>5</sup>

**d. Komitmen**

- 1) Pertumbuhan dan perkembangan aset
- 2) Perluasan jaringan yang dimiliki
- 3) Kemakmuran bagi karyawan
- 4) Pemberian manfaat yang baik bagi anggota dengan sebesar besarnya
- 5) Peningkatan dan pengembangan keilmuan
- 6) Pemberian pelayanan terbaik.<sup>6</sup>

**e. Organisasi Koperasi BMT As-Salam Demak**

BMT As-Salam Demak memiliki struktur organisasi sebagai pedoman dalam memberikan tugas dan tanggung jawab diantara atasan dan karyawan. Struktur organisasi juga memiliki fungsi sebagai pemberi intruksi dan mengatur hubungan antar unsur organisasi. Struktur organisasi pada BMT As-Salam Demak yaitu sebagai berikut:

---

<sup>4</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

<sup>5</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

<sup>6</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- 1) Susunan Pengurus
  - Ketua : H. Ahmad Hanafi, S.Ag
  - Sekretaris : Subekan
  - Bendahara : H. Sarwan, S.Ag
- 2) Susunan Pengawas
  - Ketua : Nur Salim
  - Anggota : Drs. Suyuthi dan Inarotun
  - Karyawan : 21 Orang<sup>7</sup>

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi BMT As-Salam Demak**  
**Tahun 2018**

No	Nama	L	P	Alamat	Pendidikan	Jabatan
<b>A KPO (KANTOR PUSAT)</b>						
1	H. Ahmad Hanafi, S.Ag	L		Mangunrejo Kebonagung Demak	S. 1	General Manager
2	H. Sarwan, S.Ag	L		Megonten Kebonagung Demak	S. 1	Pengawas
3	Drs. Suyuthi	L		Sokokidul Kebonagung Demak	S. 1	Manager Ops & Personalia
4	Subekan	L		Mangunrejo Kebonagung Demak	SMA	Manager Pemasaran
5	Kholil Rohman	L		Karangrejo Dempet Demak	SMA	Staff Pemasaran
6	Slamet Karyaadi	L		Botosengon Dempet Demak	S. 1	Admin / IT
<b>B KANTOR CABANG MANGUNREJO</b>						
7	Nur Salim	L		Kramat Dempet Demak	MA	Ka. Cab Mangunrejo
8	Rini Wahyuningsih		P	Ds. Bunderan Wonosalam	D. 3	Teller
9	Saekul Hadi	L		Karangrejo Dempet Demak	MA	Marketing
10	Budiman	L		Guyangan Godong Grobogan	SMA	Marketing
No	Nama	L	P	Alamat	Pendidikan	Jabatan
<b>C KANTOR CABANG SAMBUNG</b>						
11	Inarotun		P	Sambung Godong Purwodadi	SMA	Ka. Cab. Sambung
12	Ulin Nuriyah		P	Kramat Dempet Demak	D. 2	Teller
13	Iqbal Muafiq	L		Balerejo Dempet Demak	SMA	Marketing
<b>D KANTOR CABANG KRAMAT</b>						
14	Masruah		P	Kopek Godong Purwodadi	SMA	Ka. Cab. Kramat

<sup>7</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

15	Uswatan Nikmah, SE		P	Mangunrejo Kebonagung Demak	S. I	Teller
16	Moh. Nurul Huda	L		Karangrejo Dempet Demak	SMA	Marketing
17	Salma Muslifina		P	Mangunrejo Kebonagung Demak	S. I	Marketing
18	Eny Zanara		P	Baleremo Dempet Demak	SMA	Marketing
<b>E KANTOR CABANG SARIMULYO</b>						
19	Margiyanto	L		Merak Dempet Demak	SMA	Ka. Cab Sarimulyo
20	Mu'ayanah		P	Sarimulyo Kebonagung Demak	SMK	Teller
21	Akhsin Fuad	L		Selowire Kebonagung Demak	S. I	Marketing
<b>Jumlah</b>		<b>13</b>	<b>8</b>			

(Dokumen BMT As-Salam Demak yang diolah, tahun 2018)

#### f. Ruang Lingkup Pembiayaan BMT As-Salam Demak

BMT As-Salam Demak memiliki beberapa produk yang dapat dijadikan alternatif pemenuhan kebutuhan umat yaitu: produk simpanan (*funding*), produk pembiayaan (*leanding*). Jasa keuangan yang terdapat dalam BMT As-Salam yaitu:

##### 1) Produk Simpanan meliputi:

##### a) Simpanan Tarissa (Tabungan Harian As-Salam)

Sistem yang diterapkan dalam simpanan ini yaitu *wadi'ah* dengan anggota berupa perorangan ataupun lembaga dengan tujuan investasi, kemandirian dan juga perencanaan keuangan pada masa mendatang.

- (1) Pendaftaran dengan membayar Rp. 10.000, sekaligus menjadi anggota baru dan pembukaan rekening.
- (2) Penarikan dan penyetoran dilaksanakan sesuai dengan jam operasional BMT.
- (3) Penyetoran boleh dilakukan oleh siapa saja, namun untuk menariknya hanya boleh dilakukan oleh orang yang memiliki otoritas.
- (4) Pemilik rekening dibuktikan dengan adanya buku tabungan yang bisa digunakan untuk bertransaksi.

- (5) Dana yang dihimpun kemudian dirahkan pada pembiayaan sektor yang produktif dan halal ataupun *sector rill* BMT As-Salam.
  - (6) Imbalan yang diberikan BMT As-Salam adalah balas jasa kepada semua anggota simpanan yang di dapatkan dari pendapatan BMT As-Salam selama kurun waktu dua bulan.
  - (7) Penentuan besarnya balas jasa ditentukan dari laba kotor BMT As-Salam (*revenue sharing*) yang sumbernya berasal dari bagi hasil pembiayaan, margin pembiayaan dan *sector rill* BMT As-Salam, dasarnya yitu saldo rata-rata harian yang dibukukan pada tiap akhir bulan.<sup>8</sup>
- b) Simpanan Assiba (As-Salam Simpanan Berjangka/Deposito)
- Simpanan ini memiliki jangka atau *wadi'ah*. dana yang dititipkan pada BMT As-Salam disalurkan untuk pembiayaan usaha produktif atau pihak yang membutuhkan dengan melaksanakan sistem *wadi'ah*. Terdapat berbagai jangka waktu dalam sistem ini mulai dari 3, 6, 8, 12, sampai dengan 24 bulan.
- (1) Simpanan Assiba merupakan simpanan berjangka berakad *wadi'ah* (balas jasa) yang ditujukan bagi individu ataupun lembaga berupa investasi, kemananan ataupun merencanakan keuangan kedepan.
  - (2) Hanya anggota dan calon anggita yang dapat melakukan tabungan Assiba.
  - (3) Bagi hasil dibayarkan sekali setiap bulan.
  - (4) Investasi Assiba hanya dapat ditarik sesuai dengan kesepakatan awal.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

<sup>9</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021



## c) Simpanan Haji

Akad yang digunakan dalam simpanan ini yaitu *Mudharabah Al-Mutlaqoh* yang digunakan untuk melaksanakan ibadah haji ke Makkah. Syarat untuk membuka simpanan ini yaitu dengan mendaftar dan melengkapi data diri, penarikannya dilaksanakan ketika akan diberangkatkan, dengan setoran minimal diawal yaitu Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000.

## d) Dana Talangan Haji

Dana ini digunakan untuk menutupi kekurangan pembiayaan untuk mendapatkan kursi ketika melunasi Biaya Perjalanan Ibadah Haji. Pengembalian dana dilakukan oleh nasabah dengan kesepakatan waktu yang telah ditentukan. Dilanjutkan dengan pelunasan pembiayaan berikut berkas yang dibutuhkan oleh pihak BMT.<sup>10</sup>

## 2) Produk Pembiayaan meliputi:

a) Pembiayaan *Mudharabah* (bagi hasil)

Produk *mudharabah* yang terdapat pada BMT As-Salam memiliki ketentuan tertentu yaitu:

- (1) Pembiayaan ini ditujukan pada usaha produktif yang dilakukan oleh jasa, home industri dan pedagang.
- (2) Pada pembiayaan ini pemilik modal adalah BMT As-Salam dan anggota berposisi sebagai pelaku usaha.
- (3) Profit bagi BMT As-Salam merupakan hasil yang didapatkan.
- (4) Sifat pembiayaan yaitu *trusty financing* yaitu kepercayaan BMT As-Salam terhadap anggota dalam bentuk pemberian dana untuk dikelola.

---

<sup>10</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- (5) Pemberian modal disertai dengan agunan berupa BPKB ataupun sertifikat yang berguna dalam memberikan kontrol kepada anggota.
  - (6) BMT As-Salam tidak melakukan intervensi terhadap usaha yang dijalankan anggota.
  - (7) BMT As-Salam dan anggota melakukan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yaitu bagian terbesar ada pada *mudhorib* atau anggota.
  - (8) Sistem bagi hasil ini dilaksanakan selama modal masih ada pada anggota, jika sudah dikembalikan sebelum jangka waktu kesepakatan, maka bagi hasil dilakukan hanya sampai bulan berikutnya.
  - (9) Pelaksanaan Bagi hasil disesuaikan dengan karakteristik usaha dimana hal ini bisa berbentuk jatuh tempo ataupun angsuran.
  - (10) Kerugian yang tidak dilakukan oleh anggota akan di tanggung oleh BMT, namun jika disebabkan oleh anggota, maka anggota akan kehilangan usaha dan nama baik.
  - (11) Sebelum mendapatkan pembiayaan, maka wajib mendaftar sebagai anggota dan membuka simpanan wajib.
  - (12) Biaya administrasi akan dikenakan kepada anggota dengan besaran sesuai dengan jumlah pinjaman.<sup>11</sup>
- b) *Murabahah* (jual beli)
- Produk *Murabahah* yang dibuka oleh BMT As-Salam yaitu:
- (1) Sistem dalam pembiayaan ini berupa jual beli dengan pembelinya adalah anggota dan penjualnya adalah BMT As-Salam

---

<sup>11</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021



dimana produk yang ditawarkan adalah produk konsumsi dan produk pemenuhan kebutuhan.

- (2) Barang yang di tawarkan berupa barang produksi dan barang konsumsi.
- (3) Adanya agunan yang digunakan untuk memastikan kepastian pembiayaan.
- (4) Syarat melakukan pengajuan pembiayaan harus menjadi anggota terlebih dahulu.
- (5) Harga yang diberikan kepada anggota sudah mencakup keuntungan bagi BMT As-Salam, namun besarnya keuntungan bisa di komunikasikan sehingga memungkinkan terdapat perbedaan antar anggota.

c) Pembiayaan *Al-Qardh*

(1) Peminjam *Al-Qardh*, merupakan kebutuhan dana mendesak dan sifatnya tidak komersil. Jangka waktu pemberian *Qardh* sangat pendek, sumber dananya bersumber dari BMT As-Salam dan penyajiannya dilaksanakan pada aktiva yang berbeda.

(2) *Al-Qurdhu Hasan*, merupakan pemenuhan kebutuhan yang sifatnya sosial. Sumber dananya tidak hanya berasal dari BMT As-Salam namun ada pihak ketiga yaitu adanya dana infaq, zakat dan sedekah.

d) Layanan

(1) BMT As-Salam juga menyediakan pembayaram PLN,PAM dll.

(2) BMT As-Salam juga memberikan pengisian ulang pulsa All Operator.<sup>12</sup>

**g. Prosedur dan Mekanisme Operasional BMT As-Salam Demak**

***Job description:***

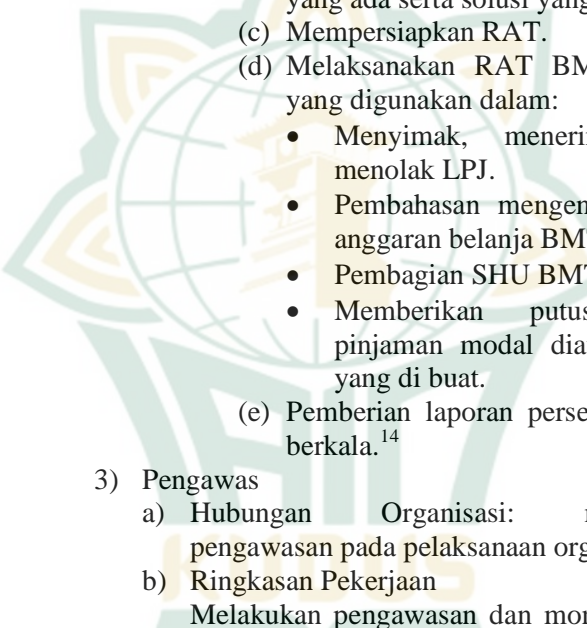
---

<sup>12</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- 1) Rapat Anggota Tahunan
  - a) Hubungan organisasi: memiliki tanggung jawab pada pelaksanaan rapat anggota BMT As-Salam dan membawai pengelolaan BMT.
  - b) Ringkasan pekerjaan: turut andil dalam menosialisasikan BMT As-Salam sehingga berjalan searah dengan tujuan dan kebijakan umum yang disepakati dalam rapat anggota dan ada dalam AD ART.
  - c) Tugas dan tanggung jawab
    - (1) Ikut dalam sosialisasi BMT.
    - (2) Menyelenggarakan RAT.
    - (3) Menyimak, menerima ataupun menolak LPJ pengurus.
    - (4) Mendemisionerkan pengelola dan menggantinya dengan yang baru pada akhir masa tugas.
    - (5) Pembahasan mengenai anggaran, dan rencana kerja pada tahun mendatang.
    - (6) Penyusunan pembagian profit tahunan BMT As-Salam pada rapat anggota.<sup>13</sup>
- 2) Pengurus
  - a) Hubungan Organisasi  
Bertanggung jawab dalam RAT BMT As-Salam.
  - b) Ringkasan Pekerjaan  
Memimpin BMT As-Salam agar berjalan sesuai dengan tujuan dan kewajiban yang telah disepakati pada rapat anggota demi mencapai tujuan, visi misi, dan komitmen terhadap Ad Art BMT As-Salam.
  - c) Tugas dan Tanggung Jawab
    - (1) Memberikan rumusan dan usulan kebijakan umum yang bertujuan untuk mendapatkan persetujuan pada rapat anggota.

---

<sup>13</sup>Hasil Dokumentasi dari StandarOperasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- 
- (2) Melakukan pengawasan dan pengevaluasian aktivitas BMT As-Salam sehingga kinerja yang ditampilkan sehat sesuai AD-ART.
  - (3) Ikut dalam sosialisasi BMT As-Salam.
  - (4) Melaksanakan rapat pengurus guna:
    - (a) Berdiskusi mengenai laporan kemajuan tiap bulannya dan tingkat kesehatan BMT As-Salam.
    - (b) Berdiskusi mengenai permasalahan yang ada serta solusi yang dibutuhkan.
    - (c) Mempersiapkan RAT.
    - (d) Melaksanakan RAT BMT As-Salam yang digunakan dalam:
      - Menyimak, menerima ataupun menolak LPJ.
      - Pembahasan mengenai rancangan anggaran belanja BMT As-Salam.
      - Pembagian SHU BMT As-Salam.
      - Memberikan putusan kepada pinjaman modal diatas kebijakan yang di buat.
    - (e) Pemberian laporan persetujuan secara berkala.<sup>14</sup>
- 3) Pengawas
- a) Hubungan Organisasi: melaksanakan pengawasan pada pelaksanaan organisasi.
  - b) Ringkasan Pekerjaan  
Melakukan pengawasan dan monitoring BMT As-Salam agar selalu sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang telah di setujui.
  - c) Tugas dan Tanggung Jawab
    - (1) Melakukan pengawasan dan pengevaluasian BMT As-Salam disesuaikan dengan ART.
    - (2) Turut andil dalam sosialisasi BMT As-Salam.

---

<sup>14</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- (3) Memberikan usulan mengenai kebijakan dalam upaya memperoleh persetujuan rapat anggota.
  - (4) Penyelenggaraan RAT yang juga menjadi LPJ bagi pengawasa.<sup>15</sup>
- 4) Direktur dan Manager
- a) Hubungan Organisasi: memberikan pertanggung jawaban kepada pengurus BMT As-Salam
  - b) Ringkasan Pekerjaan  
Mengarahkan BMT As-Salam agar berjalan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan serta kebijakan umum yang menjadi garis ketentuan pengurus dan disepakati dalam rapat anggota.
  - c) Tugas dan Tanggung Jawab
    - (1) Penentuan target berjangka baik pendek ataupun panjang.
    - (2) Memberikan susunan rancangan kerja kepada pengurus.
    - (3) Memonitor dan memberikan arahan serta evaluasi demi tercapainya tujuan.
    - (4) Membuat rancangan sebagai perencanaan hubungan kerja yang dapat memberikan motivasi karyawan demi tercapainya tujuan lembaga.
    - (5) Mencari peluang dan kerja sama dengan berbagai pihak demi menutupi kebutuhan lembaga.
    - (6) Optimalisasi dana demi menjaga *likuiditas*.
    - (7) Kontroling aset dengan melihat buku besar.
    - (8) Melihat dan mendatangi akad.
    - (9) Menerima atau menolak pengajuan pendanaan disertai alasan.
    - (10) Memberikan persetujuan pengeluaran kas sesuai dengan kewenangannya.

---

<sup>15</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- (11) Memberikan persetujuan atau penolakan kepada penggunaan dana yang diajukan dan tidak memenuhi prosedur.
  - (12) Pemberian teguran dan sanksi kepada bawahan.
  - (13) Pelaksanaan penilaian dan prestasi karyawan.
  - (14) Melakukan promosi dan *rolling job* disesuaikan dengan apa yang sudah disepakati.
  - (15) Kerjasama dengan pihak lain demi peningkatan profit.
  - (16) Memberikan persetujuan atau penolakan terhadap kerjasama yang dijalin dengan pihak lain dengan alasan yang jelas.<sup>16</sup>
- 5) Bagian *Customer Service (CS)* dan *Teller*
- a) Hubungan Organisasi  
Memberikan tanggung jawab kepada manager dan bekerjasama dengan staf lain.
  - b) Ringkasan Pekerjaan  
Melakukan promosi dan peningkatan citra BMT As-Salam, melaksanakan pembinaan, pengaturan, pengawasan dan pelaksanaan kegiatan, menyelamatkan posisi BMT As-Salam yang berkaitan dengan pembiayaan dan simpanan sesuai dengan apa yang diatur dalam Ad Art BMT As-Salam.
  - c) Tugas dan Tanggung Jawab
    - (1) Melayani pembukuan, menutup simpanan dan angsuran.
    - (2) Memberikan pelayanan yang baik kepada anggota dan menjelaskan produk yang dimiliki BMT As-Salam.

---

<sup>16</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

- (3) Pendataan di komputer atau buku induk mengenai registrasi anggota BMT As-Salam.
  - (4) Melakukan arsip pada anggota dan seluruh hal yang berkaitan denganya di BMT As-Salam.
  - (5) Memberikan perpanjangan akad bagi anggota yang tidak dapat memenuhi pembiayaan ketika jatuh tempo.<sup>17</sup>
- 6) Kabag Marketing
- a) Hubungan Organisasi: melaksanakan promosi atau pemasaran kepada calon anggota.
  - b) Ringkasan Pekerjaan  
Memperkenalkan produk kepada anggota dan meningkatkan citra BMT As-Salam.
  - c) Tugas dan Tanggung Jawab
    - (1) Melakukan pengaturan, koordinasi dan evaluasi dengan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan simpanan ataupun pembiayaan.
    - (2) Pencarian sumber dana kepada anggota ataupun pihak lain.
    - (3) Pencarian calon anggota baru.
    - (4) Memberikan pembinaan, pemantauan dan melakukan pengamatan agar akad yang telah dijalankan dapat diselesaikan sesuai waktu yang disepakati.
    - (5) Menagih pembiayaan sesuai dengan waktu yang disepakati.
    - (6) Memeriksa kelengkapan berkas permohonan pembiayaan.
    - (7) Penilaian kelayakan agunan yang diajukan.
    - (8) Klarifikasi pembiayaan dan menggolongkan bentuk pembiayaan.
    - (9) Analisis dan pembinaan pada anggota yang kurang lancar dan diragukan.

---

<sup>17</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021



- (10) Pengajuan masukan kepada manager dalam hal perluasan pemasaran.
- (11) Bersama menajer membicarakan peluang pasar yang memungkinkan berkembang.
- (12) Penentuan target *funding* dan *lending* dengan manager.<sup>18</sup>

**B. Gambaran Umum Responden**

**1. Deskripsi Identitas Responden**

Identitas responden yaitu informasi mengenai sampel yang akan dimintai keteranganya dalam penelitian ini, yaitu 96 anggota aktif BMT As-salam Demak.

**2. Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin responden isajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin**

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	30	31,25%
Perempuan	66	68,75 %
Jumlah	96	100 %

*Sumber: data primer yang diolah, 2021*

tabel 4.2 menjelaskan bahwa terdapat 30 anggota merupakan laki-laki dan 66 anggota meruapakn perempuan.

**3. Umur Responden**

Data mengenai umur nasabah di BMT As-salam Demak disajikan dalam tabel beriku:

**Tabel 4.3**  
**Umur Responden**

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
20-35	65	67,7 %
>35	31	32,3 %
Jumlah	96	100 %

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Melalui tabel 4.3 responden dominan berusia 20-35 tahun dengan jumlah 65 orang atau 67,7%, dan terdapat

---

<sup>18</sup>Hasil Dokumentasi dari Standar Operasional Pelayanan BMT As-Salam Demak dikutip tanggal 03-04-2021

sebagian yang berusia >35 tahun dengan total jumlahnya 31 atau 32,3%.

**4. Pekerjaan**

Data mengenai pekerjaan nasabah BMT As-salam dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan responden**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pedagang	70	72,91%
Ibu Rumah Tangga	26	27,08%
Jumlah	96	100 %

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021.*

Melalui tabel 4.4 memperlihatkan bahwa besar nasabah yang bekerja sebagai pedagang yaitu 70 orang atau 72,91% dan ibu rumah tangga sebanyak 26 orang atau 27,08%.

**5. Lama Menjadi Nasabah**

Lamanya menjadi anggota BMT As-Salam dapat diketahui melalui tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Lama Menjadi Nasabah**

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
>2Tahun	56	58,33 %
<2Tahun	40	41,66 %
Jumlah	96	100 %

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021.*

Melalui tabel 4.5 bisa dilihat mengenai lamanya anggota yang menabung <2 tahun sebanyak 40 orang atau 41,66% dan >2 tahun sebanyak 56 orang atau 58,33%.

**C. Deskripsi Statistik Angket Responden**

**1. Variabel personal selling (x1)**

Berdasarkan hasil jawaban angket personal selling dapat di jelaskkan sebagai berikut:

Tabel 4.6

Butir Pertanyaan	Frekwensi					Total (Skor x Frekwensi)	Rata- rata
	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1		
Butir 1	54	39	3	0	0	435	4,53
Butir 2	53	36	5	2	0	428	4,46
Butir 3	49	37	7	3	0	420	4,38
Butir 4	57	27	7	5	0	424	4,42
						<b>Jumlah</b>	<b>17,78</b>
						<b>Rata-rata</b>	<b>4,4</b>

Tabel di atas menunjukkan kesetujuan responden atas personal selling yang di tunjukkan oleh adanya kemampuan komunikasi, penngetahuan produk, kreativitas, empati. Simpulan ini diketahui melalui rata-rata responden menjawab tentang *personal selling* adalah sangat setuju.

2. Variabel kepercayaan (x2)

Berdasarkan hasil jawaban angket kepercayaan dapat di jelasskan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Butir Pertanyaan	Frekwensi					Total (Skor x Frekwensi)	Rata- rata
	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1		
Butir 1	58	36	2	0	0	440	4,58
Butir 2	55	39	2	0	0	437	4,55
Butir 3	52	40	4	0	0	432	4,50
Butir 4	57	35	4	0	0	437	4,55
Butir 5	56	37	2	1	0	436	4,54
Butir 6	49	43	4	0	0	429	4,47
						<b>Jumlah</b>	<b>27,20</b>
						<b>Rata-rata</b>	<b>4,5</b>

Melalui deskripsi tabel ini memberikan penjelasan bahwa kesetujuan responden atas kepercayaan yang di tunjukkan oleh adanya kemampuan, kebaikan hati, kejujuran. Simpulan ini dapat diamati dengan memperhatikan informasi yang responden berikan mengenai kepercayaan yaitu sangat setuju.

**3. Variabel citra perusahaan (x3)**

Berdasarkan hasil jawaban angket citra perusahaan dapat di jelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

Butir Pertanyaan	Frekuensi					Total (Skor x Frekuensi)	Rata- rata
	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1		
Butir 1	7	64	24	1	0	365	3,80
Butir 2	6	66	19	5	0	361	3,76
Butir 3	1	62	26	7	0	345	3,59
Butir 4	1	50	35	10	0	330	3,44
Butir 5	0	47	40	9	0	326	3,40
						<b>Jumlah</b>	<b>17,99</b>
						<b>Rata-rata</b>	<b>3,5</b>

Tabel di atas menunjukkan kesetujuan responden atas citra perusahaan yang di tunjukan oleh adanya identitas perusahaan, reputasi perusahaan, pelayanan yang di tawarkan, lingkungan fisik, hubungan perseorangan. Simpulan ini dapat diketahui melalui jawaban responden tentang citra perusahaan adalah setuju.

**4. Minat (y)**

Berdasarkan hasil jawaban angket minat dapat di jelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

Butir Pertanyaan	Frekuensi					Total (Skor x Frekuensi)	Rata- rata
	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1		
Butir 1	13	51	31	1	0	364	3,79
Butir 2	14	56	25	1	0	371	3,86
Butir 3	14	63	19	0	0	379	3,95
Butir 4	11	53	31	1	0	362	3,77
						<b>Jumlah</b>	<b>15,38</b>
						<b>Rata-rata</b>	<b>3,8</b>

Tabel di atas menunjukkan kesetujuan responden atas variabel minat yang di tunjukan adanya perhatian, keinginan menjadi anggota dan perasaan senang.

Simpulan ini terlihat melalui rata-rata jawaban responden tentang minat yaitu setuju.

**D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

**1. Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui kebasahan suatu alat ukur yang bisa berbentuk kuesioner. Kevalidan kuesioner diketahui melalui kemampuannya dalam mengungkapkan obyek yang diukurnya. Penujiannya signifikansi suatu alat ukur dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* =  $n-2$ . Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka bisa dikatakan bahwa variabel ini valid..Uji validitas yang dilaksanakan pada penelitian ini dapat diketahui melalui nilai *corrected item-total correlation*. Melalui data hasil pengolahan SPSS hasil yang di dapatkan yaitu:

**Tabel 4.10**  
**Hasil uji validitas**

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Personal Selling (X1)	X1.1	0,381	0,169	Valid
	X1.2	0,360	0,169	Valid
	X1.3	0,497	0,169	Valid
	X1.4	0,520	0,169	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,487	0,169	Valid
	X2.2	0,437	0,169	Valid
	X2.3	0,255	0,169	Valid
	X2.4	0,469	0,169	Valid
	X2.5	0,504	0,169	Valid
	X2.6	0,304	0,169	Valid
Citra Perusahaan (X3)	X3.1	0,459	0,169	Valid
	X3.2	0,627	0,169	Valid
	X3.3	0,558	0,169	Valid
	X3.4	0,634	0,169	Valid
	X3.5	0,489	0,169	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1	0,521	0,169	Valid
	Y2	0,677	0,169	Valid
	Y3	0,608	0,169	Valid
	Y4	0,240	0,169	Valid

Sumber : Output SPSS 24.0 tahun 2019, yang diolah 2021

Data diatas mendeskripsikan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $r$  pada tiap kolom bernilai positif, hal ini menunjukkan kevalidan tiap pertanyaan.

**2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bermanfaat dalam menunjukkan konsistensi dan kesetabilan responden dalam memberikan informasi mengenai hal yang memiliki keterkaitan pertanyaan variabel dan berbentuk kuisioner.

Uji reliabilitas bisa dilaksanakan secara bersamaan pada semua butir pertanyaan. Instrumen reliabel jika *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Tidak reliabel jika *Cronbach Alpha*  $< 0,60$ .

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Standard Cronbach Alpha</i>	Ket
Personal Selling (X1)	0,713	0,60	<i>Reliabel</i>
Kepercayaan (X2)	0,677	0,60	<i>Reliabel</i>
Citra Perusahaan (X3)	0,779	0,60	<i>Reliabel</i>
Minat Menabung (Y)	0,712	0,60	<i>Reliabel</i>

*Sumber : Output SPSS 24.0 tahun 2021*

Melalui pada tabel 3.5, terlihat bahwa nilai *cronbach alpha* pada variabel Personal Selling, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Minat Menabung nilai *reliabilitas* yang dimiliki  $>$  nilai *standart cronbach alpha* sebesar 0,60, sehingga kesimpulan yang di dapatkan yaitu variabel dikatakan *reliabel*.

**E. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Multikolinearitas**

Uji multikoloniaritas digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang terjadi antara variabel independen pada suatu model regresi. Jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen, maka model regresi ini dikategorikan model regresi yang baik. Hal ini disajikan pada tabel di bawah ini:



**Tabel 4.12**  
**Hasil Pengujian Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Personal Selling	.976	1.024
	Kepercayaan	.993	1.007
	Citra Perusahaan	.971	1.030

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Olah Data SPSS, 2021

Nilai *tolerance* memberikan hasil bahwa variabel independen berupa Personal Selling  $0,976 > 0,10$  , Kepercayaan  $0,993 > 0,10$  dan Citra Perusahaan  $0,971 > 0,10$  mendapatkan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hasil dari perhitungan *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan bahwa variabel independen berupa *Personal Selling*  $1,024 < 10$  , Kepercayaan  $1,007 < 10$  dan Citra Perusahaan  $1,030 < 10$  mendapatkan nilai VIF  $< 10$ . Sehingga kesimpulannya yaitu tidak terdapat multikolinearitas dalam variabel independen.

**2. Uji Autokorelasi**

Menurut Ghazali untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilaksanakan melalui uji Durbin-Watson (DW test). Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

**Tabel 4.13**  
**Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.693 <sup>a</sup>	.481	.464	1.387	2.046

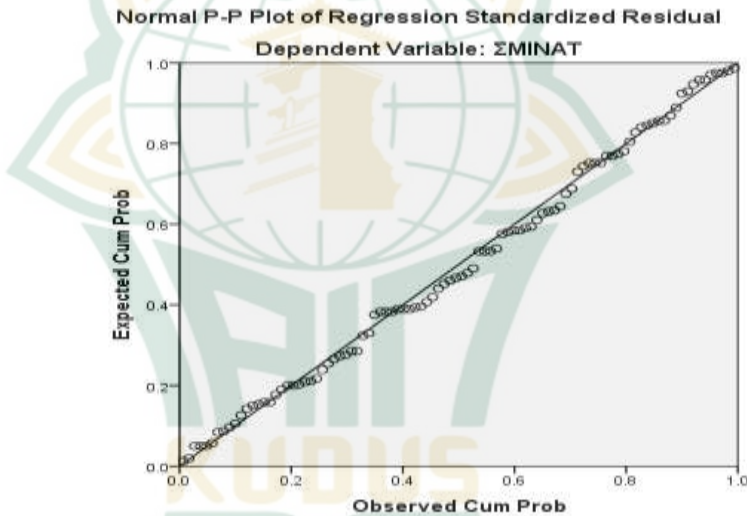
Sumber: Output Olahan SPSS, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa Durbin-Watson (d) sebesar 2,046 dengan memperhatikan tabel Durbin-Watson, nilai  $du$  yang di dapatkan yaitu  $1,733 < (4-du) = 4 - 1,733 = 2,267$ . Maka  $du < d < 4-du$  ( $1,733 < 2,046 < 2,267$ ) hal ini menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

**3. Uji Normalitas**

Uji ini digunakan untuk mengetahui kenormalan dalam distribusi pada suatu model regresi. Jika nomral atau mendekatinya maka model ini merupakan model yang baik.. metode grafik digunakan untuk mengetahui normalitas data, caranya dengan memperhatikan penyebaran data atau titik yang terdapat padagaris diagonal yang dapat dilihat pada grafik Normal P-P Plot of regression standardize residual. Hasil yang di dapatkan pada penelitian ini yaitu:

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**



Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 24.0

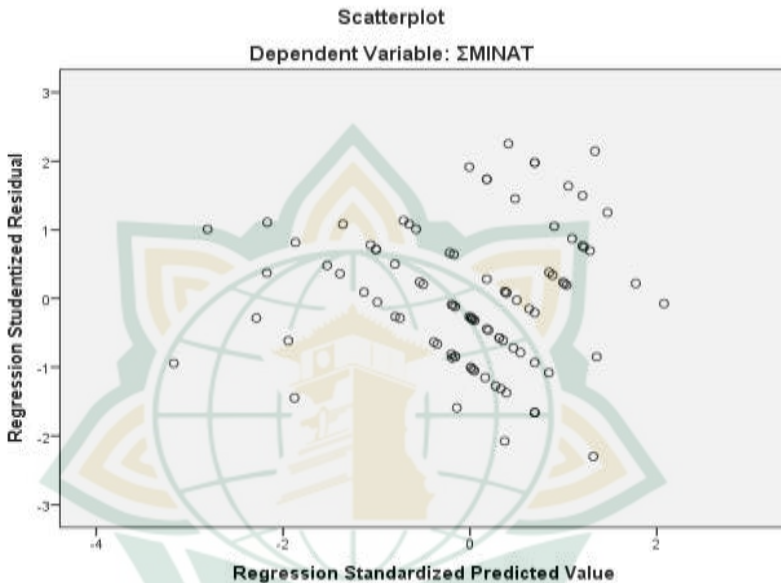
Informasi yang di dapatkan melalui data diatas yaitu bahwa titik titik berada di sepanjang garis diagonal dan ini menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal.

**4. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam melaskanakan uji heterokedastisitas dapat dilaksanakan dengan grafik. Jika titik yang ada dalam grafik tidak berbentuk dan penyebaranya ada di atas dan bawah 0 sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil dalam penelitian ini dapat diketahui pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4.2**  
**Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Olah Data SPSS, 2021*

Gambar diatas memperlihatkan bahwa sebaran titik tidak beraturan dan ada diatas dan bawah nilai 0 pada sumbu Y. Melalui deskripsi ii dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas pada model regresi.

## F. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan hubungan antar variabel independen dua atau lebih dari dua dengan variabel dependen. Analisis ini bermanfaat dalam memprediksi nilai variabel dependen, mengetahui naik turunya nilai variabel independen, memahami arah hubungan variabel independen dan dependen apakah ke arah negatif atau positif.

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh perrsonal selling, kepercayaan, citra perusahaan terhadap

minat menabung. Dengan memanfaatkan aplikasi SPSS 24 hasil yang diperoleh yaitu:

**Tabel 4.14**  
**Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.495	2.419		-1.031	.305
	Personal Selling	.222	.068	.248	3.264	.002
	Kepercayaan	.199	.068	.222	2.938	.004
	Citra Perusahaan	.473	.062	.585	7.677	.000

Sumber : Olah Data SPSS, 2021

Persamaan regresi linier berganda yaitu:

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

Keterangan :

- Y = Minat Menabung
- X<sub>1</sub> = Personal Selling
- X<sub>2</sub> = Kepercayaan
- X<sub>3</sub> = Citra Perusahaan
- a = Konstanta
- b<sub>1-3</sub> = Koefisien Regresi

Adapun model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah :

$$Y = -2,495 + 0,222 X_1 + 0,199 X_2 + 0,473 X_3 + e$$

Dimana persamaan ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -2,495 menunjukkan jika variabel independen adalah konstan maka minat menabung yaitu sebesar -2,495.
- 2) Koefisien regresi dari personal selling yaitu 0,222 ini mengartikan bahwa jika personal selling naik satu satuan, maka minat menabung juga mengalami peningkatan sebesar 0,222 satuan dengan ketetapan variabel independen lain.

- 3) Koefisien regresi dari kepercayaan yaitu 0,199 ini mengartikan bahwa jika kepercayaan naik satu satuan, maka minat menabung juga mengalami peningkatan sebesar 0,199 satuan dengan ketetapan variabel independen lain.
- 4) Koefisien regresi dari citra perusahaan adalah 0,473 ini mengartikan bahwa jika citra perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,473 satuan dengan ketetapan variabel independen lain.

**2. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )**

Koefisien determinasi dilaksanakan dalam melakukan pengukuran mengenai seberapa signifikan kemampuan model dalam memberikan keterangan mengenai variabel dependen.. koefisien determinasi yang ada pada penelitian ini yaitu:

**Tabel 4.15  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.693 <sup>a</sup>	.481	.464

*Sumber : Data Olah SPSS, 2021*

Tabel diatas memperlihatkan bahwa angka R disebut koefisien korelasi antara variabel personal selling, kepercayaan, citra perusahaan dengan minat menabung adalah 0,693 ini artinya hubungan antara personal selling, kepercayaan dan citra perusahaan dengan minat menabung yaitu sangat kuat (signifikan) sebesar 69,3%. Adjuster R2 pada penelitian ini besarnya 0,464 atau 46,4%. Maka variabel personal selling, kepercayaan dan citra perusahaan dengan minat menabung adalah sebesar 46,4% atau hanya sebesar 46,4%. Dan 53,6% merupakan faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Untuk mengetahui apakah secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh dengan variabel dependen maka dibutuhkan Uji F dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika nilai signifikansi  $F < 5\%$ , maka semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan dengan variabel dependen.

**Tabel 4.16**  
**ANOVA**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.611	3	54.537	28.365	.000 <sup>b</sup>
	Residual	176.889	92	1.923		
	Total	340.500	95			

Sumber : Olah Data SPSS, 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_A$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka dapat diketahui bahwa *personal selling*, kepercayaan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BMT

**4. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistic t)**

Uji t dilaksanakan untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh tiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. jika signifikan  $\alpha > 0,05$ , ini menyatakan tidak adanya pengaruh variabel independen secara individual. Jika  $\alpha < 0,05$  maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.



**Tabel 4.16**  
**Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.495	2.419		-1.031	.305
	Personal Selling	.222	.068	.248	3.264	.002
	Kepercayaan	.199	.068	.222	2.938	.004
	Citra Perusahaan	.473	.062	.585	7.677	.000

Sumber : Olah Data SPSS, 2021

Mellalui tabel yang disajikan, signifikansi variabel personal selling sebesar  $0,002 < 0,05$ , variabel kepercayaan sebesar  $0,04 < 0,05$ , variabel citra perusahaan sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

## G. Pembahasan dan Analisis

### 1. Pengaruh Personal Selling terhadap Minat Menabung pada BMT As-salam Demak

Setelah melakukan pengujian dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 24 maka nilai t hitung yang di dapatkan untuk personal selling sebesar 3,264 dengan signifikasi sebesar 0,002, sedangkan t tabel yang diketahui sebesar 1,661, maka nilai t hitung =  $3,264 >$  nilai t tabel = 1,661. Ini memberikan hasil bahwa ada perngaruh yang signifikan dari personal selling terhadap minat menabung.

Meningkatnya personal selling BMT As-salam maka akan meningkatkan minat menabung masyarakat. Upaya ini dilaksanakan BMT As-salam ketika mengirim karyawanya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk baru secara personal, maka karyawan ini sekaligus memotivasi anggota dengan bahasa persuasif untuk mencoba dan menggunakan produk layanan yang diberikan.

*Personal selling* diartikan dengan komunikasi yang terjalin diantara individu secara personal dan langsung, dalam upaya penciptaan, perbaikan, penguasaan atau pertahanan uatu hubungan yang saling memberikan profit

antar pihak. atau personal selling diartikan dengan penjualan produk atau jasa secara tatap muka antara pembeli dan penjual.<sup>19</sup>

Pada dasarnya personal selling yaitu suatu komunikasi yang dilaskanakan dengan tatap muka penjual dan pembeli dalam mengenalkan dan memahami produk maupun layanan sehingga pembeli berminat untuk membeli produk atau jasa.

Hal ini sesuai dengan penelitian Layaman dan Pritha Nilamsari yang berjudul “Analisis pengaruh margin dan personal selling terhadap minat nasabah”. Dimana penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari personal selling terhadap minat nasabah.

## **2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung pada BMT As-salam Demak**

Pengujian dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 24 memberikan hasil bahwa nilai t hitung kepercayaan sebesar 2,938 dengan signifikasi sebesar 0,004, sedangkan t tabel yang diketahui sebesar 1,661, sehingga nilai t hitung = 2,938 > nilai t tabel = 1,661. Ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap minat menabung.

Kepercayaan merupakan pengetahuan dan kesimpulan yang anggota lakukan mengenai suatu objek, atribut, manfaat. Dapat disimpulkan dari teori tersebut bahwa kepercayaan merupakan kesimpulan yang berasal dari pengetahuan seorang nasabah terhadap produk, semakin tinggi seorang nasabah memiliki pandangan yang positif kepada produk maka konsumen akan percaya pada produk tersebut.<sup>20</sup>

Meningkatnya kepercayaan kepada BMT juga akan meningkatkan minat menabungnya. Kepercayaan sendiri yaitu pemahaman deskriptif yang diyakini seseorang mengenai hal tertentu. Munculnya kepercayaan

---

<sup>19</sup> Basu Swastha, *Azaz-Azaz Marketing*, Liberty, Yogyakarta, 1996, hlm. 260.

<sup>20</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Erlangga, Jakarta, 2002, hlm 312.

diakibatkan oleh pengulangan realitas serta aktivitas belajar yang berulang dan adanya pengalaman. Demi mempertahankan loyalitas anggota BMT kepercayaan juga menjadi faktor penentu loyalitas anggota. Anggota percaya akan atribut yang melekat pada suatu produk.

Hal ini sesuai dengan penelitian Yohana Nesya Setyawan dan Edwin Japariato yang berjudul “Analisis pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman dan aksesibilitas terhadap minat menabung”. Kepercayaan berpengaruh signifikan dengan minat menabung.

### **3. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap minat menabung BMT As-salam**

Pengujian dengan memanfaatkan hasil SPSS versi 24 nilai  $t$  hitung untuk citra perusahaan 7,677 dengan signifikansi sebesar 0,000, sedangkan  $t$  tabel yang diketahui 1,661, sehingga nilai  $t$  hitung = 7,677 > nilai  $t$  tabel = 1,661. Simpulan yang dapat diambil yaitu adanya pengaruh yang signifikan dari citra perusahaan terhadap minat menabung.

Citra perusahaan merupakan salah satu aset terpenting yang membutuhkan pemeliharaan. Citra baik perusahaan menjadi magnet dalam menarik nasabah untuk memilih produk BMT dan juga sebagai perbaikan sikap dan kepuasan nasabah pada BMT. Citra dibangun melalui pandangan objek dalam menerima dan proses informasi yang diterima di tiap waktu. Citra juga digunakan dalam mempengaruhi nasabah dan diperlihatkan dari berbagai sisi keunggulan yang diakui oleh publik.

Hal ini sesuai dengan Nurul Khotimah dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh religiusitas, kepercayaan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas”. Penelitian ini menghasilkan simpulan bahwa citra perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menabung.