

KSPPS BERBAGI (Berkah Abadi Gemilang) dulunya bernama BMT BERKAH ABADI dari Agus Setiawan saat rapat anggota kemudian KH. Sukri Sukarli Sf mengusulkan ganti nama Berkah Abadi Gemilang disingkat BERBAGI dan diresmikan hingga sekarang . Dengan Struktur pengurus Ketua Agus Setiawan, S. Sy, Sekretaris M. Maghfurir Rahman, S. Sy., dan Bendahara H. Subhan. Sedangkan dari pengawas KH. Syukri Sukarli Sf, Jamaludin Malik, S. Ag (alm) dan Sugito, S. Ag. Hingga saat ini, KSPPS BERBAGI (Berkah Abadi Gemilang) berkembang pesat dan memiliki beberapa cabang yang tersebar di wilayah Jepara.

KSPPS Berkah Abadi Gemilang termasuk rintisan dari usaha berbasis syariah dalam bentuk simpan dan pembiayaan syariah, dalam hal ini menggunakan akad-akad yang meliputi: akad Murabahah, akad Mudharabah, akad Ba'i Bitsaman Ajil dan akad Ijarah. Dalam operasionalnya mengadopsi akad mudharabah (bagi hasil) dengan memperhitungkan keuntungan (hasil) dari usaha yang diberikan langsung setiap akhir bulan. KSPPS Berkah Abadi Gemilang juga mengadopsi akad wadhiah dalam mengelola simpanan dan dari segi pembiayaan menggunakan beberapa akad, diantaranya: akad Murabahah (jual beli secara tempo), akad Ba'i Bitsaman Ajil (jual beli angsuran) dan akad Mudharabah (bagi hasil usaha). Dengan demikian, sebagian besar sudah mencerminkan nilai-nilai syariah dan kedepannya harus ditingkatkan.²

b. Visi Misi dan Tujuan KSPPS Berkah Abadi Gemilang

1) Visi

“Menjadikan Koperasi Kuat serta percaya ketika bermuamalah agar Keberkahan tercapai”

2) Misi

- a) pembentukan sistem ketika dikelola secara baik dari dalam ataupun ke luar.
- b) Melaksanakan layanan dengan prima terhadap anggota serta calon anggota.
- c) Melaksanakan jasa merencanakan keuangan anggota serta calon anggota menggunakan produk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- d) Berpartisipasi aktif di kegiatan kemasyarakatan.
- e) Mengembangkan ekonomi mikro dengan mandiri.

² Hasil dokumentasi tentang Profil dan Sejarah KSPPS Berkah Abadi Gemilang pada tanggal 1 Mei 2023.

3) Tujuan

- a) Menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat.
- b) peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- c) sektor ekonomi mikro dibantu serta penyediaan lapangan kerja dan mengembangkan sumber daya manusia.
- d) peningkatan semangat kebersamaan serta persatuan.³

c. Bidang Organisasi KSPPS Berkah Abadi Gemilang

1) Susunan Pengurus (Periode 2019 – 2024)

- a) Ketua Pengurus : Agus Setiawan, S. Sy, ME
- b) Sekretaris Pengurus : M. Maghfurir Rohman, S. Sy, MH.
- c) Bendahara Pengurus : H. Subhan

2) DPS (Dewan Pengawas Syari'ah)

- a) H. Fathur Rofiq, SE. MM
- b) Ahmad Said, S. Ag, Mm

3) Susunan Pengawas (Periode 2019 – 2024)

- a) Pengawas 1 : KH. Syukri Sukarli Sf.
- b) Pengawas 2 : Sugito, S.Ag
- c) Pengawas 3 : Mifrohah

4) Susunan Pengelola

Jumlah Pengelola 32 orang yang tersebar di beberapa cabang, terdiri dari:

KANTOR PUSAT

1. General Manager : Siti Fitriyani, S. Sy
2. Kabag Admin : M. Choirun Najib, S. Pd.I
3. Kabag Pemasaran : Hery Prasetya, S. Sy
4. Admin : Sri Wahyuningsih, SE
5. Staff : Muh. Kosim, S. Kom.I
6. Staff : Muhammad Adib Fawai

CABANG UTAMA (TROSO)

1. Kepala Cabang : Siti Yeni Maya Sari. SE.
2. Kabag. Funding Cab. Utama : Sofiyah Abdul Fatah
3. Teller : Magfirotun Nikmah, SE.I
4. Marketing : Miftachur Rohman, S.M.

³ Hasil dokumentasi tentang Visi, Misi, dan Tujuan KSPPS Berkah Abadi Gemilang pada tanggal 11 April 2023.

- 5. Marketing : Ikhwan Susanto, S.Sn
- 6. Marketing : Junita Isnullisa

CABANG BAWU

- 1. Kepala Cabang : Umi Faricha, S. Pd.I
- 2. Teller : Ulfatun Qolimah, S.Pd
- 3. Marketing : Indah Gita Ayu Cahyani, SE
- 4. Marketing : Sri Rahayu, Amd.Keb.
- 5. Marketing : Fitria Wulandari, S.H.

CABANG MAYONG

- 1. Kepala Cabang : Alvin Iqbal Rifqi Ardiansyah, SE.I
- 2. Teller : Ika Widyaningsih, S.Pd.
- 3. Marketing : Handika Maulana Ardiyansa
- 4. Marketing : Dhany Naufal Rif'at
- 5. Marketing : Tesha Agsafana Aryndita, SE.

CABANG SWAWAL

- 1. Kepala Cabang : Ahmad Setyoko, S.Ak
- 2. Teller : Nabillatun Nisak
- 3. Marketing : Rusda Laili, S. Hum

CABANG KEDUNG

- 1. Kepala Cabang : Ani Rohmah, S. Pd.I
- 2. Teller : Nur Faizatul Ummah, S.E.
- 3. Marketing : Siti Umadiyah, SE.I
- 4. Marketing : Leni Listiani, S.E

CABANG BANGSRI

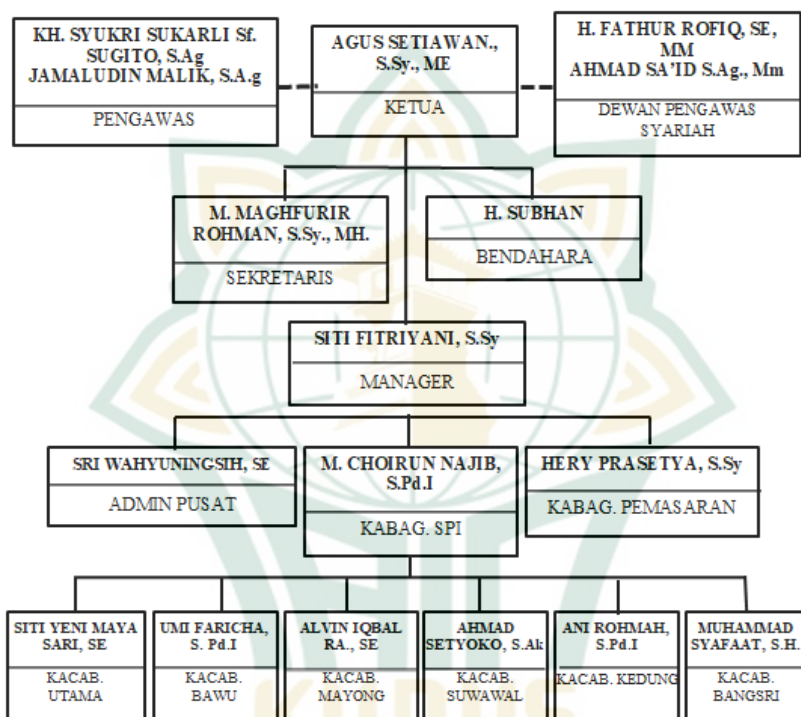
- 1. Kepala Cabang : Muhammad Syafaat, S.H.
- 2. Teller : Adibatul Hafidlah, SE
- 3. Marketing : Ahmad Nadzib, S.

Kom.I⁴

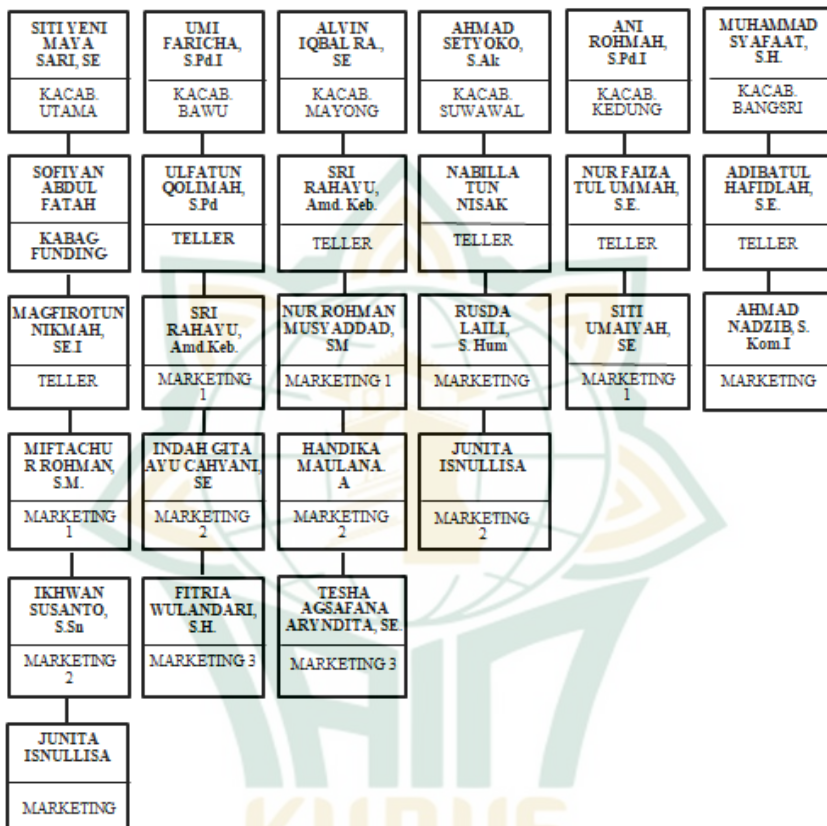
⁴ Hasil dokumentasi tentang Struktur Organisasi KSPPS Berkah Abadi Gemilang pada tanggal 11 April 2023.

d. Struktur Organisasi

Gambar 4.2 Struktur Organisasi
KSPPS Berkah Abadi Gemilang



**Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kantor Cabang
KSPPS Berkah Abadi Gemilang**



Deskripsi Fungsi Struktur Organisasi

1) Pengurus

Tugas pengurus, di antaranya:

- a) Pengurus mencatat masuk dan keluarnya anggota dalam registrasi pengurus serta melakukan segala upaya untuk membuat anggota sadar akan konsekuensi dan dicatat dalam daftar keanggotaan.
- b) Setiap anggota pengurus wajib membantu pengawas dalam melaksanakan tugasnya dan wajib memberikan keterangan yang diperlukan dan menunjukkan kepadanya semua buku, dokumen, inventaris kargo, peralatan dan dana kerjasama yang ada.

- c) Pengurus wajib mencatat dengan benar setiap kejadian dalam pembukaan yang telah ditentukan dan memberitahukan kepada anggota setiap kejadian yang mempengaruhi jalannya koperasi termasuk semua laporan pemeriksaan koperasi beserta perkembangan organisasi dan usahanya kepada anggota sekurang-kurangnya satu kali dalam setahun.
 - d) Pengurus berkewajiban untuk membuat semua anggota mengetahui dan memahami anggaran dasar, peraturan khusus, dan keputusan sekaligus wajib melaksanakan segala ketentuan anggaran dasar perusahaan, anggaran dasar koperasi, peraturan khusus, dan keputusan rapat umum, terutama pelaksanaan rapat anggota tahunan.
 - e) Pengurus berkewajiban menjaga kerukunan antar anggota dan mencegah segala sesuatu yang menimbulkan perbedaan. Apabila terjadi perselisihan yang timbul harus diselesaikan secara musyawarah oleh pengurus dan tidak boleh memihak kepada pihak manapun. Hal ini berlaku juga bagi pengurus serta semua anggota koperasi yang harus menanggung kerugian yang diderita koperasi. Apabila dengan sengaja melakukan kerugian pada koperasi, maka akan dilakukan penuntutan secara hukum.
- 2) Pengawas
- Tugas Pengawas, di antaranya:
- a) Mengawasi bijaksana dan pengelolaan koperasi agar terlaksana minimal setiap 3 (tiga) bulan sekali.
 - b) Laporan hasil pengawasan, menyampaikan kepada pengurus, pembina dan anggota melalui perwakilan.
 - c) Laporan tertulis hasil pengawasan, disampaikan terhadap pengurus, pembina dan anggota melalui perwakilan.
 - d) Pengawas harus merahasiakan hasil mengawasi terhadap pihak ketiga.
 - e) Pengawas wajib bersumpah/janji sebelum rapat umum sebelum menjabat.
- 3) Manager
- Tugas Manager, di antaranya:
- a) Melaksanakan kebijakan direksi dan mengelola usaha kerjasama simpan pinjam.
 - b) Rencana tersebut mengutamakan kegiatan usaha simpan pinjam untuk kepentingan anggota.
 - c) Mengontrol dan mengkoordinasikan kegiatan simpan pinjam.

- d) Mentaati semua ketentuan dalam anggaran dasar perusahaan, anggaran dasar, keputusan rapat umum, kontrak kerja dan ketentuan lain yang berlaku.
- e) Berupaya menggunakan prinsip kehati-hatian untuk berusaha menghindari kerugian usaha koperasi.

Kewajiban Manager, di antaranya:

- a) Merencanakan kegiatan usaha simpan pinjam jangka pendek dan jangka panjang.
- b) Meningkatkan kapasitas usaha simpan pinjam melalui pendidikan/pelatihan.
- c) Mengembangkan bisnis dengan mengembangkan produk simpan pinjam.
- d) Memantau survei pinjaman.
- e) Selalu menjaga tingkat kegiatan usaha simpan pinjam.
- f) Mengusulkan pedoman pelaksanaan manajemen usaha dan/atau prosedur operasi standar dan standar operasi manajemen kepada manajemen, dan menyampaikannya kepada rapat umum untuk disetujui.
- g) Memantau dan mengevaluasi kegiatan usaha simpan pinjam koperasi.
- h) Melaporkan secara berkala kepada manajemen pelaksanaan usaha simpan pinjam.

Hak Manager, di antaranya:

- a) Memperoleh penghasilan berdasarkan perjanjian kerja yang dirundingkan dan ditandatangani oleh pengurus dan pengurus.
- b) Membela diri dan menantang semua tuntutan yang dibuat padanya.
- c) Bertindak atas nama pengurus dalam menjalankan usaha sesuai dengan kewenangan pengurus.

Wewenang Manager, di antaranya:

- a) Menentukan jumlah pinjaman berdasarkan otorisasi dari manajemen.
- b) Berdasarkan hasil analisis permohonan pinjaman, pertimbangkan apakah manajemen memutuskan akan memperpanjang pinjaman di luar kewenangannya.
- c) Memperhatikan pengelolaan pembukaan cabang, cabang pembantu, dan kasir.
- d) Mengambil langkah-langkah untuk mencegah kredit bermasalah.

- e) Dalam rangka menjalankan kegiatan usaha simpan pinjam, mewakili pengurus untuk menjalin hubungan kerjasama dengan dunia luar.
 - f) Berkoordinasi dengan supervisor dan manajemen untuk mengambil keputusan tentang kegiatan simpan pinjam koperasi.
- 4) Teller
- Tugas teller, di antaranya:
- a) Menerima setoran, transfer, dan penarikan dari setoran.
 - b) Mencatat semua dokumen pendukung (slip).
 - c) Bertanggung jawab atas perbendaharaan secara langsung.
 - d) Bertanggung jawab memperbaiki transaksi.
 - e) Bertanggung jawab atas jumlah dana kas yang ada di sistem dengan kenyataannya.
 - f) Melakukan tugas administrative seperti entri dan pengarsipan data.
 - g) Menyelesaikan konflik yang terkait dengan akun anggota.
- 5) *Costumer Service*
- Tugas *customer service*, di antaranya:
- a) Mendidik anggota/kandidat tentang produk dan persyaratannya, serta prosedur simpanan dan pembiayaan.
 - b) Bertindak sebagai penghubung antara anggota dan KSPPS. Anggota dan komunitas yang bekerja dengan KSPPS harus responsive terhadap layanan pelanggan.
- 6) *Marketing*
- Tugas *marketing*, di antaranya:
- a) Memberikan produk simpanan dan pembiayaan yang ada di KSPPS.
 - b) Memberikan kebutuhan anggota akan produk dari KSPPS.
 - c) Menjaga hubungan baik dengan para anggota secara nyata.
 - d) Mencapai target untuk periode bulanan dan tahunan yang ditentukan oleh pengurus.
 - e) Menjaga nama baik KSPPS.
- e. Produk KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara**
- 1) Produk Simpanan
- a) Simpanan Lancar (SINAR)
 - Simpanan Lancar (SINAR) yakni simpanan yang menggunakan prinsip *wadi'ah yadhomanah*. Akad ini memperbolehkan uang titipan anggota untuk dikelola

pihak koperasi untuk keperluan yang bermanfaat. Sebagai gantinya koperasi akan memberikan kadar keuntungan sesuai dengan ketentuan koperasi. Ketentuannya sebagai berikut:

1. Simpanan atas nama individu/organisasi
 2. Bayar Simpanan Pokok Rp. 10.000,00
 3. Awal setoran min Rp. 10.000,00
 4. Setoran berikutnya Rp. 5.000,00
 5. Penarikan dan setoran dapat dilakukan kapan saja selama jam kerja
 6. Menyediakan sistem jemput bola (pelayanan penarikan setoran dan penarikan simpanan ditempat).
- b) Simpanan Hari Raya (SIM RAYA)

Simpanan hari raya (SIM RAYA) yakni jenis simpanan yang menggunakan prinsip *mudhorobah*, simpanan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan Hari Raya Idul Fitri. Untuk setorannya dapat dilakukan kapan saja dan untuk penarikannya hanya dapat dilakukan setahun sekali saat bulan Ramadhan. Keuntungan dari SIM RAYA ialah dapat memenuhi seluruh kebutuhan Hari Raya.

Paket I = Rp. 10.000,00-Rp. 50.000,00/minggu

Paket II = Rp. 60.000,00-Rp. 200.000,00/bulan

- c) Simpanan Sekolah (SI SEKOLAH)

Simpanan sekolah (SI SEKOLAH) simpanan yang diberikan melalui lembaga sekolah kepada siswa yang masih menempuh pendidikan PAUD hingga SMK. Penyetorannya dapat dilakukan kapan saja dan hanya dapat dikembalikan setahun sekali pada akhir tahun pelajaran.

Setoran minimal Rp. 5.000 (lima ribu rupiah)/hari. Keuntungan yang dapat diperoleh ialah jika mereka mengadakan acara di sekolah, mereka dapat mengajukan proposal/kerjasama dan mendapat spanduk promosi diawal tahun ajaran.

- d) Simpanan Pendidikan (SI DIKA)

Simpanan pendidikan (SI DIKA), ialah simpanan yang diberikan kepada siswa yang masih bersekolah dari PAUD SMA/K, dan disimpan oleh siswa secara mandiri atau orang tua. Simpanan ini hanya dapat diambil jangka waktu 12 bulan atau pada saat akhir semester kenaikan kelas. Keuntungan dari SI DIKA ialah, anggota

mendapatkan paket peralatan sekolah sesuai dengan paket simpanan yang dipilih. Dengan cara menabung, menggunakan paket-paket yang telah disediakan. Berikut paket-paket dari SI DIKA:

Paket I = Rp. 100.000,00/minggu

Paket II = Rp. 50.000,00/minggu

Paket III = Rp. 25.000,00/minggu

e) Simpanan Hari Tua (SI HARTA)

KSPPS Berkah Abadi Gemilang memiliki simpanan untuk hari tua (SI HARTA). SI HARTA menjadi pilihan cerdas untuk anda yang ingin memiliki hari tua yang lebih baik. Dengan manfaat bagi hasil yang menguntungkan dan bebas administrasi bulanan, mari rencanakan masa tua bersama KSPPS BERBAGI.

f) Simpanan Qurban (SI QURBA)

Simpanan Qurban (SI QURBA) ialah simpanan anggota berdasarkan akad *wadi'ah yadhomanah* yang mana simpanan ini berlaku bagi lembaga (masjid, panitia qurban, kelompok RT) atau perorangan dengan ketentuan membuat kelompok 30-an orang lalu dibuat arisan. Simpanan qurban akan diberikan pada mulai pertengahan bulan *Dzulkaidah*/apit. Jika ingin melaksanakan qurban sebelum dana mencukupi, anggota bisa konfirmasi kepada panitia qurban/lembaga KSPPS Berkah Abadi gemilang.

Tabel 4.1 Paket- paket simpanan Qurban

Nominal Simpanan/Minggu	Jangka Waktu	Total
10.000	60 bulan	2.400.000
20.000	30 bulan	2.400.000
50.000	12 bulan	2.400.000

Sumber: Data Sekunder, KSPPS Berkah Abadi Gemilang (2023)

g) Simpanan Umroh (SI UMROH)

Simpanan Umroh (SI UMROH), yakni simpanan anggota yang menggunakan akad *Mudharabah*, sehingga memudahkan anggota dalam melaksanakan umroh. Dengan menabung Rp. 1.000.000, para anggota langsung berangkat umroh dengan ketentuan dan syarat yang sudah ditentukan.

h) Simpanan Berjangka (SIM KA)

Simpanan Berjangka (SIM KA), merupakan simpanan dengan akad Mudharabah. Anggota koperasi memasukkan dana ke dalam koperasi, dan koperasi pengelola modal tersebut dialihkan pembiayaan dan usaha lainnya yang menguntungkan. Anggota akan menggunakannya sesuai dengan rasio yang telah disepakati. Ketentuannya sebagai berikut:

1. Penyetoran simpanan atas nama perorangan/organisasi
2. Setoran simpanan minimal Rp 1.000.000,-
3. Setiap akhir bulan anggota akan menerima bagi hasil di tabung masing-masing
4. Jangka waktu dan bagi hasil yang telah disepakati, seperti:
 - 3 bulan, 0,6% BAHAS/BULAN
 - 6 bulan, 0,7% BAHAS/BULAN
 - 13 bulan, 0,9% BAHAS/BULAN

Sedangkan untuk manfaat dari simpanan berjangka ialah sebagai berikut:

- 5) Lebih aman dan lebih menguntungkan
- 6) Bagi hasil yang kompetitif
- 7) Membantu pembangunan ekonomi rakyat
- 8) Insya Allah lebih banyak manfaat dan maslahatnya

i) Simpanan Berkah Berencana (SIM KACA)

Simpanan Berkah Berencana (SIM KACA), yakni simpanan anggota jangka panjang yang bisa di cicil perbulan dalam jangka waktu 36, 48, dan 60 bulan. Dengan keuntungan yang telah ditetapkan.

j) Simpanan Berjangka Berhadiah

Simpanan Berjangka Berhadiah ialah jenis simpanan yang memiliki jangka waktu penyimpanan sesuai kebutuhan anggota, hadiahnya diberikan di awal pada saat akad. Hadiahnya dapat berupa strika, *magicom*, kipas angin, *smartphone*, sepeda motor, mesin cuci, dll sesuai keinginan anggota. Asalkan hadiah yang diinginkan sesuai dengan nominal simpanan.

2) Produk Pembiayaan

a) Pembiayaan BBA (*Ba'i Bi' Saman Ajiil*)

Pembiayaan BBA (*Ba'i Bi' Saman Ajiil*) ialah pinjaman cicilan dengan jangka waktu tertentu. Dana ini berupa paket keringanan yang diberikan kepada anggota atas pembelian *asset*, setelah itu anggota wajib

mengembalikan bantuan yang diberikan dengan setoran yang telah ditentukan. Kegiatan Pembiayaan BBA (*Ba'i Bi' Saman Ajiil*) di KSPPS Berkah Abadi Gemilang dikenakan margin sebesar 2% dari plafon pinjaman.

b) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan *Murabahah* ialah akad jual beli dengan ketentuan penjual menjelaskan diawal harga asset yang dibeli juga keuntungan/margin yang telah ditetapkan. Margin yang ditetapkan oleh KSPPS Berkah Abadi Gemilang dengan pembiayaan *Murabahah* ini sebesar 2,5% dari plafon pembiayaan. Kemudian KSPPS dan anggota bersepakat untuk melakukan akad tersebut. Pembiayaan Murabahah ini menggunakan jangka waktu angsuran maksimal 4 bulan dan untuk angsuran bulan pertama sampai bulan ke tiga, anggota hanya membayar margin. Kemudian, bulan berikutnya anggota membayar pokok beserta marginnya berdasarkan plafon pembiayaan.

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Deskripsi Responden

Berikut ialah data pengelompokan karakteristik responden:

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel atas, dapat dijabarkan jumlah responden berkelamin perempuan ada 58 orang atau 58% sedangkan responden laki-laki 42 orang atau 42%. Jadi, disimpulkan bahwa rata-rata responden pada penelitian berjenis kelamin perempuan yang mendominasi.

2) Umur Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Umur Responden

Umur Responden	Frekuensi	Presentase (%)
< 20 Tahun	25	25%
20 – 25 Tahun	18	18%
26 – 30 Tahun	38	38%
31 – 35 Tahun	12	12%
>35 Tahun	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil output spss 25 di atas, dapat dijabarkan bahwa rata-rata usia >35 sebesar 7 orang atau 7%, usia 31-35 sebesar 12 orang atau 12%, orang dengan usia 26-30 sebesar 38 orang atau 38%, usia 20-25 sebesar 18 orang atau 18%, usia <20 sebesar 25 orang atau 25%. Jadi, disimpulkan bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 26-30 tahun.

3) Pekerjaan Responden

Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar	21	21%
Wiraswasta	32	32%
Pegawai Negeri	4	4%
Pegawai Swasta	17	17%
Lainnya	26	26%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil output spss 25 dijabarkan bahwa jumlah orang pelajar sebesar 21 orang atau 21%, wiraswasta sebesar 32 orang atau 32%, pegawai negeri sebesar 4 orang atau 4%, pegawai swasta sebesar 17 manusia atau 17% dan orang yang bekerja selain yang disebutkan berjumlah 26 orang atau 26%. Jadi, disimpulkan bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini didominasi oleh orang yang bekerja sebagai wiraswasta.

4) Penghasilan Responden

Tabel 4.5 Karakteristik Penghasilan Responden

Penghasilan Responden	Frekuensi	Presentase (%)
<1 juta	13	13%
1-2 juta	19	19%
2-3 juta	37	37%
3-5 juta	22	22%
>5 juta	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil output spss 25 di atas, dapat dijabarkan bahwa jumlah penghasilan orang kurang dari 1 juta ada 13 orang atau 13%, orang yang berpenghasilan 1-2 juta sebanyak 19 orang atau 19%, orang yang berpenghasilan 2-3 juta sebanyak 37%, orang yang

berpenghasilan 3-5 juta sebanyak 22 orang atau 22%, dan orang yang berpenghasilan lebih dari 5 juta sebanyak 9 orang atau 9%. Jadi, disimpulkan bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini didominasi oleh orang dengan penghasilan 2-3 juta.

b. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Deskripsi data variabel ini yakni tanggapan hasil jawaban orang dari tiap-tiap pernyataan dalam kuesioner terhadap 100 orang, sebagai berikut:

Tabel 4.6 Data Penelitian Responden

Variabel	Item	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Mean
(X ₁)	X1.1	51	36	12	1	-	4,37
	X1.2	51	28	16	4	1	4,24
	X1.3	38	30	23	6	3	3,94
	X1.4	34	39	20	4	3	3,97
	X1.5	40	39	18	3	-	4,16
	X1.6	47	31	20	2	-	4,23
	X1.7	45	32	21	2	-	4,20
	X1.8	56	27	15	1	1	4,36
(X ₂)	X2.1	30	33	30	6	1	3,85
	X2.2	16	42	29	10	3	3,58
	X2.3	12	57	27	3	1	3,76
	X2.4	12	33	40	15	-	3,42
	X2.5	1	9	47	38	5	2,63
(X ₃)	X3.1	38	31	22	7	2	3,96
	X3.2	33	41	18	4	4	3,95
	X3.3	39	41	17	3	-	4,16
	X3.4	40	31	25	4	-	4,07
	X3.5	36	34	21	9	-	3,97
(X ₄)	X4.1	39	35	20	4	2	4,05
	X4.2	38	39	17	4	2	4,07
	X4.3	37	47	14	2	-	4,19
	X4.4	41	32	20	6	1	4,06
(X ₅)	X5.1	39	41	17	3	-	4,16
	X5.2	36	53	8	2	1	4,21
	X5.3	41	41	15	3	-	4,20
	X5.4	33	54	10	3	-	4,17
	X5.5	40	29	25	5	1	4,02

Y	Y1	44	32	21	3	-	4,17
	Y2	36	35	21	8	-	3,99
	Y3	38	40	19	2	1	4,12

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.6, setiap item jawaban dapat dianalisa sebagai berikut:

- a. Tanggapan orang pada variabel produk (X_1) menurut hasil penelitian disimpulkan bahwa kecenderungan kepuasan pada penawaran produk dsri KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Dilihat dari hasil sebesar 3,94 hingga 4,37.
- b. Tanggapan orang pada variabel religiusitas (X_2) menurut hasil pengolahan data penelitian disimpulkan bahwa orang cukup mempertimbangkan penggunaan produk KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara terhadap kadar keimanannya. Berdasarkan hasil bernilai 2,63 hingga 3,85.
- c. Tanggapan orang pada variabel kualitas pelayanan (X_3) menurut hasil penelitian yang diolah menyimpulkan bahwa kepuasan pada kualitas pelayanan yang diberikan KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Hal ini berdasarkan hasil rata-rata sebesar 3,95 hingga 4,16.
- d. Tanggapan orang pada variabel nisbah (X_4) menurut hasil data penelitian menyimpulkan bahwa orang memiliki kecenderungan senang dengan sistem nisbah atau bagi hasil yang diterapkan KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Hasil yang menguatkan rata-rata sebesar 4,05 hingga 4,19.
- e. Tanggapan orang pada variabel lokasi (X_5) menurut hasil data dari peneliti dinyatakan bahwa penemuan lokasi KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dengan mudah karena letaknya strategis dan dapat dijangkau dengan mudah. Hal ini ditunjukkan pada hasil rata-rata sebesar 4,02 hingga 4,21.
- f. Tanggapan orang pada variabel minat pembiayaan (Y) menurut hasil pengolahan data dinyatakan bahwa minat seseorang terhadap produk pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. dilihat dari hasil rata-rata sebesar 3,99 hingga 4,17.

3. Analisis Data

a. Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas Instrumen

Uji validitas pada penelitian dilaksanakan dengan perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . derajat kebebasan ditentukan (df) = $n-2$ (n = jumlah sampel). Banyak sampel

(n) berjumlah 100 serta tingkat alpha 0,05, maka dari itu r_{tabel} pada penelitian ialah 0,1966. Bila nilai r_{hitung} nilainya besar daripada r_{tabel} serta nilai positif, simpulan komponen pertanyaan diputuskan valid. Rangkuman hasil pengujian validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Sig	R_{tabel}	Hasil		Ket.
				Sig	r_{hitung}	
X ₁	X1.1	0,05	0,1966	0,000	0,733	Valid
	X1.2	0,05	0,1966	0,000	0,817	Valid
	X1.3	0,05	0,1966	0,000	0,878	Valid
	X1.4	0,05	0,1966	0,000	0,770	Valid
	X1.5	0,05	0,1966	0,000	0,838	Valid
	X1.6	0,05	0,1966	0,000	0,857	Valid
	X1.7	0,05	0,1966	0,000	0,792	Valid
	X1.8	0,05	0,1966	0,000	0,814	Valid
X ₂	X2.1	0,05	0,1966	0,000	0,583	Valid
	X2.2	0,05	0,1966	0,000	0,528	Valid
	X2.3	0,05	0,1966	0,000	0,712	Valid
	X2.4	0,05	0,1966	0,000	0,678	Valid
	X2.5	0,05	0,1966	0,000	0,425	Valid
X ₃	X3.1	0,05	0,1966	0,000	0,897	Valid
	X3.2	0,05	0,1966	0,000	0,849	Valid
	X3.3	0,05	0,1966	0,000	0,820	Valid
	X3.4	0,05	0,1966	0,000	0,893	Valid
	X3.5	0,05	0,1966	0,000	0,917	Valid
X ₄	X4.1	0,05	0,1966	0,000	0,862	Valid
	X4.2	0,05	0,1966	0,000	0,851	Valid
	X4.3	0,05	0,1966	0,000	0,764	Valid
	X4.4	0,05	0,1966	0,000	0,815	Valid
X ₅	X5.1	0,05	0,1966	0,000	0,883	Valid
	X5.2	0,05	0,1966	0,000	0,741	Valid
	X5.3	0,05	0,1966	0,000	0,904	Valid

	X5.4	0,05	0,1966	0,000	0,789	Valid
	X5.5	0,05	0,1966	0,000	0,816	Valid
Y	Y1	0,05	0,1966	0,000	0,902	Valid
	Y2	0,05	0,1966	0,000	0,928	Valid
	Y3	0,05	0,1966	0,000	0,908	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Dilihat tabel 4.7, seluruh item dari pengujian uji validitas memperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966), maka kesimpulan pada segala pernyataan X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan Y pada penelitian dikatakan valid.

2) Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas sebagai pengukur kuesioner terhadap variable dengan pemanfaatan uji statistik *Cronbach Alpha*. Apabila reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Instrumen

No	Indikator Variabel	Reliability Coefficiance	Nilai Cronbach's Alpha	Ket
1	Produk	8 item	0,925	Reliabel
2	Religiusitas	5 item	0,609	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	5 item	0,922	Reliabel
4	Nisbah	4 item	0,840	Reliabel
5	Lokasi	5 item	0,881	Reliabel
6	Minat Pembiayaan	3 item	0,899	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

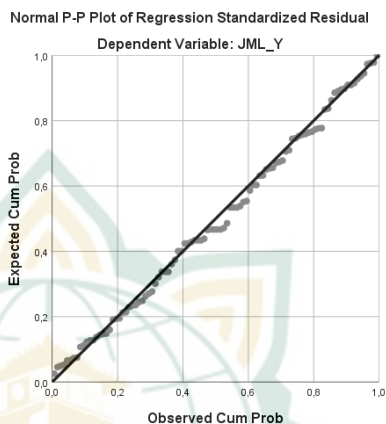
Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Nisbah, dan Lokasi terhadap Minat Pembiayaan lebih besar dari 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

a. Metode Grafik Normal P-P Plot

Gambar 4.4 Grafik Scatterplot



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual* di atas, penyebaran titik-titik terletak sekitar serta sesuai pada garis diagonal, maka penyimpulan data distribusi normal.

b. Metode uji One Sample Kolmogrov Smirnov

Tabel 4.9 Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,87254694
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,031
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Pada tabel 4.9, hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa signifikansi *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Maka nilai sig > 0,05, dapat disimpulkan bahwa data pendistribusiannya normal.

2) Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas ialah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	JML_X1	,174
	JML_X2	,948
	JML_X3	,220
	JML_X4	,150
	JML_X5	,268

a. Dependent Variable: JML_Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Data di atas menunjukkan saat penentuan model regresi terbebas oleh multikolinearitas, ketika hasil VIF < 10 serta diikuti *Tolerance* > 0,1. Dari hasil pengujian di atas hasil kelima nilai *Tolerance* lebih tinggi dari 0,1 sedangkan nilai VIF lebih rendah dari 10, sehingga pengambilan keputusan tidak ada multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat yang lain. Dalam penelitian, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Glejser Coefficients^a

Model	Sig.
1	
	(Constant)
	JML_X1
	JML_X2
	JML_X3
	JML_X4
	JML_X5

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, didapatkan nilai signifikan yang secara keseluruhan > 0,05. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini, sehingga model regresi ini layak dipakai.

c. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linier berganda yaitu:

Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	0,048	0,949
Produk (X_1)	0,130	0,001
Religiusitas (X_2)	- 0,076	0,042
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,161	0,001
Nisbah (X_4)	0,199	0,012
Lokasi (X_5)	0,135	0,010

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,048 + 0,130X_1 - 0,076X_2 + 0,161X_3 + 0,199X_4 + 0,135X_5 + e.$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) yang didapat sebesar 0,048 yang berarti jika variabel produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang sebesar 0,048.
- Nilai koefisien regresi variabel produk sebesar 0,130. Hal ini menunjukkan apabila variabel produk (X_1) mengalami kenaikan 100%, maka minat pembiayaan (Y) akan meningkat sebesar 13%. Koefisien bernilai positif antara variabel X_1 terhadap variabel Y yang berarti ketika variabel produk digunakan secara maksimal maka minat pembiayaan akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel religiusitas sebesar - 0,076. Hal ini menunjukkan apabila variabel produk (X_2) mengalami kenaikan 100%, maka minat pembiayaan (Y) akan menurun sebesar 7,6%. Koefisien bernilai negatif antara variabel X_2 terhadap variabel Y yang berarti ketika variabel religiusitas digunakan secara maksimal maka minat pembiayaan akan menurun.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,161. Hal ini menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan (X_3) mengalami kenaikan 100%, maka minat pembiayaan (Y) akan meningkat sebesar 16,1%.

Koefisien bernilai positif antara variabel X_3 terhadap variabel Y yang berarti bahwa ketika variabel kualitas pelayanan digunakan secara maksimal maka minat pembiayaan akan meningkat.

- e) Nilai koefisien regresi variabel nisbah sebesar 0,199. Hal ini menunjukkan apabila variabel nisbah (X_4) mengalami kenaikan 100%, maka minat pembiayaan (Y) akan meningkat sebesar 19,9%. Koefisien bernilai positif antara variabel X_4 terhadap variabel Y yang berarti bahwa ketika variabel nisbah digunakan secara maksimal maka minat pembiayaan akan meningkat.
- f) Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,135. Hal ini menunjukkan apabila variabel lokasi (X_5) mengalami kenaikan 100%, maka minat pembiayaan (Y) akan meningkat sebesar 13,5%. Koefisien bernilai positif antara variabel X_5 terhadap variabel Y yang berarti bahwa ketika variabel lokasi digunakan secara maksimal maka minat pembiayaan akan meningkat.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2), yaitu:

**Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934 ^a	,872	,865	,89545

a. Predictors: (Constant), JML_X5, JML_X2, JML_X3, JML_X1, JML_X4

b. Dependent Variable: JML_Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil model *summary* di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,865 artinya kontribusi atau besarnya sumbangan variasi dalam minat pembiayaan dapat dijelaskan oleh variasi produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi sebesar 86,5%, sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi variabel lain diluar model regresi yang digunakan.

3) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen terdapat pengaruh yang sama terhadap variabel dependen dengan syarat dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Tabel distribusi F dapat dicari dengan cara $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, yang mana $df_1 =$

$6-1 = 5$ dan $df_2 = 100 - 6 = 94$ dengan signifikansi 0.05 ialah 2,31. Adapun hasil uji F ialah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512,788	5	102,558	127,904	,000 ^b
	Residual	75,372	94	,802		
	Total	588,160	99			

a. Dependent Variable: JML_Y

b. Predictors: (Constant), JML_X5, JML_X2, JML_X3, JML_X1, JML_X4
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel anova di atas, didapatkan jumlah F_{hitung} sebesar 127,904 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($127,904 > 2,31$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap minat pembiayaan.

4) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat dengan syarat berpengaruh secara signifikan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Tabel distribusi t dicari derajat pada derajat kebebasan ($df = n-k-1$), dimana (n) berarti jumlah sampel dan (k) berarti jumlah variabel bebas. Sehingga t_{tabel} diperoleh ($df = 100-5-1 = 94$) dengan signifikan 5% ialah 1.9855. Adapun hasil uji t ialah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,048	,760		,064	,949
	JML_X1	,130	,037	,306	3,459	,001
	JML_X2	-,076	,037	-,078	-2,064	,042
	JML_X3	,161	,046	,274	3,484	,001
	JML_X4	,199	,077	,245	2,574	,012
	JML_X5	,135	,052	,187	2,617	,010

a. Dependent Variable: JML_Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji t di atas, dapat dianalisis beberapa hal, antara lain:

a) Pengaruh Produk terhadap Minat Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t di atas, diketahui nilai t_{hitung} variabel produk sebesar $3,459 >$ nilai t_{tabel} yaitu $1,985$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, maka hipotesis (H_1) pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa H_1 produk secara parsial atau individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

b) Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t di atas, diketahui nilai t_{hitung} variabel religiusitas sebesar $-2,064 <$ nilai t_{tabel} yaitu $1,985$ dengan signifikansi $0,042 < 0,05$, maka hipotesis (H_2) pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa H_2 religiusitas secara parsial atau individual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

c) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t di atas, diketahui nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar $3,484 >$ nilai t_{tabel} yaitu $1,985$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, maka hipotesis (H_3) pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa H_3 kualitas pelayanan secara parsial atau individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

d) Pengaruh Nisbah terhadap Minat Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t di atas, diketahui nilai t_{hitung} variabel produk sebesar $2,574 >$ nilai t_{tabel} yaitu $1,985$ dengan signifikansi $0,012 < 0,05$, maka hipotesis (H_4) pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa H_4 nisbah secara parsial atau individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

e) Pengaruh Lokasi terhadap Minat Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t di atas, diketahui nilai t_{hitung} variabel lokasi sebesar $2,617 >$ nilai t_{tabel} yaitu $1,985$ dengan signifikansi $0,010 < 0,05$, maka hipotesis (H_5) pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa

H₅ lokasi secara parsial atau individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Produk terhadap Minat Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

Hipotesis pertama (H₁) menyatakan bahwa variabel produk (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Berdasarkan hasil uji t individual atau parsial menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,459 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 maka **hipotesis pertama (H₁) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa produk mampu menumbuhkan minat nasabah maupun calon nasabah terhadap penggunaan pembiayaan. Dan pengaruh yang bernilai positif menunjukkan apabila variabel produk semakin meningkat maka variabel minat pembiayaan juga akan mengalami peningkatan.

Secara teori, produk yakni segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa barang atau jasa. Produk juga menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha termasuk KSPPS yang menawarkan produk berupa jasa.⁵ Sebagai salah satu kunci keberhasilan, tentunya dalam menciptakan suatu produk harus mengamati terkait apa saja yang dibutuhkan masyarakat untuk mempermudah kehidupan mereka. Seperti halnya KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dalam menciptakan sebuah produk jasa selain mengamati kebutuhan masyarakat sekitar atau target pasar, juga mempertimbangkan kualitas jasa yang ditawarkan. Hal ini agar nasabah maupun masyarakat sebagai calon nasabah menaruh kepercayaan lebih dan pada akhirnya menimbulkan minat menggunakan pembiayaan. Dalam artian lain, apabila jasa tidak memenuhi kualitas seperti yang diharapkan, maka akan dengan mudah ditinggalkan oleh nasabah dan beralih ke pesaing lain. Untuk menghindari hal tersebut, tentunya pihak KSPPS akan memperhatikan perluasan produk dan kualitas produk setiap waktu, evaluasi dan inovasi yang berorientasi pada minat nasabah.

Perihal kualitas produk jasa yang mempengaruhi minat nasabah juga dapat dilihat berdasarkan besarnya tanggapan responden terhadap item pertanyaan produk yang didistribusikan

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 4.

dengan baik. Indikator pada variabel produk dapat mempengaruhi timbulnya minat dalam diri responden atau nasabah atas perolehan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,37 yaitu “Saya yakin produk pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang saling menguntungkan dan bermanfaat”. Maksudnya ialah sebagian besar responden atau nasabah berkeyakinan dan percaya menggunakan produk pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang karena memiliki manfaat yang sama-sama menguntungkan, sehingga apabila dari keyakinan sudah tertanam dalam diri responden atau nasabah, maka akan mempengaruhi ketertarikan dalam menggunakan produk pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Garis besarnya, sebagian besar masyarakat menjadikan produk sebagai faktor pendorong minat nasabah untuk menggunakan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan yang dilakukan Mohamad Ghozali, (2021), yang menyatakan bahwa produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.⁶ Sejalan dengan temuan sebelumnya, penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Khoiriyah Handayani Dasopang dan Mustapa Khamal Rokan, (2022), yang menyatakan bahwa produk pembiayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat dan keputusan nasabah.⁷ Hasil penelitian ini sekaligus menolak temuan sebelumnya oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari., (2018), yang menunjukkan bahwa produk tidak secara signifikan terhadap minat nasabah.⁸

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa variabel religiusitas (X_2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Berdasarkan hasil uji t individual atau parsial menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2,064 < 1,985$) dan nilai signifikansi $0,042 <$

⁶ Mohamad Ghozali, “Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah,” 74.

⁷ Khoiriyah Handayani Dasopang dan Mustapa Khamal Rokan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Kotapinang,” *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan* 1. No. 6 (2022): 760.

⁸ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” 146.

0,05 maka **hipotesis kedua (H₂) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas mampu menggerakkan minat nasabah maupun calon nasabah terhadap penggunaan pembiayaan. Dan pengaruh yang bernilai negatif menunjukkan apabila variabel religiusitas semakin tinggi maka variabel minat pembiayaan justru akan mengalami penurunan.

Secara teori, religiusitas ialah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Religiusitas juga menjadi salah satu faktor determinasi penting dan dapat berpengaruh terhadap minat pembiayaan seseorang. Hal ini didasari atas tergeraknya hati seseorang untuk berminat dalam menggunakan jasa pembiayaan tergantung kadar keimanan mereka masing-masing. Melalui tingkat religiusitas tersebut akan memengaruhi pola pikir, kehendak, maupun pertimbangan seseorang terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan ajaran agama.⁹

Hal tersebut sama halnya dengan minat nasabah untuk menggunakan pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Semakin tinggi religiusitas nasabah di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara maka akan semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan di sana karena sistem yang digunakan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sesuai dengan prinsip syariah Islam.

Perihal religiusitas yang mempengaruhi secara negatif terhadap minat nasabah juga dapat dilihat berdasarkan besarnya tanggapan responden terhadap item pertanyaan religiusitas yang didistribusikan dengan baik. Indikator pada variabel religiusitas dapat mempengaruhi timbulnya minat dalam diri responden atau nasabah atas perolehan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,85 yaitu “Saya meyakini bahwa KSPPS Berkah Abadi Gemilang adalah lembaga perbankan yang berlandaskan Al-Qur’an dan Hadits”. Maksudnya ialah sebagian besar responden atau nasabah berkeyakinan dan percaya menggunakan produk pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang karena sistem yang diterapkan menganut syariat Islam yaitu dilandaskan Al-Qur’an dan Hadits. Namun, melalui hasil religiusitas tinggi inilah sebagian responden justru berpengaruh terbalik yaitu semakin tingkat religiusitas seseorang tinggi maka minat responden atau nasabah justru menurun. Hasil penelitian ini didukung oleh temuan yang dilakukan Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, (2018), yang

⁹ Muhammad Nasrullah, “Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk,” *Jurnal Hukum Islam* 13. No. 2 (2015): 82.

menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah.¹⁰

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

Hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Berdasarkan hasil uji t individual atau parsial menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,484 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka **hipotesis ketiga (H_3) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu meningkatkan minat nasabah maupun calon nasabah terhadap penggunaan pembiayaan. Dan pengaruh yang bernilai positif menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan semakin baik maka variabel minat pembiayaan juga akan mengalami kenaikan yang baik.

Secara teori, Kualitas pelayanan diartikan sebagai usaha pemenuhan kepentingan dan harapan nasabah serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi ekspektasi nasabah.¹¹ Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah ataupun calon nasabah dalam menggunakan pembiayaan, di mana dengan menawarkan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan kepada nasabah ataupun calon nasabah, maka nasabah atau calon nasabah tersebut akan merasa nyaman dan kemudian menjadikan timbulnya minat dalam diri nasabah untuk terus menggunakan pembiayaan. Berkenaan dengan kualitas pelayanan, KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara menjaga kualitas dalam melayani nasabah. Sebab, apabila kualitas pelayanan menurun maka nasabah kurang nyaman dan cenderung berpindah ke pembiayaan yang disediakan kompetitor. Dengan demikian, semakin kualitas pelayanan baik, maka akan meningkatkan minat pembiayaan.

Perihal kualitas pelayanan yang mempengaruhi minat nasabah juga dapat dilihat berdasarkan besarnya tanggapan responden terhadap item pertanyaan kualitas pelayanan yang didistribusikan dengan baik. Indikator pada variabel pelayanan dapat mempengaruhi timbulnya minat dalam diri responden atau

¹⁰ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," 146.

¹¹ Dewi Rosa Indah, "Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 5, no. 2 (2016): 548.

nasabah atas perolehan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,16 yaitu “Pegawai KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara memberikan informasi pelayanan secara jelas, sopan, dan tepat”. Maksudnya ialah sebagian besar responden atau nasabah melihat kualitas pelayanan dari pegawai KSPPS Berkah Abadi Gemilang, sehingga mempengaruhi ketertarikan dalam menggunakan produk pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan yang dilakukan Khoiriyah Handayani Dasopang dan Mustapa Khamal Rokan, (2022), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan untuk menjadi minat terhadap nasabah di bank syariah Kotapinang. Hal ini disebabkan pelayanan menjadi bagian dari perbuatan dan kenyataan yang dibagikan kepada nasabah dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Tentunya nasabah akan sadar terhadap kebutuhannya terpenuhi yang selaras dengan meningkatnya minat nasabah. Disimpulkan kualitas pelayanan berakibat pada menaikkan minat nasabah di bank syariah.¹² Sejalan dengan hasil tersebut, penelitian ini juga diperkuat temuan sebelumnya oleh Mohamad Ghozali, (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah pembiayaan.¹³ Hasil temuan ini sekaligus menolak penelitian sebelumnya oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, (2018), yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.¹⁴

4. Pengaruh Nisbah terhadap Minat Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

Hipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa variabel nisbah (X_4) berpengaruh dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Berdasarkan hasil uji t individual atau parsial menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,574 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ maka **hipotesis keempat (H_4) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa nisbah mampu menggerakkan minat nasabah maupun calon nasabah terhadap penggunaan pembiayaan. Dan pengaruh yang bernilai

¹² Khoiriyah Handayani Dasopang dan Mustapa Khamal Rokan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Kotapinang,” 760.

¹³ Mohamad Ghozali, “Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah,” 74.

¹⁴ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” 146.

positif menunjukkan apabila variabel nisbah semakin baik maka variabel minat pembiayaan juga akan mengalami peningkatan.

Nisbah dalam sistem perbankan syariah yakni ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (*akad*). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama atas dasar sama-sama untung, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.¹⁵ Begitu pula KSPPS Berkah Abadi Gemilang yang sangat transparan terhadap besaran nisbah yang diberikan ke nasabah agar nasabah menilai nisbah yang diberikan sepadan dengan apa yang dijalankan selama ini, dan tentunya kedua belah pihak tidak ada paksaan apapun maupun menyangkut urusan riba. Dengan begitu, minat menggunakan pembiayaan akan tumbuh dan tergerak menjalankannya, bahkan berulang.

Perihal nisbah yang mempengaruhi minat nasabah juga dapat dilihat berdasarkan besarnya tanggapan responden terhadap item pertanyaan nisbah yang didistribusikan dengan baik. Indikator pada variabel nisbah dapat mempengaruhi timbulnya minat dalam diri responden atau nasabah atas perolehan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,19 yaitu “Saya yakin bahwa tingkat keuntungan bagi hasil yang diberikan KSPPS Berkah Abadi Gemilang sesuai dengan porsi masing-masing”. Maksudnya ialah sebagian besar responden atau nasabah paham akan pembagian nisbah di KSPPS Berkah Abadi Gemilang, sehingga transparansi nisbah di awal akad mampu mempengaruhi ketertarikan dalam menggunakan produk pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan yang dilakukan Dewi Lestari, Rafidah, dan Mellya Embun Baining, (2022), yang menyatakan bahwa nisbah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini disebabkan masyarakat menilai nisbah lebih baik karena bersifat saling menguntungkan sesuai kesepakatan dan menjadi daya tarik tersendiri untuk bermitra dengan bank syariah.¹⁶ Sejalan dengan

¹⁵ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 18.

¹⁶ Dewi Lestari, dkk., “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo,” 51.

temuan sebelumnya, penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Laeli Sakinah dan Rr. Hawik Ervina Indiworo, (2021), yang menyatakan bahwa bagi hasil terhadap minat mengajukan pembiayaan.¹⁷

5. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Pembiayaan Murabahah di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

Hipotesis kelima (H_5) menyatakan bahwa variabel lokasi (X_5) berpengaruh dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Berdasarkan hasil uji *t* individual atau parsial menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,617 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ maka **hipotesis kelima (H_5) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi mampu menggerakkan minat nasabah maupun calon nasabah terhadap penggunaan pembiayaan. Dan pengaruh yang bernilai positif menunjukkan apabila variabel lokasi cenderung strategis maka variabel minat pembiayaan akan meningkat.

Secara teori, Lokasi yakni tempat diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Suatu lokasi yang ditentukan sebaiknya dapat menarik pembeli dan dapat membantu menghasilkan keuntungan bagi perbankan terkait. Oleh karena itu, ketika memilih lokasi diperlukan letak yang strategis sebab hal tersebut penting untuk menentukan tercapainya tujuan lembaga yang tidak lain mendapatkan keuntungan. Melalui letak lokasi yang strategis memungkinkan kemudahan dalam melakukan transaksi di mana hal itu menjadi salah satu pertimbangan penting bagi nasabah untuk menyukai atau tidak terhadap perbankan tersebut. Dengan demikian, KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara memiliki lokasi yang cukup luas dan strategis di tepi jalan. Akses yang ditempuh juga mudah serta memiliki lahan parkir yang cukup luas, hal ini sebagai satu strategi dalam menarik minat nasabah, termasuk penggunaan pembiayaan. Sehingga, semakin strategis lokasi KSPPS, maka akan meningkatkan minat pembiayaan.

Perihal lokasi yang mempengaruhi minat nasabah juga dapat dilihat berdasarkan besarnya tanggapan responden terhadap item pertanyaan lokasi yang didistribusikan dengan baik. Indikator pada variabel lokasi dapat mempengaruhi timbulnya minat dalam diri responden atau nasabah atas perolehan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,21 yaitu “KSPPS Berkah Abadi Gemilang menyediakan

¹⁷ Laeli Sakinah dan Rr. Hawik Ervina Indiworo, “Intensi Pengusaha Mikro Mengajukan Pembiayaan di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Usaha Mikro di Kecamatan Weleri),” 39.

area parkir yang memadai serta aman untuk nasabah”. Maksudnya ialah sebagian besar responden atau nasabah merasakan lokasi KSPPS Berkah Abadi Gemilang yang memadai dan nyaman untuk ditepati salah satunya luas area parkir nasabah. Sehingga fasilitas yang ada dilokasi tersebut akan mempengaruhi ketertarikan dalam menggunakan produk pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan yang dilakukan Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi, (2019), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap minat. Hal ini dijelaskan dengan semakin bagus dan strategisnya lokasi bank syariah, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat terkhusus pengusaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di bank syariah.¹⁸ Hasil penelitian ini sekaligus menolak temuan sebelumnya oleh Laeli Sakinah dan Rr. Hawik Ervina Indiworo, (2021), lokasi tidak berpengaruh terhadap minat mengajukan pembiayaan.¹⁹

6. Pengaruh Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Nisbah, dan Lokasi terhadap Minat Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

Hipotesis keenam (H_6) menyatakan bahwa variabel produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Berdasarkan hasil uji F simultan menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($127,904 > 2,31$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, besarnya pengaruh produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi secara simultan terhadap minat pembiayaan dapat dilihat melalui nilai *Adjusted R Square* sebesar 86,5%, sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi variabel lain diluar model regresi yang digunakan. Maka **hipotesis keenam (H_6) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Nisbah, dan Lokasi mampu meningkatkan Minat Pembiayaan. Serta pengaruh yang bernilai positif menunjukkan apabila variabel produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi

¹⁸ Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh),” 77.

¹⁹ Laeli Sakinah dan Rr. Hawik Ervina Indiworo, “Intensi Pengusaha Mikro Mengajukan Pembiayaan di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Usaha Mikro di Kecamatan Weleri),” 39.

mengalami kenaikan maka variabel minat pembiayaan juga akan mengalami kenaikan.

Minat pembiayaan pada KSPPS Berkah Gemilang Abadi menjadi awal faktor yang mampu mempengaruhi keberlangsungan perkembangan KSPPS. Sebab, melalui ketertarikan dari nasabah ataupun calon nasabah akan mempengaruhi penggunaan jasa KSPPS. Bahkan melalui awal minat tersebut dapat membuat nasabah atau calon nasabah menjadi ketergantungan terhadap produk yang ditawarkan. Sisi lain, minat pembiayaan yang menjadi perhatian penting juga dapat dilihat berdasarkan besarnya tanggapan responden terhadap item pertanyaan minat pembiayaan yang didistribusikan dengan baik. Indikator pada variabel minat pembiayaan atas perolehan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,17 yaitu “Saya memahami apa yang dimaksud dengan pembiayaan dan yakin bahwa akad yang digunakan dalam pembiayaan syariah menimbulkan bagi hasil yang saling menguntungkan”. Namun, dalam menciptakan sebuah minat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi.

Produk sebagai segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Religiusitas sebagai internalisasi nilai-nilai agama yang direalisasikan melalui tindakan sehari-hari. Kemudian, kualitas pelayanan diperlukan sebagai pemuasan terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Begitu juga adanya nisbah sebagai bentuk bagi hasil atas kedua belah pihak yang terikat dalam perjanjian, serta lokasi sebagai tempat diperjualbelikannya produk dan pengendalian segala aktivitas usaha. Kelima hal tersebut menjadi penting dan memungkinkan dalam memengaruhi besar kecilnya minat masyarakat terlebih dalam penggunaan pembiayaan. Semakin produk yang ditawarkan berkualitas dan beragam, adanya religiusitas tinggi yang didukung pelayanan dari perbankan yang berkualitas dan tersedianya nisbah yang saling menguntungkan, serta didukung strategisnya lokasi, maka cenderung timbulnya minat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan yang makin tinggi pula.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan yang dilakukan Mohamad Ghozali yang berjudul “Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan

Murabahah di Bank Syariah”²⁰, penelitian oleh Titik Nurjannah Wijayanti dan Farid Hidayat yang berjudul “Minat Generasi Millennial terhadap Produk Pembiayaan KPR Bank Syariah”²¹, dan penelitian oleh Dewi Lestari, dkk., yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo”²² bahwasannya variabel produk, religiusitas, kualitas pelayanan, nisbah, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan.



²⁰ Mohamad Ghozali, “Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah,” 74.

²¹ Titik Nurjannah Wijayanti dan Farid Hidayat, “Minat Generasi Milennial Terhadap Produk Pembiayaan KPR Bank Syariah,” 170.

²² Dewi Lestari, dkk., “Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil dan Lokasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo,” 51.