

Preferensi Pembiayaan *Qardhul Hasan* di BMT Sampang Indonesia

Mela Santika, Dzikrulloh Dzikrulloh

Universitas Trunojoyo Madura

180721100140@student.trunojoyo.ac.id, dzikrulloh@trunojoyo.ac.id.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of promotion, knowledge and perception on public interest. The population in this study was BMT Sampang. The sampling technique used the purposive sampling method which resulted in 46 customers. Data was collected using primary data from customers registered at BMT Sampang. The data analysis method uses logistic regression analysis. The results of this research show that the promotion variable and perception variable have a negative effect on public interest, while the knowledge variable has a positive effect on public interest.

Keywords: *Public Intrest; Qardhul Hasan; BMT Sampang*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat masyarakat. Populasi dalam penelitian ini adalah BMT Sampang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang menghasilkan sebanyak 46 nasabah. Data dikumpulkan dengan menggunakan data primer dari nasabah yang terdaftar di BMT Sampang. Metode analisis data menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan variabel persepsi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat, sedangkan variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat.

Kata kunci: Minat Masyarakat; *Qardhul Hasan*; BMT Sampang

PENDAHULUAN

Keadaan perekonomian suatu negara akan tercermin dari kondisi masyarakatnya, jika masyarakat tersebut makmur, maka hal ini menunjukkan bahwa negara mencapai perekonomian yang baik (M. Umer Chapra, 2000). Perekonomian suatu negara akan terhambat mencapai tingkat kemakmuran, apabila masyarakatnya hidup dalam garis kemiskinan (Zubaedi, 2016). Kemiskinan merupakan bentuk ketidakmakmuran yang menggambarkan suatu kondisi ketidakmampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan yang mendasar dalam hidupnya. Upaya-upaya pengentasan kemiskinan dilakukan, salah satunya dengan program pemberdayaan (Ismail Nurdin, 2017). Program pemberdayaan ini merupakan suatu

langkah untuk memberikan sebuah pemahaman mengenai kemandirian khususnya dalam hal *income* seseorang (Fery Khusnul Mubarak, 2019). *Qardhul Hasan* merupakan pembiayaan yang didasari dengan rasa kepedulian terhadap orang lain (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001). Dengan kata lain, *Qardhul Hasan* adalah suatu pinjaman antara satu pihak kepada pihak lainnya yang membutuhkan dan bersifat *ta'awun* (tolong-menolong) dengan ketentuan bahwa pinjaman yang diberikan harus dikembalikan sesuai dengan yang diterima dan peminjam tidak dituntut untuk mengembalikan apa pun kecuali modal pinjaman (Sutan Remy Sjahdeini, 2014). Dalam proses pembiayaan *Qardhul Hasan* BMT bertindak sebagai pemberi modal atau pihak yang meminjamkan kepada pihak yang ingin meminjam (Muhammad Ayub, 2009). Kemudian akan di analisa pembiayaan yang akan dilakukan. Sesuai namanya BMT terdiri dari dua fungsi utama, yaitu; *Baitul tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Fungsi selanjutnya sebagai *Baitul maal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

Dukungan masyarakat terhadap optimalisasi peran BMT juga sangat penting sebab lembaga BMT didirikan dari, oleh dan untuk masyarakat. Segala ide dasar dan tujuan dari didirikannya BMT antara lain adalah untuk kepentingan masyarakat itu sendiri dan dilakukan secara swadaya dan berkesinambungan. Dalam rangka meningkatkan ekonomi umat sebagai bagian dari pembangunan ekonomi kerakyatan, maka sudah seharusnya memanfaatkan dan memberdayakan BMT sebagai lembaga yang menghimpun masyarakat ekonomi lemah dengan mengembangkan iklim usaha dalam lingkungan sosial ekonomi yang sehat dan menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga pemerintah daerah, organisasi kemasyarakatan, dunia usaha dan lembaga perbankan syariah, yang sedang berkembang saat ini di Indonesia, dalam sebuah bentuk kemitraan berupa pembinaan manajerial, bantuan pengembangan perangkat dan sistem keuangan mikro, serta kerja sama pendanaan dan pembiayaan.

Adapun pembiayaan *Qardhul Hasan* yang dilakukan oleh *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) adalah *Al-Qardhul Hasan* di bidang UMKM, sedangkan dalam data nasabah di BMT Sampang yang menggunakan produk pembiayaan *Qardhul Hasan* sebanyak 176 Mitra, data ini menunjukkan bahwa peminat pembiayaan *Qardhul Hasan* di BMT Sampang masih terbilang sedikit hal ini dibuktikan dengan data akumulasi dari nasabah yang menggunakan pembiayaan pada BPRS Bakti Artha Sejahtera, BPRS BAS Camplong dan Bank pemerintah di Sampang yang berjumlah lebih dari 2.000 nasabah. Sedangkan pada dasarnya produk pembiayaan ini mempunyai peluang yang cukup banyak dalam menarik minat nasabahnya, karena dilihat dari mudahnya proses dalam melakukan pembiayaan ini dan juga tidak memerlukan barang jaminan untuk pembiayaan (Rofiul Wahyudi & Muhammad Nafik Ryandono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai

faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat terhadap produk pembiayaan *Al-Qardul Hasan* di BMT Sampang.

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan menetapkan BMT Sampang sebagai populasi penelitian. Dengan demikian populasi merupakan sekumpulan objek yang dapat dijadikan sumber data dalam suatu penelitian (Jumriyah & Dzikrullah, 2021). Adapun teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Dimana *Purposive Sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (I Ketut Swarjana, 2022). Sampel yang dipilih memiliki kriteria: Nasabah BMT Sampang, berdomisili di Sampang, berusia 20 Tahun keatas.

Terdapat 2 variabel (Tarjo, 2019) dalam penelitian ini, minat masyarakat sebagai variabel dependen (Y) sedangkan variabel independen terdiri dari promosi (X^1), pengetahuan (X^2) dan persepsi (X^3). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data primer berupa kuisioner yang diberikan kepada nasabah BMT Sampang. Selanjutnya dalam menganalisis data peneliti memilih menggunakan analisis regresi logistik. Alasan penggunaan alat analisis regresi logistik (*logistic regression*) adalah karena variabel dependen bersifat dikotomi (Kurniawan, 2019). Asumsi *normal distribution* tidak dapat dipenuhi karena variabel bebas merupakan campuran antara variabel kontinyu (metrik) dan kategorial (non-metrik) (Sulfa Fitriani Lamunuhia, 2018). Dalam hal ini dapat dianalisis dengan regresi logistik (*logistic regression*) karena tidak perlu asumsi normalitas data pada variabel bebasnya (Fridayana Yudiaatmaja, 2013).

Tahapan dalam pengujian dengan menggunakan uji regresi logistik (*logistic regression*) dijelaskan sebagai berikut: Menguji Kelayakan Model Regresi, kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai *statistic Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* sama dengan atau kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness fit* model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya (Eddy Roflin, Freza Riana, Ensiwi Munarsih, 2023).

Analisis Regresi Logistik yang Terbentuk, (Sulfa Fitriani Lamunuhia, 2018) berpendapat pada dasarnya analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

Hasil Analisis Regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik (*logistic regression*), yaitu untuk melihat pengaruh promosi, pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Produk Pembiayaan *Qardhul Hasan* BMT Sampang.

Pengujian Hipotesis, Estimasi parameter menggunakan *Maximum Likelihood Estimation* (MLE).

$$H_0 = b_1 = b_2 = b_3 = \dots = b_i = 0$$

$$H_0 \neq b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq \dots \neq b_i \neq 0$$

Hipotesis nol menyatakan bahwa variabel independen (X) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel respons yang diperhatikan (dalam populasi). Pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$. Kaidah pengambilan keputusan adalah:

- Jika nilai probabilitas (sig.) $< \alpha = 5\%$ maka hipotesis alternatif didukung.
- Jika nilai probabilitas (sig.) $> \alpha = 5\%$ maka hipotesis alternatif tidak didukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang hasil pengumpulan objek penelitian, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian. Pengujian data dengan model regresi logistik dengan menggunakan SPSS 16. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan hasil kuisisioner yang diberikan kepada nasabah BMT Sampang. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang telah disebutkan dalam bab sebelumnya yaitu *purposive sampling* didapatkan sampel terpilih sebanyak 46 nasabah. Berikut hasil dan pembahasan penelitian:

Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Tabel 1. *Iteration History* Blok 0

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients
		Constant
Step 0 1	63.421	-.174
2	63.421	-.174

Tabel 2. Iteration History Blok 1

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients			
		Constant	PROMOSI	PENGETAHUAN	PERSEPSI
Step 1	47.533	2.969	-.429	.156	-.253
2	46.328	4.190	-.608	.211	-.342
3	46.287	4.484	-.651	.223	-.362
4	46.287	4.498	-.653	.224	-.363
5	46.287	4.498	-.653	.224	-.363

Adanya selisih antara – 2 Log Likelihood awal dengan – 2 Log Likelihood akhir menunjukkan hipotesis nol (H0) tidak dapat ditolak dan model fit dengan data.

Uji Kelayakan Model Regresi

Tabel 3. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	12.449		.087

Model pada penelitian ini sudah sesuai dan layak.

Analisis Model Regresi

Tabel 4. Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1a PROMOSI	-.653	.330	3.902	1	.048	.521
PENGETAHUAN	.224	.094	5.646	1	.017	1.251
PERSEPSI	-.363	.179	4.107	1	.043	.696
Constant	4.498	2.359	3.635	1	.057	89.804

Dari tabel tersebut menunjukkan H0 ditolak, sedangkan H1 diterima.

Menilai Keseluruhan Mode (*Overall Model Fit*)

Hasil pengolahan SPSS 16 pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ awal (tabel History 0) adalah sebesar 63.421. Secara matematis, angka tersebut signifikan pada $\alpha 5\%$ dan berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak. Hal ini berarti hanya konstanta saja yang fit dengan data (sebelum dimasukkan variabel bebas ke dalam model regresi) (Sulfa Fitriani Lamunuhia, 2018). Langkah selanjutnya adalah membandingkan antara $-2 \text{ Log Likelihood}$ awal yang menunjukkan sebesar 63.421. Setelah variabel bebas 46 dimasukkan pada model regresi, maka nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada tabel

2 Iteration History 1 adalah sebesar 46.287. Berdasarkan output tersebut, terjadi penurunan nilai antara $-2 \text{ Log Likelihood}$ awal dan akhir sebesar 17.134. Penurunan nilai

$-2 \text{ Log Likelihood}$ ini dapat diartikan bahwa penambahan variabel bebas ke dalam model dapat memperbaiki model fit serta menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.

Uji Kelayakan Model Regresi

Berdasarkan tabel 3 maka dapat dilihat bahwa dari kriteria kelayakan model yang diuji *Hosmer and Lemeshow Test* memiliki Chi Square sebesar 12.449 dan nilai signifikansi 0,087. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menyebabkan hipotesis H_0 gagal ditolak. Artinya, tidak diperoleh perbedaan antara data estimasi model regresi logistik dengan data observasi, sehingga model sudah layak dan tepat digunakan. Hal ini dapat diartikan model yang digunakan dalam penelitian secara umum dapat dikatakan sesuai dan layak.

Analisis Model Regresi

Berdasarkan tabel 4 maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- Pada variabel promosi mempunyai nilai Sig Wald $0,048 < 0,05$ sehingga menolak H_0 atau yang berarti promosi memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap minat masyarakat.
- Pada variabel pengetahuan mempunyai nilai Sig Wald $0,017 < 0,05$ sehingga menolak H_0 atau yang berarti promosi memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap minat masyarakat.
- Pada variabel persepsi mempunyai nilai Sig Wald $0,043 < 0,05$ sehingga menolak H_0 atau yang berarti promosi memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap minat masyarakat.

Pengujian Hipotesa

Pengujian hipotesa dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi (sig) dengan tingkat kesalahan (α) = 5%. Berdasarkan Tabel 4 dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut:

- Pengujian hipotesis yang pertama. Hipotesis pertama menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat. Hasil pengujian

menunjukkan variabel promosi yang dihitung dengan hasil data yang diperoleh dari 46 nasabah memiliki koefisien regresi negatif sebesar - 0,653 dengan tingkat signifikansi 0,048 yang lebih kecil dari (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat atau dengan kata lain H¹ didukung.

- b. Pengujian Hipotesis yang kedua. Hasil pengujian menunjukkan variabel pengetahuan memiliki koefisien regresi sebesar 0,224 dengan tingkat signifikansi 0,017 yang lebihkecil dari (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat atau dengan kata lain H² didukung.
- c. Pengujian Hipotesis yang ketiga. Hasil pengujian menunjukkan variabel persepsi memiliki koefisien regresi sebesar -0,363 dengan tingkat signifikansi 0,043 yang lebihkecil dari (5%). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat atau dengan kata lain H³ didukung.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesa

Hipotesa	Deskriptif	B	Sig	Hasil
H ¹	Promosi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat	-0,653	0,048	Didukung
H ²	Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat	0,224	0,017	Didukung
H ³	Persepsi berpngaruh negati terhadap minat masyarakat	-0,363	0,043	Didukung

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh promosi, pengetahuan, dan persepsi

terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan *Qardhul Hasan* di BMT Sampang. Kesimpulan yang dapat diambil adalah: Promosi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa semakin lama kedekatan antara pihak BMT Sampang dengan masyarakat akan mempengaruhi ketertarikan terhadap produk pembiayaan *Qardhul Hasan*, Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak pengetahuan yang dimiliki masyarakat maka akan semakin menarik masyarakat, Persepsi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa baik buruknya persepsi dapat mempengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap produk pembiayaan *Qardhul Hasan*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antonio, Muhammad Syafi'i (2001) *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Pertama. Jakarta: Gema Insani Press.
- Chapra, M. Umer (2000) *Sistem Moneter Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ayub, Muhammad (2009) *Understanding Islamic Finance*. Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan (2019) *Analisis Data Menggunakan Stata SE 14*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama.
- Lesmana, Gusman (2021) *Bimbingan Konseling Populasi Khusus*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, Ismail (2017) *Etika Pemerintahan*. Lampung: Lintang Rasi Aksara Books.
- Roflin, Eddy Dkk. (2023) *Regresi Logistik Biner dan Multinomial*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Sjahdeini, Sutan Remy (2014) *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek Hukumnya*. Pertama. Jakarta: Kencana.
- Swarjana, I Ketut (2022) *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tarjo (2019) *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama.
- Zubaedi (2016) *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik*. ke-3. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wahyudi, Rofiul & Muhammad Nafik Ryandono (2018) *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah dan Praktek*. Pertama. Yogyakarta: UAD Press.
- Yudiatmaja, Fridayana (2013) *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal Ilmiah

- Riya Jumriyah & Dzikrullah (2021) 'Identification of Halal Food in the Production Process Using SWOT Analysis (Multicase Study Method): Sosial dan Humaniora, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4 (2), p. 119-142.
- Mubarok, Fery Khusnul (2019) 'Optimalisasi Produk Qardhul Hasan dalam Memberdayakan Ekonomi Umat', *Akuntansi*, 16, p. 63.

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 3 (2024) 2182-2190 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i3.5582

Disertasi/Thesis/Skripsi

Lamunuhia, Sulfa Fitriani. (2018). *Pengaruh Audit Tenure, Rotasi KAP, Ukuran*

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

**Volume 6 Nomor 3 (2024) 2182-2190 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i3.5582**

*Perusahaan Klien dan Spesialisasi Auditor terhadap Kualitas Audit (Studi Pada
Perusahaan Perbankan yang Terdapat di BEI 2014-2016). Yogyakarta.*