

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENDASARI MASYARAKAT MENJADI NASABAH
BAITUL MAAL WAT TAMWIL
DI SIDOARJO**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**IFAH RAHMAH MADINAH
2015710369**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Ifah Rahmah Madinah
Tempat, Tanggal lahir : Sidoarjo, 18 April 1997
NIM : 2015710369
Program Studi : Ekonomi Syariah
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mendasari Masyarakat Menjadi Nasabah
Baitul Maal Wat Tamwil Di Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,

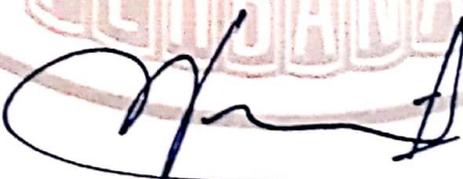
Tanggal: 1 April 2019


(Burhanudin, SE, M.Si, Ph.D.)

Ketua program Studi Sarjana Ekonomi Syariah

Tanggal:

1 April 2019


(Dr. Dra. Ec. Wiwiek Lestari M, Si)

FAKTOR-FAKTOR YANG MENDASARI MASYARAKAT MENJADI NASABAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL DI SIDOARJO

Ifah Rahmah Madinah
STIE Perbanas Surabaya
Email: ifahrahma126@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the factors that underlie the community to become customers of Baitul Maal wat Tamwil in Sidoarjo. Baitul Maal wat Tamwil (BMT) is a financial institution whose job is to collect public funds and channel funds to the public in the business sector. Baitul Maal Wat Tamwil used in this study were BMT UGT Sidogiri and BMT Madani. This study seeks to find out the factors that make people become customers in Baitul Maal wat Tamwil. The sampling technique used was purposive sampling and the method of collecting data using data triangulation. The source of the data in this study was obtained through interviews with seven informants as well as observing or observing directly about the situation in the field, and using a questionnaire distributed to 100 respondents of Baitul Maal wat Tamwil customers in Sidoarjo. The results of the qualitative and quantitative research that have been done can be concluded that there are 19 factors that influence the community to become customers in the Baitul Maal wat Tamwil, and are reduced back into five groups of factors. The five groups of factors can later be used as variables in future studies. These five factors include: 1. Reputation of BMT, 2. Quality services, 3. Compliance with Islamic Sharia, 4. Services equivalent to banks, and 5. Social.

Keywords: *BMT reputation, quality service, conformity with Islamic Sharia, Bank equivalent services, and social*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan mikro syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya berlandaskan prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah saat ini berkembang sangat pesat. Perkembangan lembaga keuangan syariah di dukung oleh berkembangnya ekonomi islam yang ada di Inonesia. Lembaga keuangan syariah terdiri dari bank syariah dan non bank. Bank syariah terdiri dari bank syariah umum dan bank perkreditan syariah. Lembaga keuangan non bank terdiri dari koperasi syariah, pegadaian syariah, dan Baitul Maal wat Tamwil. Lembaga keuangan syariah yang memberikan

modal kerja kepada pengusaha mikro kecil salah satunya adalah Baitul Maal wat Tamwil.

Lembaga keuangan syariah terutama Baitul Maal wat Tamwil membantu untuk melindungi masyarakat kecil dan menengah dari sistem bunga. Sistem bunga yang banyak di terapkan pada bank bank konvensional serta rentenir mematok bunga tinggi mengakibatkan masyarakat menjadi semakin miskin dan kekurangan. Lembaga keuangan syariah akan membantu masyarakat miskin menyelesaikan masalah perekonomiannya dengan memberikan pinjaman modal kerja tanpa bunga. Pinjaman modal tanpa bunga akan menjauhkan masyarakat dari sistem riba.

Larang riba sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang artinya:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
السَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا
وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Demikian itu karena mereka berkata jual beli itu

Baitul Maal wat Tamwil merupakan lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat pada sektor usaha dengan berbagai pembiayaan secara syariah. Baitul Maal wat Tamwil memiliki fungsi sebagai baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal berfungsi mengumpulkan dana dan sekaligus menyalurkan dana sosial seperti zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturannya. Baitul Tamwil memiliki fungsi sebagai lembaga bisnis yang mengelola pemasukan dan pengeluaran yang bertujuan untuk mendapatkan laba. Baitul Maal wat Tamwil beroperasi sesuai dengan prinsip syariah yang berfungsi untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat. Baitul Maal wat Tamwil saat ini semakin tumbuh pesat sehingga membuat masyarakat akan lebih melirik guna untuk menanamkan dana maupun menggunakan jasa dari Baitul Maal wat Tamwil.

Baitul Maal wat Tamwil memiliki perbedaan dengan bank syariah. Baitul Maal wat Tamwil sendiri menggunakan pendekatan berbasis kekeluargaan yang sesuai untuk diterapkan dikalangan menengah kebawah dan diawasi oleh kementerian koperasi dan usaha kecil menengah. Ruang lingkup Baitul Maal wat Tamwil sangat kecil, karena hanya berada pada kabupaten dan kecamatan. Modal awal Baitul Maal wat Tamwil hanya dari

sama dengan riba. Sementara Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah, barang siapa mengulangi, maka mereka penghuni neraka, mereka kekal didalamnya”(Q. S Al- Baqarah ayat 275)

simpanan pokok, simpanan khusus, dan penyaluran dana dari investor untuk membantu kondisi masyarakat menengah kebawah. Nisbah yang diberikan Baitul Maal wat Tamwil lebih kecil, hal ini disebabkan oleh modal yang sangat kecil dan tidak membebankan biaya administrasi pada produk tabungan melainkan membebankan biaya saat nasabah tutup rekening.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan masyarakat untuk datang ke Baitul Maal wat Tamwil. Baitul Maal wat Tamwil membantu untuk memberikan pinjaman modal untuk perkembangan usaha pada masyarakat miskin. Pengusaha miskin yang belum memiliki rumah tentu akan kesulitan untuk meminjam dana karena tidak ada yang dijamin. Jaminan yang diminta oleh lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil tidak terlalu sulit bagi para pengusaha mikro. Lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil untuk jaminan hanya melihat perkembangan usahanya yang sedang didirikan.

Melihat latar belakang tersebut, lembaga Baitul Maal wat Tamwil perlu mengetahui faktor apa saja yang membuat masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah di Baitul Maal wat Tamwil. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topic “Faktor-Faktor Yang Mendasari Masyarakat Menjadi Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil di Sidoarjo”.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Baitul Maal wat Tamwil

Baitul Maal wat Tamwil terdiri dari baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal memiliki

fungsi mengumpulkan dana sekaligus menyalurkan dana sosial seperti zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturannya. Baitul Tamwil memiliki fungsi sebagai lembaga bisnis yang mengelola pemasukan dan pengeluaran yang bertujuan untuk mendapatkan laba. Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil dan

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses mental yang harus dilalui seseorang untuk mempelajari berbagai informasi yang ada dengan tujuan dapat memilih satu dari berbagai kemungkinan tindakan (Kotler Amstrong, 2008: 186). Pengambilan keputusan dalam penelitian ini bertujuan untuk memilih satu lembaga keuangan syariah dari berbagai lembaga keuangan yang ada guna menyelesaikan permasalahan yang ada dalam diri individu. Proses pengambilan keputusan ditentukan oleh lima tahap yaitu:

- (1) Tahap Kesadaran: Konsumen dapat menyadari adanya lembaga keuangan selain perbankan.
- (2) Tahap Minat: Konsumen mempunyai dorongan untuk mencari informasi tentang lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil.
- (3) Tahap Evaluasi: Konsumen akan mempertimbangkan apakah memilih menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil.
- (4) Tahap Mencoba: Konsumen mencoba untuk mengenal lebih dalam lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil
- (5) Tahap Keputusan: Konsumen memutuskan untuk melakukan pembiayaan di Baitul Maal wat Tamwil.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pertama Penelitian yang pertama dilakukan oleh Syukron Makmun (2015) tentang Faktor Nasabah Memilih Baitul Maal wat Tamwil Mandiri Sejahtera. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih Baitul Maal wat Tamwil

menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam mengangkat serta membela kaum miskin (Alma dan Priansa, 2014:22). Pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat pada sektor usaha dengan berbagai pembiayaan dengan menggunakan prinsip syariah.

Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Prilaku pembelian konsumen dalam pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh empat faktor (Kotler, Amstrong 2008). Konsumen biasanya tidak dapat mengendalikan faktor tersebut tapi konsumen harus mempertimbangkan untuk menentukan suatu keputusan. Faktor-faktor tersebut yaitu:

(1) Faktor Budaya

Budaya merupakan penyebab terjadinya keinginan dan perilaku yang paling mendasar dari setiap diri manusia untuk mendapatkan nilai dasar, presepsi, dan prefensi. Faktor budaya memberikan pengaruh lebih luas dan mendalam terhadap prilaku konsumen.

(2) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan pembagian yang relative permanen dalam masyarakat, anggota dalam faktor sosial saling berbagi minat, nilai, dan prilaku yang sama.

(3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan suatu karakter psikologi yang berbeda dengan pendapat orang lain yang dapat menghasilkan suatu keputusan dari diri individu.

(4) Faktor Psikolgi

Faktor psikologi merupakan pilihan atau suatu keputusan konsumen dalam menentukan pembelian.

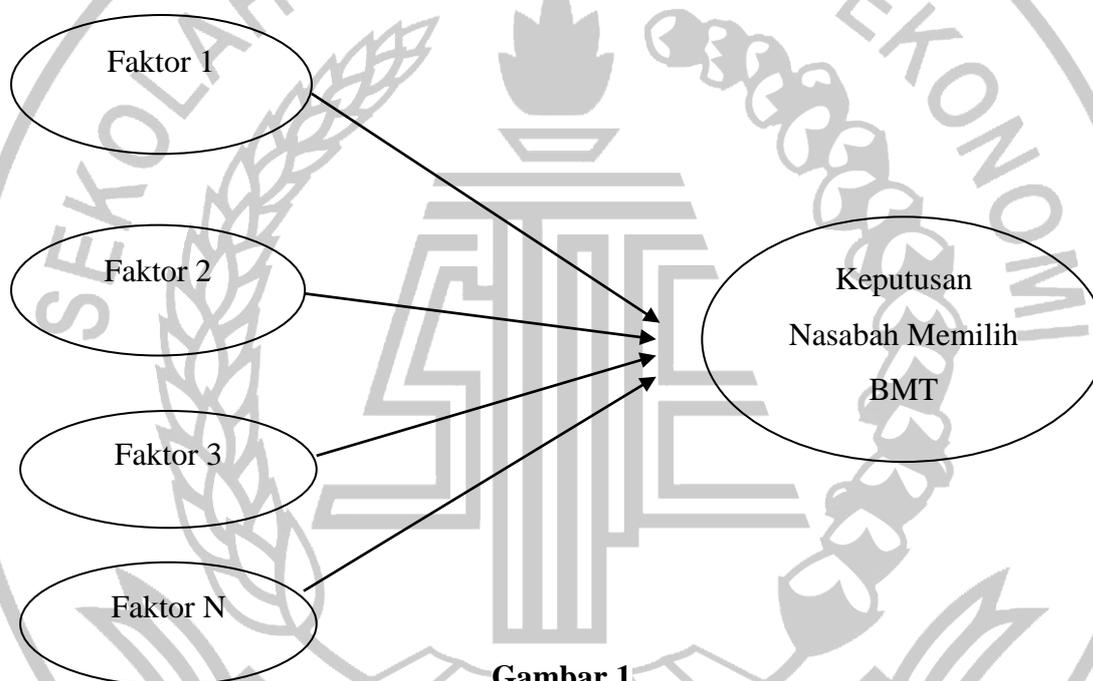
(BMT) Mandiri Sejahtera. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau nasabah BMT Mandiri Sejahtera Kantor Pusat Karangcangkring. Instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan 94 responden.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Suoheila Kaabachi Hassan Obeid (2016) tentang *Determinants of Islamic Banking Adoption in Tunisia: Empirical Analysis*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan layanan perbankan islam pada nasabah non muslim di Negara Tunisia. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah dari bank konvensional yang ada di Negara Tunisia. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Muhammad Zakariah, Dwi Puji Astuti, Ridwan, Sri Maryam (2017), tentang *Analysis Factor of Marketing Strategy of Funding*

Decicion of Costomers Choose Baitul Maal wat Tamwil (BMT) in Kolaka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan klien dalam memilih Baitul Maal wat Tamwil di Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara. Populasi penelitian ini yaitu nasabah Baitul Maal wat Tamwil di Kota Kakola, Sulawesi Tenggara. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut ini:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan dari penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui alasan masyarakat datang untuk menjadi nasabah dari Baitul Maal wat Tamwil. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau perhitungan lainnya. Prosedur tersebut akan menghasilkan temuan yang diperoleh dari

data deskriptif yang sudah dikumpulkan. Data deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata atau gambar dari hasil pengamatan dan wawancara.

Pendekatan kuantitatif pada penelitian saat ini digunakan untuk mengklarifikasi dan mengelompokkan alasan konsumen untuk memilih menjadi nasabah di Baitul Maal wat Tamwil yang telah diperoleh dari pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu penelitian yang menggunakan angka dalam pengambilan data dan akan dianalisis menggunakan statistik. Pendekatan kuantitatif

memiliki tujuan untuk mengembangkan data dengan menggabungkan data angka dan teori atau hipotesis. Penelitian ini juga menggunakan menggunakan metode survey yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan seperangkat teknik untuk mengumpulkan data yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh reponden (Juliansyah Noor, 2011:139). Sumber data dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil. Data yang diambil dari nasabah melalui wawancara dan kuesioner.

Definisi Oprasional

Definisi operasional adalah sebuah variabel yang termasuk dari bagian agar dapat mengukur, dengan cara melihat dimensi (indikator) dari suatu konsep atau variabel (Juliansyah Noor, 2011) Keputusan masyarakat dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat menjadi nasabah di Baitul Maal wat Tamwil. Indikator untuk mengukur variabel ini yaitu:

- (1) Masyarakat menyadari adanya lembaga keuangan baru selain perbankan.
- (2) Masyarakat mempunyai dorongan untuk mencari informasi tentang lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil.
- (3) Masyarakat akan mempertimbangkan apakah memilih menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil.
- (4) Masyarakat mencoba untuk mengenal lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil.
- (5) Masyarakat memilih pembiayaan di lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Keputusan

Populasi dalam penelitian ini adalah Baitul Maal Wat Tamwil yang berada di Kota Sidoarjo. Pemilihan sampel atau Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

- (1) Nasabah dari Baitul Maal Wat Tamwil.
- (2) Usia responden minimal 19 tahun.

- (3) Masyarakat yang berdomisili di Kota Sidoarjo.

Sampel pada penelitian ini adalah nasabah Baitul Maal wat Tamwil di Kota Sidoarjo yang sudah memenuhi kriteria sebagai responden. Sampel penelitian ini menggunakan dua penilaian. Penilaian yang pertama yaitu posisi lembaga keuangan Baitul Maal wat Tamwil yang berada di daerah Sidoarjo. Mayoritas nasabah Baitul Maal wat Tamwil adalah masyarakat yang berada di Kota Sidoarjo.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data, dengan menggunakan dua analisis data yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Triangulasi sumber data digunakan untuk menggali kebenaran informasi dengan membandingkan dan mengecek informasi yang sudah diperoleh dari berbagai metode maupun sumber perolehan data. (Bungin, 2011). Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dengan melihat data yang ada di lapangan.

Analisis data yang digunakan untuk analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah analisis faktor dan uji statistik. Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor dan menjelaskan hubungan antara indikator independen yang di observasi. Tujuan dari analisis faktor yaitu untuk meringkas variabel amatan secara keseluruhan menjadi beberapa variabel baru. Analisis ini juga digunakan untuk menyederhanakan variabel observasi yang kompleks dan saling berhubungan menjadi faktor.

Tahapan Penelitian Analisis Faktor

Penelitian ini menggunakan analisis faktor exploratory. Analisis faktor exploratory adalah suatu metode analisis faktor untuk mengidentifikasi hubungan antara indikator untuk membangun sebuah konsep. Proses dari analisis faktor terdiri enam tahapan. Tahapan analisis faktor tersebut yaitu:

- (1) Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion merupakan teknik untuk menggali data tentang faktor dalam keputusan penggunaan dengan melibatkan 5-7 responden. Karakteristik responden telah ditetapkan oleh peneliti yaitu minimal usia 19 tahun, nasabah pembiayaan BMT yang berdomisili di sekitar daerah Sidoarjo.

(2) Kompilasi Faktor

Kompilasi faktor dapat dilakukan dengan menyusun daftar informasi mengenai faktor-faktor yang membuat masyarakat memilih Baitul Maal wat Tamwil dari responden yang terlibat dalam *Focus Group Discussion*.

(3) Mengembangkan Kuesioner

Mengembangkan kuesioner dapat dilakukan setelah melakukan kompilasi faktor dan mendapatkan informasi tentang faktor-faktor keputusan dari *Focus Group Discussion* kemudian data tersebut diolah menjadi pertanyaan pada kuesioner.

(4) Uji Instrumen

Uji instrument dilakukan sebelum menyebarkan kuesioner kepada responden dengan sample kecil sebelum menuju sample besar dengan tujuan untuk menguji validitas dan reabilitas instrument.

(5) Menyebarkan Kuesioner

Tahap selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner ke responden sample besar sebanyak 100 responden yang sudah dipilih. Penyebaran kuesioner hanya dilakukan di Kota Sidoarjo.

Analisa Data

Teknik analisis data menggunakan analisa faktor sebagai berikut:

(1) Penyusunan Matrix Korelasi

Keputusan yang harus diambil oleh peneliti adalah menganalisis apakah data yang ada cukup memenuhi syarat dalam analisis faktor. Analisa faktor dapat digunakan jika antara variabel saling berkorelasi, jika korelasi yang

terjadi besar maka analisis faktor dapat digunakan. Menguji ketepatan model analisis faktor dapat menggunakan pengukuran kelayakan sampel *Kaiser Mayer Olkin* (KMO). Indeks KMO membandingkan besar koefisien korelasi yang diamati dengan besarnya koefisien korelasi.

(2) Metode Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk menganalisis data, maka harus dipilih untuk metode yang akan digunakan. Metode yang digunakan yaitu analisis komponen utama (*Principals Component Analysis*) dalam mendasari masyarakat dalam menentukan pilihannya.

(3) Jumlah Faktor

Prosedur yang digunakan dalam menentukan jumlah faktor, antara lain menggunakan pendekatan *Determinan Based on Elges Value*. *Elges Value* yang besar atau 0,1 yang digunakan, sedangkan faktor yang lain tidak dimasukkan dalam model.

(4) Rotasi Terhadap Faktor

Rotasi faktor digunakan untuk menginterpretasi faktor dalam suatu matrix yang kompleks. Rotasi faktor matrix di transformasikan kedalam bentuk yang lebih sederhana, yaitu faktor yang mempunyai nilai banding yang tinggi dengan variabel yang sama, maka perbedaan metode rotasi akan menghasilkan identifikasi faktor yang beda pula.

(5) Interpretasi Terhadap Faktor

Interpretasi dapat dilakukan melalui identifikasi variabel yang memiliki nilai loading yang besar pada faktor yang sama dan dapat digunakan untuk menganalisis faktor atas variabel yang mendasari masyarakat dalam memilih menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan gambaran data tentang 100 responden yang diperoleh dari 30 responden untuk uji validitas dan uji reabilitas ditambah dengan 70 responden untuk melakukan uji analisis faktor dengan menjelaskan hasil pengolahan data dari perhitungan secara kualitatif dan kuantitatif yang dibahas dalam permasalahan penelitian.

Analisis Faktor

Analisis faktor pada penelitian ini digunakan untuk mengelompokkan data dari 18 faktor pernyataan menjadi variabel baru yang jumlahnya lebih sedikit dan mudah untuk difahami. Langkah awal yaitu jika hasil perhitungan menghasilkan $MSA \geq 0.5$ maka temuan faktor tersebut dapat di proses lebih lanjut. Analisis selanjutnya adalah analisis faktor *Bartlett's Test of Sphericity* untuk menguji faktor yang tidak berkorelasi dalam satu populasi.

Tabel 1
KMO dan Bartlett's Test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.809
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	784.959
	Df	153
	Sig.	.000

Sumber : Data diolah

Tabel 1 dijelaskan hasil uji nilai *Bartlett's Test of Sphericity* 784.959 dengan probabilitas tingkat kesalahan (signifikan)=0.000 sehingga hal tersebut menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Semakin besar nilai *Bartlett's Test of Sphericity* maka menjelaskan semakin besar kemungkinan H_0 ditolak dan analisis faktor layak untuk digunakan. Kesimpulannya yaitu bahwa terdapat hubungan antara faktor dalam satu populasi, dengan hal tersebut analisis faktor dapat dilakukan.

dilakukan untuk menyaring faktor. PCA digunakan untuk menentukan faktor yang mendasari masyarakat memilih menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil di Sidoarjo. Informasi yang terdapat pada faktor asal harus diringkas atau disaring lagi dengan menggunakan nilai Eigen dari faktor tersebut. Nilai Eigen akan menjelaskan besarnya bagian variasi yang disumbangkan oleh faktor tersebut terhadap keseluruhan nilai variasi yang diamati. Faktor yang memiliki nilai Eigen > 1.0 akan dipertahankan dalam model tersebut. Tabel 2 akan memberikan informasi faktor mana saja yang nilainya > 1.0.

Analisis Komponen Utama

Analisis komponen utama (*Principal Component Analysis*) pada penelitian ini

Tabel 2

Nilai Eigen Untuk Setiap Komponen

Component	Nilai Eigen	% of Variance	Cumulative %
1	6.377	35.426	35.426
2	1.666	9.258	44.683
3	1.444	8.021	52.704
4	1.240	6.888	59.592
5	1.128	6.268	65.860
6	.949	5.270	71.130

7	.774	4.298	75.428
8	.717	3.983	79.412
9	.652	3.622	83.034
10	.615	3.418	86.452
11	.499	2.773	89.225
12	.414	2.300	91.525
13	.361	2.003	93.528
14	.316	1.757	95.285
15	.271	1.504	96.789
16	.228	1.269	98.058
17	.190	1.055	99.113
18	.160	.887	100.000

Sumber : Data diolah

Hasil dari Tabel 2 menjelaskan bahwa faktor yang memiliki nilai Eigen > 1.0 merupakan komponen satu sampai lima. Nilai kumulatif yang didapat untuk kelima komponent tersebut 35.426% yang artinya 18 faktor dapat dijelaskan oleh lima faktor saja dengan nilai komponen sebesar 35.426%.

Rotasi Matrik Faktor (Rotated Component Matriks)

Matrik faktor adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui indikator standar yang disebut dengan faktor. Koefisien

faktor (*loading*) bertugas menjelaskan korelasi antar indikator asal dengan faktornya. Nilai korelasi yang besar menyatakan hubungan yang erat antara faktor dan indikator asal sehingga indikator tersebut dapat digunakan untuk menafsirkan faktor. Analisis dalam penelitian ini menggunakan prosedur rotasi *varimax* yaitu dengan meminimalkan jumlah indikator yang memiliki nilai loading tinggi terhadap faktornya sehingga dapat memudahkan peneliti. Hasil rotasi komponen matrik dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
HASIL ROTASI KOMPONEN Matrik
Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
F1	.494	.420			
F2	.466	.577			
F3	.437		.473		
F4	.557		.664		
F5	.583				
F6	.728				
F7			.816		
F8			.766		
F9		.837			
F10		.667			
F11		.807			
F12	.585				
F13	.683				
F14					
F15					.758
F16					.624
F17				.833	
F18				.832	

Sumber : Data diolah

Hasil dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa terdapat indikator yang berbeda disetiap faktor, dengan melihat nilai loading faktor > 0.5. dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat lima faktor yang mendasari masyarakat memilih menjadi nasabah di Baitul Maal Wat

Tamwil dengan komulatif varian 35.426 %. Item-item yang bersifat ambigu yang menempati baris yang sama dengan indikator yang berbeda, maka item tersebut harus dihilangkan. Tabel 4.17 berikut ini adalah hasil dari analisis faktor.

Tabel 4
HASIL ANALISIS FAKTOR

Komponen	Indikator Pembentuk Faktor	
I Reputasi BMT	Jaminan yang diminta lebih mudah dari bank	F ₅
	Kantor cabang BMT ada diberbagai daerah	F ₆
	Saya memilih BMT karena promosinya menarik	F ₁₂
	Saya memilih BMT karena petugasnya jujur	F ₁₃
II Layanan Berkualitas	Saya memilih BMT karena petugasnya peduli	F ₉
	Saya memilih BMT karena petugasnya profesional	F ₁₀
	Saya memilih BMT karena transaksinya mudah	F ₁₁
III Kesesuaian dengan Syariah Islam	Saya memilih BMT karena sesuai dengan prinsip islam	F ₇
	Saya memilih BMT karena menggunakan bagi hasil	F ₈
IV Layanan Setara Bank	Saya memilih BMT karena kualitas layanan sama seperti bank	F ₁₇
	Saya memilih BMT karena fasilitasnya sama seperti dibank	F ₁₈
V Sosial	Saya memilih BMT karena ajakan dari kerabat terdekat	F ₁₅
	Saya memilih BMT karena tidak ada riba	F ₁₆

Sumber : Data diolah

Data pada Tabel 4 menjelaskan bahwa terdapat lima faktor dengan delapan belas indikator yang mendasari masyarakat untuk menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil di Sidoarjo. Faktor-faktor tersebut yaitu: 1. Reputasi BMT, 2. Layanan Berkualitas, 3. Kesesuaian dengan Syariah Islam, 4. Layanan Setara Bank, dan 5. Sosial.

Pembahasan

Faktor pertama ini dinamakan faktor reputasi BMT sebab reputasi adalah suatu gambaran yang ada dibenak seseorang. Gambaran tersebut mampu mempengaruhi persepsi yang ada pada diri sendiri dan mempengaruhi orang lain. Reputasi BMT sendiri adalah suatu nilai yang dapat diberikan oleh diri individu kepada BMT yang berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh BMT. Faktor ini terbentuk oleh faktor Jaminan yang diminta lebih mudah dari bank Kantor cabang BMT ada diberbagai daerah, Saya memilih BMT karena

promosinya menarik, dan Saya memilih BMT karena petugasnya jujur.

Faktor kedua ini dinamakan faktor layanan berkualitas sebab berhubungan dengan pelayanan kepada nasabah Baitul Maal Wat Tamwil berjalan dengan baik. Keunggulan yang dimiliki oleh Baitul Maal Wat Tamwil akan membuat nasabah merasa sangat nyaman dengan pelayanan petugas yang sangat berkualitas. Faktor ini terbentuk oleh faktor Saya memilih BMT karena petugasnya peduli, Saya memilih BMT karena transaksinya mudah, dan Saya memilih BMT karena petugasnya profesional.

Faktor ketiga ini dinamakan kesesuaian dengan syariah islam sebab dalam menjalankan tugasnya BMT telah menerapkan prinsip-prinsip Islam sesuai hukum Syariah Islam sehingga akan memberikan kesan yang baik kepada nasabahnya. Faktor ini terbentuk oleh faktor Saya memilih BMT karena sesuai dengan

prinsip islam dan Saya memilih BMT karena menggunakan bagi hasil.

Faktor keempat ini dinamakan faktor layanan setara dengan bank sebab pelayanan di BMT juga tidak kalah dengan pelayanan yang diberikan oleh bank. Pelayanan di BMT kepada nasabahnya, yang membuat nasabah tersebut tidak merasa kurang bagus dengan bank. Faktor ini terbentuk oleh faktor kualitas layanan di BMT sama seperti bank dan fasilitasnya di BMT sama seperti di bank.

Faktor kelima ini dinamakan faktor sosial sebab dalam perilaku dan pengalaman konsumen akan mempengaruhi persepsi masyarakat untuk bergabung di Baitul Maal Wat Tamwil. Faktor sosial disesuaikan dengan indikator pembentuk faktor dimana pengalaman konsumen akan menimbulkan kesan yang baik terhadap masyarakat sekitar. Faktor ini terbentuk oleh faktor ajakan kerabat terdekat dan faktor tidak ada riba di BMT.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Hasil analisis dalam penelitian kualitatif telah ditemukan adanya 18 faktor yaitu faktor sikap petugas BMT jujur, faktor layanannya cepat, faktor produk BMT sesuai kebutuhan, faktor layanan BMT transparan, faktor jaminan yang diminta BMT lebih mudah dari bank, faktor kantor cabang BMT ada di berbagai daerah, faktor BMT sesuai dengan prinsip Islam, faktor BMT menggunakan bagi hasil, faktor petugas BMT peduli dengan nasabah, faktor petugas BMT profesional, faktor transaksi BMT mudah, faktor promosi BMT menarik, faktor mengerti produk BMT, faktor BMT tidak ada riba, faktor kualitas BMT layanan sama seperti bank, dan faktor fasilitas BMT sama seperti bank.

Hasil dari analisis dari pengujian analisis faktor yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat lima kelompok faktor yang mendasari masyarakat memilih menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil di Sidoarjo. Hasil dari lima faktor tersebut perlu ditingkatkan kembali agar jumlah nasabah di lembaga Baitul Maal Wat Tamwil dapat meningkat. Faktor pertama yang membuat

responden untuk menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil adalah reputasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Faktor kedua yang membuat responden untuk menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil adalah layanan berkualitas. Faktor ketiga yang membuat responden untuk menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil adalah kesesuaian dengan syariah islam. Faktor keempat yang membuat responden untuk menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil adalah layanan setara bank. Faktor kelima yang membuat responden untuk menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil adalah faktor sosial.

Peneliti memiliki keterbatasan yaitu: Peneliti kesulitan untuk mencari responden untuk menjadi informan. Waktu yang diperlukan pada saat melakukan wawancara kurang maksimal dikarenakan responden tidak memiliki waktu yang cukup untuk wawancara. Tempat yang digunakan untuk wawancara juga kurang maksimal karena hanya bisa mendapatkan waktu responden untuk wawancara pada saat di lapak jualannya saja. Responden banyak yang menolak untuk diminta mengisi kuesioner karena sebagian dari responden takut apabila data mereka disalahgunakan dan mengira peneliti adalah petugas dari bank yang menawarkan jasa kredit. Responden yang mengisi kuesioner juga hanya berada pada area pasar saja.

Saran bagi Baitul Maal Wat Tamwil di Sidoarjo yang dapat digunakan untuk bahan pertimbangan adalah Penilaian dari analisis deskriptif (*mean*) terdapat nilai terendah dari tanggapan responden tentang promosi BMT menarik, maka perlu diketahui oleh pihak BMT untuk menambah promosi di beberapa tempat di Sidoarjo, agar dapat menambah nasabah yang berasal dari kalangan selain pedangan. Pihak Baitul Maal Wat Tamwil harus mempertahankan reputasi yang telah dimiliki agar pihak Baitul Maal Wat Tamwil bisa bersaing di dunia perbankan.

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk menyesuaikan kondisi responden, terutama pada penelitian kualitatif yang membutuhkan banyak informasi dan waktu responden yang lumayan lama. Hasil

penelitian tersebut bersifat efektif dan penelitian yang dilakukan harus lebih sempurna dan berhasil. Saran untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan judul “Pengaruh Reputasi, Layanan Berkualitas,

Kesesuaian dengan Syariah Islam, Layanan Setara Bank, dan Sosial dalam Menggunakan Layanan Baitul Maal Wat Tamwil”.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, Willy, dan Jogiyanto Hartono. 2015. “Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis.” Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Al- Qur'an Terjemahan (n.d.) Surah Al-Baqarah ayat 275. t.t.
- Alma, Buchari, dan Donni Priansa. 2014. *Manajemen bisnis syariah : Menanamkan nilai dan praktik syariah dalam bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kedua. Jakarta: Kencana.
- Dr Juliansyah Noor., 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Ghozali, Imam. 2013. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan progrm IMB SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler , Amstrong, Philip, Gary. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. England: Pearson Prentice Hall.
- Kuncoro, Mujarad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- M. Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Maholtra, Nerest, Birks David, dan Wills Petter. 2012. *Marketing Research and Applied Aproch*. England: Pearson Education Limited.
- Makmun, Syukron. 2015. “FAKTOR NASABAH MEMILIH BMT MANDIRI SEJAHTERA GRESIK1)” 2 (8): 13.
- Malhotra, Naresh K. 2011. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1 -4/E*. Indeks.
- Prastiawati, Fitriani, dan Emile Satya Darma. 2016. “Peran Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Terhadap Perkembangan Usaha Dan Peningkatan Kesejahteraan Anggotanya Dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional.” *Journal of Accounting and Investment* 17 (2): 197–208.
- Sugiyono. 2015. *Cara mudah belajar SPSS dan LISREL: Teori aplikasi untuk analisa data penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Zakariah, Muhammad, Muhammad Askari Zakariah, Dwi Puji Astuti, Ridwan, dan Sri Maryam. 2017. “Analysis Factor Of Marketing Strategy Of Funding Decision Of Customers Choose Baitul Mal Wat Tamwil (Bmt) In Kolaka Regency, Indonesia,” November.