

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)**

##### **1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Dikutip dari websait Bank Syariah Indonesia (bank.co.id, 2021) Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank syariah memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. inovasi produk, peningkatan pelayanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend positif dari tahun ketahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelenihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Bank Syariah Indonesia Cabang Sungai Danau Tanah Bumbu merupakan salah satu jaringan besar Kantor Umum Bank Syariah Indonesia yang terletak di kecamatan Satui tepatnya di desa Sungai Danau. Bank Syariah Indonesia Cabang Sungai Danau Tanah Bumbu,

dahulunya merupakan Bank yang bermager bersama dengan BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri, dari ketiga Bank tersebut salah satunya yaitu BNI Syariah, hingga pada tanggal 1 Februari 2021 secara resmi ketiga Bank tersebut Marger menjadi Bank Syariah terbesar yaitu Bank Syariah Indonesia.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

### a. Visi Perusahaan

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

### b. Misi Perusahaan

#### 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 Bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

#### 2) Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 Bank yang paling profitabel di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

#### 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

### 3. Logo dan Makna Perusahaan

#### a. Logo Bank Syariah Indonesia

**Gambar 4. 1 Logo Bank Syariah Indonesia**



Sumber: [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html)

#### b. Makna Logo Perusahaan

Logo BSI secara keseluruhan dominan berwarna hijau dan putih dengan bertuliskan BSI disertai lambang bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan, yang bertepatan pada huruf "I". Di bawah tulisan BSI disematkan Kata "Bank Syariah Indonesia". Filosofi yang tersirat dalam lambang bintang berwarna kuning yang memiliki 5 sudut ini bermakna Pancasila yang memiliki 5 sila dan 5 rukun islam.

### 4. Budaya atau Nilai-Nilai Perusahaan

Bank Syariah Indonesia memiliki budaya dan juga nilai-nilai yang menjadi landasan cara berpikir, berperilaku dan bertindak untuk

ditanamkan sebagai budaya kerja. Maka dari itu BSI menjadikan “AKHLAK” sebagai nilai dari perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI). Dimana kata “AKHLAK” memiliki kepanjangannya tersendiri yaitu sebagai berikut:

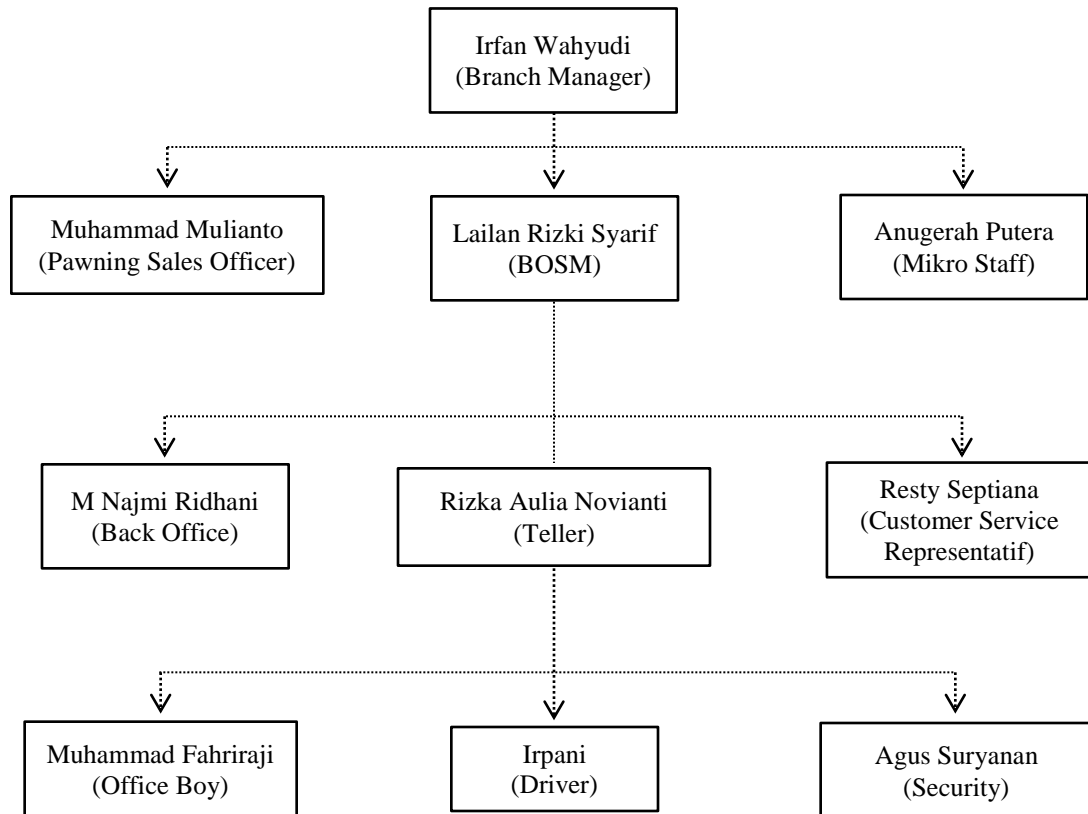
- a. Amanah: Bank Syariah Indonesia memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- b. Kompeten: Bank Syariah Indonesia terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- c. Harmonis: Bank Syariah Indonesia akan saling peduli dan menghargai perbedaan.
- d. Loyal: Bank Syariah Indonesia berdedikasi dan menguatamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- e. Adaptif: Bank Syariah Indonesia terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- f. Kolaboratif: Bank Syariah Indonesia akan terus membangun kerja sama yang sinergis.

## 5. Struktur Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan bagian penting dalam sebuah organisasi dimana struktur organisasi adalah suatu susunan yang berisi pembagian tugas dan peranan perorangan berdasarkan tingkat jabatannya di dalam sebuah perusahaan. Struktur organisasi lebih dikenal pula dengan bagan atau skema organisasi dimana akan menggambarkan secara skematis tentang hubungan pekerjaan antara individu yang satu dengan yang lainnya di dalam satu organisasi untuk tercapainya tujuan bersama.

Maka dari itu Bank Syariah Indonesia Cabang Sungai Danau Tanah Bumbu memiliki personaliti yang melakukan pekerjaannya dengan penuh rasa tanggung jawab dengan wewenangnya masing-masing, serta usaha bekerjasama satu dengan yang lainnya sehingga tercapainya tujuan perusahaan. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai struktur organisasi dari Bank Syariah Indonesia Cabang Sungai Danau Tanah Bumbu sebagaimana berikut:

**Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia**



*Sumber: Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Sungai Danau Tanah Bumbu, 2023.*

## 6. Tugas dan Tanggung Jawab

### a. Branch Manager

*Branch Manager* merupakan tingkatan struktur yang paling tinggi di Kantor Cabang dan bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan dan membawahi keseluruhan manager, baik di bidang bisnis maupun operasional lainnya. Tugas pokok kepala cabang yaitu memimpin, mengelola, mengawasi atau mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan

mendayagunakan sarana organisasi Kantor Cabang untuk mencapai tingkat serta volume aktivitas pemasaran, oprasional dan layanan Kantor Cabang yang efektif dan efisien dengan target yang telah ditetapkan.

b. *Branch Operations & Service Manager (BOSM)*

*Branch Operations & Service Manager* atau yang disingkat dengan BOSM memiliki tugas dan wewenang dalam memonitor pencapaian rencana bisnis Bank oleh groupnya selain itu mengevaluasi dan menyusun laporan pencapaian rencana Bank jika belum tercapai, memonitor pelaksanaan prosedur oprasional manajemen risiko oleh bawahannya dan mengevaluasi pelaksanaan prosedur oprasional manajemen risiko.

c. *Pawning Sales Officer*

*Pawning Sales Officer* memiliki tugas untuk untuk memastikan pencapain target bisnis gadai emas BSM yang telah ditetapkan meliputi pembiayaan gadai dan *fee based income* gadai baik kuantitatif maupun kualitatif dan memastikan akurasi penaksiran barang jaminan serta mengidentifikasi dan memitigasi *fraud* dan potensi risiko lainnya seperti pemalsuan emas dan lain sebagainya yang dapat merugikan Bank.



d. *Mikro Staff*

*Mikro Staff* memiliki tugas memastikan penerapan dan implementasi strategi pengembangan bisnis mikro, menganalisis pemberian pembiayaan mikro, memberikan rekomendasi dan atau putusan atas pembiayaan permohonan calon nasabah, dan memastikan pencapaian target pembiayaan mikro.

e. *Back Office*

Tugas *Back Office* yaitu memastikan proses yang telah dilakukan *front office* telah sesuai dengan aplikasi nasabah dan telah dijelaskan sesuai prosedur yang dijalankan Bank.

f. *Teller*

*Teller* memiliki tugas dan wewenang dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang berhubungan dengan penerimaan dan penarikan uang selain itu tugas *teller* mencatat semua transaksi yang terjadi setiap harinya dan membuat laporan atas transaksi-transaksi yang terjadi dan kemudian dilaporkan kepada bagian pembukuan.

g. *Customer Service Representative*

Tugas sebagai *customer service representative* adalah mampu memberikan pelayanan dan penjelasan kepada nasabah mengenai produk-produk maupun syarat-syarat

tata cara prosedurnya. Serta membantu melakukan permintaan nasabah untuk pemblokiran rekening, baik rekening giro maupun tabungan.

h. *Office Boy*

*Office Boy* memiliki tugas menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan, membantu menyiapkan arsip atau dokumen nasabah, sewaktu-waktu bila diperlukan melakukan kegiatan pengiriman (kurir) dokumen ke Kantor Cabang Pembantu atau kantor lainnya.

i. *Driver*

*Driver* memiliki tugas menunjang kelancaran transportasi yang diperlukan kantor, mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai, melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan dan bersama petugas kantor berikutan satpam membawa uang setoran dari Kantor Cabang Utama ke Kantor Cabang Pembantu atau sebaliknya.

j. *Security*

*Security* memiliki tugas yang bertanggung jawab kepada Kepala Cabang dalam hal keamanan, mengawasi dan menjaga keamanan pada setiap kegiatan operasional kantor, mengawal penyetoran dan pengambilan uang dari

Kantor Cabang Pembantu, dan selalu waspada terhadap kemungkinan terjadinya kejahatan yang dapat mengganggu kegiatan operational.

## **B. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 dengan jumlah nasabah sekitar 45 orang. Karakteristik responden akan digunakan untuk mendeskripsikan identitas responden, sehingga mampu menggambarkan dari jawaban penelitian dalam bentuk kuesioner yang dapat diprediksi. Adapun karakter responden yang dimuat dalam penelitian yaitu jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Untuk dapat melihat lebih jelasnya mengenai karakteristik responden yang dimaksud penelitian dapat disajikan sebagai berikut:

### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Responden penelitian yaitu nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 yaitu sebanyak 45 responden. Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 28 orang dengan persentase 62,2% sedangkan dari sisa seluruh responden adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 17 orang dengan persentase

38,8% dari jumlah keseluruhan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	17	37,8%
2	Perempuan	28	62,2%
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 sebagai responden penelitian dilihat berdasarkan pekerjaannya yaitu lebih dominan dalam pekerjaan wiraswasta yaitu berjumlah sebanyak 26 orang dengan persentase 57,8%, pekerja swasta berjumlah 14 orang dengan persentase 31,1%, kemudian pekerja PNS sebanyak 3 orang dengan persentase 6,7%, dan paling sedikit yaitu pekerjaan ASN sebanyak 2 orang dengan persentase 4,4%. Dimana hal ini sebanding dengan persyaratan nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19. Untuk dapat lebih jelasnya berikut tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden  
Berdasarkan Pekerjaan**

<b>No</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	ASN	2	4,4%
2	PNS	3	6,7%
3	Swasta	14	31,1%
4	Wiraswasta	26	57,8%
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 yaitu memiliki latar belakang pendidikan terakhir yaitu terdapat 5 responden yang pendidikan terakhirnya SMP atau sederajat dengan tingkat persentase sebanyak 11,1%, pendidikan SMA atau sederajat sebanyak 27 responden dengan persentase 60% dan responden dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 15 responden dengan persentase 33,3%. Untuk lebih jelasnya berikut tabel karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut:

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SMP	5	11,1%
2	SMA	27	60%
3	Sarjana	13	28,9%
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi dari jawaban responden terhadap hasil kuesioner yang telah disebarkan. Hasil angket dari variabel yang dimaksud yaitu meliputi Produk ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), Risiko ( $X_3$ ) dan variabel Pembiayaan *Consumer* ( $Y$ ).

#### 1. Variabel Produk ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil data yang telah terkumpul dari kuesioner mengenai variabel produk ( $X_1$ ) yaitu bahwa distribusi frekuensi dari tiap-tiap butir pertanyaan variable adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Tanggapan Responden  
Mengenai Variabel Produk (X1)**

Butir	Alternatif Jawaban					Jumlah
	STS	TS	R	S	SS	
X1.1	0	0	2	36	7	45
X1.2	0	0	2	33	10	45
X1.3	0	0	3	34	8	45
X1.4	0	0	2	33	10	45
X1.5	0	0	1	33	11	45

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan mengenai jawaban responden berdasarkan butir-butir pertanyaan variabel yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X1.1 yaitu terdapat 7 orang menyatakan sangat setuju, 36 orang menyatakan setuju, 2 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X1.1.
- b. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X1.2 yaitu terdapat 10 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju, 2 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian

- responden menyatakan setuju dari pernyataan X1.2.
- c. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X1.3 yaitu terdapat 8 orang menyatakan sangat setuju, 34 orang menyatakan setuju, 3 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X1.3.
- d. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X1.4 yaitu terdapat 10 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju, 2 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X1.4.
- e. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X1.5 yaitu terdapat 11 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju, 1 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X1.5.



## 2. Variabel Pelayanan ( $X_2$ )

Berdasarkan hasil data yang telah terkumpul dari kuesioner mengenai variabel pelayanan ( $X_2$ ) yaitu bahwa distribusi frekuensi dari tiap-tiap butir pertanyaan variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Tanggapan Responden  
Mengenai Variabel Pelayanan ( $X_2$ )**

Butir	Alternatif Jawaban					Jumlah
	STS	TS	R	S	SS	
X2.1	0	0	1	30	14	45
X2.2	0	0	1	26	18	45
X2.3	0	0	0	32	13	45
X2.4	0	0	0	32	13	45

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan mengenai jawaban responden berdasarkan butir-butir pertanyaan variabel yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel  $X_{2.1}$  yaitu terdapat 14 orang menyatakan sangat setuju, 30 orang menyatakan setuju, 1 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan  $X_{2.1}$ .
- b. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel  $X_{2.2}$  yaitu terdapat 18 orang

menyatakan sangat setuju, 26 orang menyatakan setuju, 1 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X2.2.

- c. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X2.3 yaitu terdapat 13 orang menyatakan sangat setuju, 32 orang menyatakan setuju, 0 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X2.3.
- d. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X2.4 yaitu terdapat 13 orang menyatakan sangat setuju, 32 orang menyatakan setuju, 0 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X2.4.

### 3. Variabel Risiko ( $X_3$ )

Berdasarkan hasil data yang telah terkumpul dari kuesioner mengenai variabel risiko ( $X_3$ ) yaitu bahwa distribusi frekuensi

dari tiap-tiap butir pertanyaan variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Tanggapan Responden  
Mengenai Variabel Risiko (X3)**

Butir	Alternatif Jawaban					Jumlah
	STS	TS	R	S	SS	
X3.1	0	0	2	32	11	45
X3.2	0	0	7	28	10	45
X3.3	0	0	0	33	12	45
X3.4	0	0	0	33	12	45

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan mengenai jawaban responden berdasarkan butir-butir pertanyaan variabel yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X3.1 yaitu terdapat 11 orang menyatakan sangat setuju, 32 orang menyatakan setuju, 2 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X3.1.
- b. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X3.2 yaitu terdapat 10 orang menyatakan sangat setuju, 28 orang menyatakan setuju, 7 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian

responden menyatakan setuju dari pernyataan X3.2.

- c. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X3.3 yaitu terdapat 12 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju, 0 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X3.3.
- d. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel X3.4 yaitu terdapat 12 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju, 0 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan X3.4.

#### 4. Variabel Pembiayaan *Consumer* (Y)

Berdasarkan hasil data yang telah terkumpul dari kuesioner mengenai variabel pembiayaan *consumer* yaitu bahwa distribusi frekuensi dari tiap-tiap butir pertanyaan variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 7 Tanggapan Responden  
Mengenai Variabel Pembiayaan Consumer (Y)**

Butir	Alternatif Jawaban					Jumlah
	STS	TS	R	S	SS	
Y.1	0	0	4	33	8	45
Y.2	0	0	0	35	10	45
Y.3	0	0	1	35	9	45
Y.4	0	0	1	31	13	45

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil tabel 4.7 di atas dapat dijelaskan mengenai jawaban responden berdasarkan butir-butir pertanyaan variabel pembiayaan *consumer* (Y) sebagai berikut:

- a. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel Y.1 yaitu terdapat 8 orang menyatakan sangat setuju, 33 orang menyatakan setuju, 4 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan Y.1.
- b. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel Y.2 yaitu terdapat 10 orang menyatakan sangat setuju, 35 orang menyatakan setuju, 0 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan

- setuju dari pernyataan Y.2.
- c. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel Y.3 yaitu terdapat 9 orang menyatakan sangat setuju, 35 orang menyatakan setuju, 1 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan Y.3.
- d. Hasil dari 45 responden yang memberikan tanggapan terhadap variabel Y.4 yaitu terdapat 13 orang menyatakan sangat setuju, 31 orang menyatakan setuju, 1 orang menyatakan ragu-ragu, 0 orang menyatakan tidak setuju dan 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyatakan setuju dari pernyataan Y.4.

## D. Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner atau angket. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item maka dapat membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir itu valid sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir itu tidak valid. (Sinambela, 2021b, p. 426) Dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  merupakan jumlah data sampel. (Luthfiya, 2022, p. 45)

Berikut hasil uji validitas dari tiap butir pernyataan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<b>Variabel Produk (X<sub>1</sub>)</b>				
1.	X1.1	0,776	0,294	Valid
2.	X1.2	0,746	0,294	Valid
3.	X1.3	0,704	0,294	Valid
4.	X1.4	0,750	0,294	Valid
5.	X1.5	0,666	0,294	Valid
<b>Variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>				
1.	X2.1	0,702	0,294	Valid
2.	X2.2	0,728	0,294	Valid
3.	X2.3	0,625	0,294	Valid
4.	X2.4	0,662	0,294	Valid
<b>Variabel Risiko (X<sub>3</sub>)</b>				
1.	X3.1	0,546	0,294	Valid
2.	X3.2	0,766	0,294	Valid
3.	X3.3	0,747	0,294	Valid
4.	X3.4	0,710	0,294	Valid
<b>Pembiayaan Consumer (Y)</b>				
1.	Y.1	0,794	0,294	Valid
2.	Y.2	0,626	0,294	Valid
3.	Y.3	0,715	0,294	Valid
4.	Y.4	0,693	0,294	Valid

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa uji validitas yang dilakukan pada seluruh butir-butir pernyataan yaitu  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Dalam artian setiap butir pernyataan dinyatakan valid sebagai instrument dalam penelitian atau dengan kata lain pernyataan yang diajukan kepada responden dapat diukur variabelnya. Hal ini dikarekan nilai dari seluruh butir pernyataan sudah memenuhi kriteria dalam mengambil keputusan.



Berikut adalah rumus yang digunakan dalam mencari r tabel:

$$R \text{ tabel: } df = n - 2$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel (45)

2 : konstanta

$$df = 45 - 2 = 43$$

R tabel = 0,2940 (dapat dilihat dari tabel R)

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk menentukan kuesioner apakah reliabel atau tidak reliabel dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha >0,60 maka data tersebut dikatakan reliabel dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah atau < 0,60. (Nurlina, 2022, p. 54)

Berikut hasil uji reliabilitas dari tiap butir pernyataan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Nama Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
1.	Produk (X1)	0,797	0,60	Reliabel
2.	Pelayanan (X2)	0,613	0,60	Reliabel
3.	Risiko (X3)	0,636	0,60	Reliabel
4.	Pembiayaan <i>Consumer (Y)</i>	0,670	0,60	Reliabel

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa semua variabel sudah dikatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan nilai angka *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini sudah lebih besar dari 0,60.

Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa seluruh pernyataan variabel dinyatakan valid dan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

## 2. Uji Asumsi Klasik

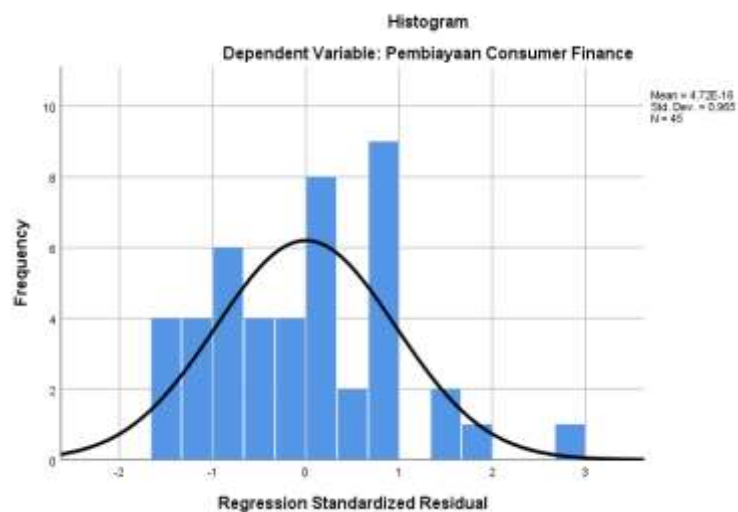
### a. Uji Normalitas

Menurut (Santosa & Ashari, 2005) Uji normalitas data merupakan uji yang digunakan untuk menentukan variabel bebas dengan variabel terikat dalam perspektif model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang ditentukan diharapkan mampu menghasilkan distribusi normal, dimana data tersebut tidak mengarah sebaliknya. (Sinambela, 2021b)

Proses data uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji normalitas yang dilihat dari hasil grafik *Histogram regression standardized residual*, grafik *Normal P-P plot* serta dibuktikan pula dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov Test* dengan alat statistik SPSS 25.

Dapat dilihat pada tampilan grafik *Histogram regression standardized residual* di bawah ini, garis kurva harus berbentuk gambar menyerupai lonceng berada ditengah dan garafik batang sudah berada di dalam garis kurva, hal ini pun dapat dikatakan bahwa residual data berdistribusi normal.

**Gambar 4. 3 Grafik Histogram Regression Standardized Residual**

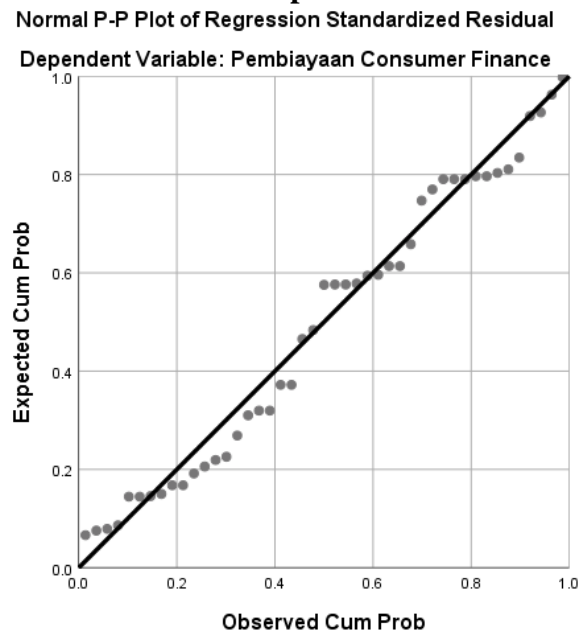


Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Kemudian dapat dilihat pula melalui pada gambar di bawah yaitu gambar grafik pola Normal P-P plot dimana pola ini memiliki bulatan-bulatan yang harus melewati garis

diagonal dengan arah melingkar mengelilingi garis maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

**Gambar 4. 4 Grafik pola  
P-P plot**



Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Selanjutnya dapat dibuktikan pula dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov Test*. Dengan syarat pengambilan keputusannya sebagai berikut:(Luthfiya, 2022, p. 59)

- 1) Jika  $p < 0,05$  maka distribusi data tidak normal
- 2) Jika  $p > 0,05$  maka distribusi data normal

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.77092800
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.089
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai dari *Asymp Sig.(2-tailed)* yaitu 0,200 dimana ditarik kesimpulan yaitu data pada penelitian ini berdistribusi secara normal. Hal ini dikarenakan nilai dari *Asymp Sig.(2-tailed)* lebih besar dari nilai 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghazali 2007) di dalam buku (Sinambela, 2021b) yang berjudul “Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik” Uji multikolinieritas merupakan uji yang menentukan apakah model regresi terdapat adanya korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Jika terdapat

korelasi maka terdapat gejala multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan dengan adanya korelasi yang signifikan antara variabel independen. Seharusnya model regresi yang baik tidak terdapat korelasi.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas yaitu dengan menggunakan pengujian metode dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIP) dan Tolerance pada model regresi *Coefficients*. Berikut syarat pengambilan keputusan yaitu: (Sinambela, 2021b, p. 433)

- 1) Jika nilai Tolerance  $> 0,01$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terdapat gejala multikolinieritas
- 2) Jika nilai Tolerance  $< 0,01$  dan nilai VIF  $> 10$  maka diduga adanya gejala multikolinieritas

Berikut ini hasil uji multikolinieritas yang diberikan responden pada tiap butir pernyataan kuesioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Multikolineritas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	.533	1.875
	Pelayanan	.431	2.320
	Risiko	.586	1.706
a. Dependent Variable: Pembiayaan Consumer			

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan pada tabel 4.11 di atas hasil uji multikolineritas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance dari variabel produk yaitu 0,533, variabel pelayanan 0,431, dan variabel risiko 0,586 dengan nilai VIF variabel produk 1.875, variabel pelayanan 2.320 dan variabel risiko 1.706.

Dengan demikian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terjadi adanya gejala multikolineritas. Hal ini dikarekan nilai Tolerance dan nilai VIF pada penelitian ini sudah memenuhi syarat atau kriteria dalam mengambil keputusan yaitu nilai Tolerance sudah lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF sudah lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual terhadap pengamatan kepengamatan lainnya. Jika

variasi residul tetap dari satu pengamatan kepengamatan yang lain maka dapat dikatakan terjadi adanya gejala heterokedastisitas. Karena uji heterokedastisitas menyatakan bahwa variasi variabel dinyatakan tidak sama terhadap pengamatan. (Sinambela, 2021b, p. 434)

Pada penelitian kali ini dilakukan dalam dua uji, yang pertama uji *scatterplot* dan yang kedua dengan uji *gleser*. Adapun syarat pengambilan keputusan Uji heteroskedastisitas yaitu: (Luthfiya, 2022, p. 60)

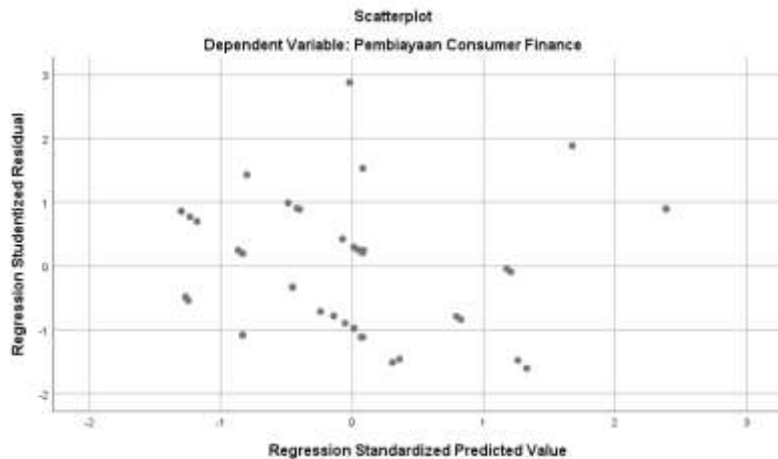
- 1) Nilai p value  $> 0,05$  maka tidak mempunyai persoalan heteroskedastisitas.
- 2) Nilai p value  $< 0,05$  maka mempunyai persoalan heteroskedastisitas.

Adapun untuk syarat dan ketentuan dengan menggunakan pola *scatterplot* dimana titik-titik didalam grafik harus menyebar jauh dari sumbu X dan Y dan tidak boleh saling berdempetan.

Berikut ini hasil uji Heteroskedastisitas yang diberikan responden pada tiap butir pernyataan kuesioner yaitu sebagai berikut:



**Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot**



*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil data pada gambar pola *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik di dalam grafik sudah menyebar dan tidak mendekati sumbu X dan Y. Hal ini dapat dikatakan tidak adanya persoalan heteroskedastisitas karena telah sesuai dengan syarat dari pola *scatterplot* dalam pengambilan keputusan. Hal ini pun dapat di buktikan pula dengan menggunakan uji *glajser*, sebagaimana berikut:

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Dengan Uji Glajser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.140	.907		-.154	.878
	Produk	-.035	.047	-.149	-.730	.469
	Pelayanan	-.025	.073	-.079	-.349	.729
	Risiko	.115	.061	.369	1.892	.066

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Berdasarkan pada tabel 4.12 di atas hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glajser* maka dapat diketahui bahwa nilai dari signifikan variabel produk 0,469, variabel pelayanan 0,729, dan variabel risiko 0,66 ini sudah lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak adanya persoalan atau gejala heteroskedastisitas.

### 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Suharyadi dan Purwanto 2004:509) di dalam buku (Sinambela, 2021b) yang berjudul “Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik” Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk memprediksi arah antara hubungan variabel

independen dengan variabel dependen apakah berhubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun Rumus Regresi Linier Berganda:

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

Keterangan:

Y = Pembiayaan *Consumer*

a = Konstanta persamaan regresi

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Produk

X<sub>2</sub> = Pelayanan

X<sub>3</sub> = Risiko

e = Error

Di dalam penelitian kali ini, variabel independen yang akan dianalisis yaitu produk, pelayanan, dan risiko terhadap variabel dependen yaitu pembiayaan *consumer*.

Berikut ini hasil dari persamaan regresi linier berganda antara variabel independen dan variabel dependen:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji  
Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.814	1.717		1.056	.297
	Produk	-.037	.090	-.050	-.407	.686
	Pelayanan	.414	.137	.414	3.012	.004
	Risiko	.509	.115	.522	4.431	.000

a. Dependent Variable: Pembiayaan Consumer

Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Berdasarkan hasil pada tabel 4.13 di atas maka didapatkan persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,814 + -0,037X_1 + 0,414X_2 + 0,509X_3 + e$$

Dari hasil persamaan tersebut maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Nilai dari a (konstanta) yaitu sebesar 1,814 dan bernilai positif atau menunjukkan bahwa variabel dependen pembiayaan *consumer* (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan risiko ( $X_3$ ).
- b. Nilai dari koefisien regresi produk ( $X_1$ ) yaitu sebesar -0,037 menunjukkan bahwa variabel produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh negatif terhadap pembiayaan *consumer* (Y) yang mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel dependen akan meningkat sebesar -0,037 dengan asumsi bahwa variabel

lainnya tidak dimasukkan dalam penelitian.

- c. Nilai dari koefisien regresi pelayanan ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,414 menunjukkan bahwa variabel pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif pembiayaan *consumer* (Y) yang mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel dependen akan meningkat sebesar 0,414 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak dimasukkan dalam penelitian.
- d. Nilai dari koefisien regresi risiko ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0,509 menunjukkan bahwa variabel risiko ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif terhadap pembiayaan *consumer* (Y) yang mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel dependen akan meningkat sebesar 0,509 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak dimasukkan dalam penelitian.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa apabila produk, pelayanan, dan risiko ditingkatkan maka tingkat nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 akan mengalami peningkatan pula.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan)

memengaruhi variabel dependen. (Sinambela, 2021b, p. 444)

Adapun untuk menguji hipotesis uji F dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan nilai F hitung  $< F$  tabel maka data dikatakan tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan nilai F hitung  $> F$  tabel maka data dikatakan berpengaruh signifikan.

Berikut ini hasil uji simultan (uji F) yang diberikan responden pada tiap butir pernyataan kuesioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.161	3	17.387	27.260	.000 <sup>b</sup>
	Residual	26.151	41	.638		
	Total	78.311	44			
a. Dependent Variable: Pembiayaan Consumer						
b. Predictors: (Constant), Risiko, Produk, Pelayanan						

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.25*

Berdasarkan hasil tabel 4.14 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai F tabel dari variabel produk ( $X_1$ ) variabel pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel risiko ( $X_3$ ) 2,83. Hasil ini

diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

$$F \text{ tabel: } df1 = k-1$$

$$df2 = n-k$$

Keterangan:

k: jumlah keseluruhan variabel (x+y)

n: jumlah data (45)

$$df1 = 4-1 = 3$$

$$df2 = 45-4 = 42$$

F tabel: 2,83 (dapat dilihat pada tabel F)

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung dari variabel produk ( $X_1$ ) variabel pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel risiko ( $X_3$ ) yaitu sebesar 27,260. Oleh karena itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa secara simultan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini dikarenakan nilai dari Sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $27,260 > F$  tabel 2,83. Hal ini berarti secara simultan variabel produk ( $X_1$ ) variabel pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel risiko ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y).

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara persial memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap variabel terikat. Pada dasarnya menentukan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. (Sinambela, 2021b, p. 443)

Adapun Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis melalui uji T yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan nilai T hitung  $<$  T tabel maka dapat dikatakan data tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan nilai T hitung  $>$  T tabel maka dapat dikatakan data berpengaruh signifikan.

Berikut ini hasil uji parsial (uji T) yang diberikan responden pada tiap butir pernyataan kuesioner yaitu sebagai berikut:



**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Parsial (Uji T)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.814	1.717		1.056	.297
	Produk	-.037	.090	-.050	-.407	.686
	Pelayanan	.414	.137	.414	3.012	.004
	Risiko	.509	.115	.522	4.431	.000

a. Dependent Variable: Pembiayaan Consumer

Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Berdasarkan hasil pada tabel 4.15 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai T tabel dari variabel produk ( $X_1$ ) variabel pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel risiko ( $X_3$ ) 2,019. Hasil ini diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

T tabel:  $df = n - k - 1$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Data (45)

$k$  = Jumlah Variabel Bebas

T tabel:  $df = 45 - 3 - 1 = 41$

T tabel: 2,019 (dapat dilihat pada tabel T)

Berdasarkan hasil pada tabel 4.15 di atas maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

- Diketahui bahwa nilai Sig. dari variabel produk ( $X_1$ )

terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y) memiliki nilai sebesar 0,686. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini terjadi karena nilai Sig. yaitu  $0,686 > 0,05$  dan nilai dari T hitung  $-0,407 < T$  tabel 2,019. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y).

- Diketahui bahwa nilai Sig. dari variabel pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y) memiliki nilai sebesar 0,004. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini terjadi karena nilai Sig. yaitu  $0,004 < 0,05$  dan nilai dari T hitung  $3,012 > T$  tabel 2,019. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y).
- Diketahui bahwa nilai Sig. dari variabel risiko ( $X_3$ ) terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y) memiliki nilai sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini terjadi

karena nilai Sig. yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai dari T hitung  $4,431 > T$  tabel  $2,019$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel risiko ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel pembiayaan *consumer* (Y).

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Setelah melakukan uji F dan uji T selanjutnya yaitu melakukan uji Koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai  $R^2$  yang kecil berarti variabel-variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen cukup terbatas dan jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. (Luthfiya, 2022, p. 61)

Didalam penelitian kalini analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan koefisien determinasi yang disesuaikan dengan melihat nilai *Adjusted R Square*, karena hal ini sesuai dengan penelitian ini yang menggunakan variabel yaitu lebih dari dua.

Berikut ini merupakan hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara variabel independen dengan variabel dependen:

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 <sup>a</sup>	.666	.642	.799
a. Predictors: (Constant), Risiko, Produk, Pelayanan				
b. Dependent Variable: Pembiayaan Consumer				

Sumber: Data Primer diolah SPSS.25

Berdasarkan hasil pada tabel 4.16 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,642. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan risiko ( $X_3$ ) hanya memiliki pengaruh sebesar 0,642 atau sebesar 64,2% terhadap variabel dependen yaitu pembiayaan *consumer* (Y).

## E. Pembahasan Penelitian

### 1. Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Risiko Terhadap Pembiayaan *Consumer* Secara Simultan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan maka didapatkan hasil bahwa variabel produk, pelayanan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *consumer*. Keputusan ini pun diambil dengan berdasarkan nilai dari Signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $27,260 > F$  tabel 2,83.

Dengan demikian pernyataan hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Diduga berpengaruh signifikan antara produk, pelayanan, dan risiko terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” sehingga didapatkan  $H_a$  diterima dan “Diduga tidak berpengaruh signifikan antara produk, pelayanan, dan risiko terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” maka  $H_0$  ditolak.

Dalam hal ini pembiayaan konsumen (*consumer*) lebih diminati nasabah terlebih pada masa pandemi seperti ini. sebagaimana yang telah dijelaskan pada BAB II bahwa pembiayaan konsumen (*consumer*) termasuk dalam jenis pembiayaan konsumtif. (Asiyah, 2015, p. 20) Dimana menurut Susilo “Pembiayaan konsumtif dikenal dengan risikonya yang sangat rendah dari pada pembiayaan produktif, karena dalam pembiayaan ini jaminan yang diterima hanya berupa BPKB yang ditahan atau potong gaji bagi pegawai atau disektor swasta lainnya”. (Susilo, 2017, p. 117) dengan persyaratan yang begitu mudah pun maka dari itu produk pembiayaan ini sangat sesuai digunakan apalagi di masa pademi COVID 19 ini dan akan

membantu perekonomian nasabah.

Hasil penelitian ini pun diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu oleh Wahyuni Liya Kusumawardhani, Mufti Alam Adha. Dengan judul “Pengaruh Pembiayaan Konsumtif, Pembiayaan Modal Kerja Dan Fee-Based Income Terhadap Profitabilitas BPRS BDW Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu probabilitas ROE.

## **2. Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Risiko terhadap Pembiayaan *Consumer* Secara Parsial**

### **a. Pengaruh Produk Terhadap Pembiayaan *Consumer***

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial maka didapatkan hasil bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *consumer*. Hal ini karena variabel produk memiliki nilai signifikan  $0,686 > 0,05$  dan nilai T hitung yaitu  $-0,407 < T$  tabel 2,019. Dengan demikian pernyataan hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Diduga tidak berpengaruh signifikan antara produk terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” sehingga didapatkan  $H_0$

diterima dan “Diduga berpengaruh signifikan antara produk terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” maka  $H_a$  ditolak.

Dilihat dari hasil observasi awal dan juga jawaban para responden yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan variabel produk yang memiliki beberapa indikator yang digunakan yaitu, persentase nisbah bagi hasil pembiayaan, ketetapan fungsi produk, kemudahan produk digunakan, keragaman produk, serta daya tarik produk dimana tidak begitu berpengaruh secara langsung terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) selama masa pandemi COVID 19 hal ini dikarenakan nasabah yang mendapatkan bagian persentase nisbah bagi hasil pembiayaan *consumer* belum sesuai dengan yang diharapkan terutama untuk perekonomian selama masa pandemi ini, ketetapan fungsi pokok produk yang kurang sesuai akan mengalihkan nasabah untuk tidak mengambil pembiayaan *consumer* selama masa pandemi COVID 19, kemudahan produk yang digunakan pun juga menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah untuk memilihnya, keragaman dan daya tarik produk yang inovatif akan menjadikan nasabah tertarik untuk

menggunakan produk pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) selama masa pandemi COVID 19.

Namun berkaitan dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler 2001:279) yang dikutip oleh (Marhaban, 2020) Produk merupakan bagian utama bagi para konsumen untuk memastikan apakah layak untuk dimiliki dengan melihat dari segi manfaatnya suatu produk atau kualitas produk itu. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. (Marhaban, 2020, p. 2) Dan berdasarkan teori dari (Indryo:2000) Menurutnya produk dalam perspektif ekonomi islam merupakan senjata yang dapat memenangkan persaingan apabila mempunyai skil yang bermutu atau kualitas yang bagus. Dan jika sebaliknya produk itu tidak bermutu maka para konsumen pun menilainya dengan rendah. Dengan demikian produk yang dihasilkan harus sesuai agar tetap bermutu. (Lestari et al., 2022, p. 64)

Hasil dari penelitian ini pun diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu oleh Abdul Basith, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan De’Pans *Pancake and Waffle* di Kota Malang)”.



Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan  $t_{hitung}$  sebesar -0,013 dan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,990 ( $p > 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima.

**b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Pembiayaan *Consumer***

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial maka didapatkan hasil bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *consumer*. Hal ini karena variabel pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan nilai dari T hitung  $3,012 > T$  tabel 2,019. Dengan demikian pernyataan hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Diduga berpengaruh signifikan antara pelayanan terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” sehingga didapatkan  $H_a$  diterima dan “Diduga tidak berpengaruh signifikan antara pelayanan terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” maka  $H_0$  ditolak.

Dilihat dari hasil observasi awal dan juga jawaban para responden yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan

variabel pelayanan yang memiliki beberapa indikator yang digunakan yaitu, kesiapan karyawan melayani pelanggan, kecepatan karyawan merespon pelanggan, kemudahan dan kejelasan suatu informasi untuk dipahami, serta kemauan karyawan untuk membantu pelanggan, dengan adanya kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan maka akan membuat minimnya suatu kesalahan akan terjadi, kesiapan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan akan meningkatkan citra perusahaan dan membangun persaingan secara sehat pula, kemudahan dan kejelasan karyawan menyampaikan suatu informasi maka akan membuat pelanggan mudah untuk memahaminya, serta inisiatif karyawan membantu dan menghadapi keluhan terhadap pelanggan yang kesulitan untuk memahami suatu informasi. Hal ini sesuai pula dengan pengamatan observasi peneliti dimana karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu sudah mencakup kriteria didalam indikator penelitian.

Berkaitan dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler 2001:83) yang dikutip oleh (Sya'diyah,2018) pelayanan merupakan setiap kegiatan yang mampu menawarkan suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berkepemilikan dengan kata lain hanya berpindah kepemilikan

saja. Pelayanan yaitu perilaku produsen dalam rangka memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan dengan tujuan tercapainya kepuasan pada konsumen. Menurut (Ikatan Bankir Indonesia, 2014) yang mengutip tentang pelayanan yaitu pelayanan yang baik akan memberikan dampak pada keinginan nasabah atau pelanggan dalam memberikan kesetiaan dan loyalitas terhadap Bank itu sendiri. Dan berdasarkan teori ensiklopedi Islam, pelayanan merupakan suatu keharusan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Agar jika suatu pelayanan lebih terarah maka semua pihak harus memiliki prinsi-prinsip dan pedoman yang telah diterapkan dalam ajaran islam. Yang mana Islam menekankan keabshan suatu pelayanan sesuai dengan harapan konsumen dan merasakan kepuasan maksimum.(Zainuddin & Khoiriyah, 2021, p. 348)

Hasil dari penelitian ini pun diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu oleh Marhaban. Dengan judul “Pengaruh Produk, Pelayanan Syariah Dan Persepsi Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Di Bank Bpd Diy Syariah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Persepsi pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dengan nilai Sig. (0,919). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi

pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

**c. Pengaruh Risiko Terhadap Pembiayaan *Consumer***

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial maka didapatkan hasil bahwa variabel risiko berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *consumer*. Hal ini karena variabel risiko ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai dari T hitung  $4,431 > T$  tabel  $2,019$ . Dengan demikian pernyataan hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Diduga berpengaruh signifikan antara risiko terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” sehingga didapatkan  $H_a$  diterima dan “Diduga tidak berpengaruh signifikan antara risiko terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19” maka  $H_0$  ditolak.

Dilihat dari hasil observasi awal dan juga jawaban para responden yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan variabel risiko yang memiliki beberapa indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, risiko keuangan, risiko psikologis, risiko kinerja, dan risiko waktu sebelum nasabah

mengambil pembiayaan *consumer* maka ada beberapa hal yang menjadi bahan pertimbangan salah satunya yaitu risiko yang akan dihadapi. Risiko keuangan merupakan peran penting dalam melakukan pembayaran secara angsuran terlebih dimasa pandemi ini diharapkan mampu meringankan perekonomian, risiko psikologis adanya rasa emosional yang membuat kesulitannya untuk melakukan transaksi terlebih selama keadaan pandemi COVID 19, risiko kerja dan risiko waktu menjadi bahan pertimbangan nasabah untuk mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 apakah akan memiliki risiko yang rendah dan akan diperpanjangnya masa anggunan. Dengan pengamatan yang dilakukan maka mendapatkan hasil bahwa risiko yang di harapkan nasabah yang mengambil pembiayaan *consumer* di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Sungai Danau Tanah Bumbu pada masa pandemi COVID 19 telah susai dengan indikator di atas.

Berkaitan pula dengan teori yang dikemukakan oleh Prowanta (2018) mendefinisikan risiko sebagai ketidak pastian yang dapat menimbulkan kerugian maupun peluang di dalam proses bisnis maupun kegiatan manusia dalam sehari-

hari.(Siswanti et al., 2020, p. 4) Risiko dalam perbankan merupakan suatu peristiwa baik dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan hal ini akan berdampak buruk terhadap keuntungan Bank. Namun jika risiko-risiko tersebut tidak dapat dihindari maka masih dapat dikendalikan dengan baik.(Susilo, 2017, p. 60) Manajemen risiko dalam Bank Islam memiliki beberapa perbedaan karakter dengan perbankan konvensional. Perbedaan mendasar terletak pada apa yang dinilai. Adapun karakter manajemen risiko dalam Bank Islam adalah sebagai berikut:(Farid & Azizah, 2021, p. 31)

- 1) Identifikasi risiko, mengidentifikasi risiko dalam Bank Islam berbeda dengan Bank pada umumnya yang mana terdapat prinsip syariah dalam mengoperasikannya.
- 2) Penilaian risiko, pada penilaian risiko Bank Islam merupakan suatu kuantitas yang dapat dilihat antara hubungannya dengan *probability* dan *impact*, atau dengan kata lain *qualitative approach*.
- 3) Antisipasi risiko, dalam Bank Islam antisipasi risiko bertujuan untuk yaitu: (a) *Priventive*, dimana Bank Islam perlu adanya persetujuan DPS mengenai pencegahan kekeliruan proses dan transaksi terhadap aspek syariah, (b) *Detective*, dalam Bank Islam terdapat dua aspek

pengawasan yaitu aspek syariah oleh DPS dan aspek perbankan oleh Bank Indonesia, (c) *Recovery*, merupakan suatu persoalan atau koreksi yang dapat melibatkan Bank Indonesia untuk aspek perbankan dan aspek syariah dari DPS.

- 4) Monitoring risiko, dalam aktivitas Bank Islam tidak hanya dapat dilihat dari manajemen Bank Islamnya saja melainkan dapat melibatkan dewan pengawas syariah.

Hasil penelitian ini pun diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu oleh Murwatiningsih, Erin Putri Apriliani. Dengan judul “Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel risiko mempengaruhi keputusan pembelian online dengan memperoleh nilai analisis regresi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang menyatakan ada pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian.