At Tawazun
Vol. 10, No. 01, Mei 2022 ISSN: **2354-8436**

PENGARUH KUALITAS PRODUK MURABAHAH TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PERUMAHAN

[1]Muhammad Yasin, [2]Mariana
STAI Sangatta Kutai Timur, Indonesia
Email:mysgt1978@gmail.com/ anashare9111@gmail.com

Article Info

Received	Accepted	Published
30 Januari 2022	20 April 2022	31 Mei 2022

Keywords:

Influence
quality
Murabaha Products

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the quality of murabahah products has on the level of housing sales in the Jasa Cipta Graha Investama Cooperative, Sangatta East Kutai. The variables used are the quality of murabahah products as the independent variable and the level of housing sales as the dependent variable. This type of field research (field research) using a quantitative approach. The population of this study were all customers in the Jasa Cipta Graha Investama Cooperative, Sangatta Kutai Timur, with 41 respondents. The data collection method used is a questionnaire (questionnaire), observation and documentation. The analysis used includes validity test, reliability test and linear regression analysis with the help of SPSS software program.

The results of hypothesis testing indicate that the quality of murabahah products has a significant effect on the level of housing sales in the Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Cooperative, with the Fcount value of 32,695 with a significance/probability level of 0.000 <0.05. The contribution of the murabahah product quality variable has an influence on the level of housing sales at the Jasa Cipta Graha Investama Cooperative, Sangatta Kutai Timur by 45.6% while the remaining 54.4% is influenced by other variables**.**

Kata Kunci:

Pengaruh
kualitas
Produk Murabahah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk murabahah terhadap tingkat penjualan perumahan Di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Kutai Timur. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk murabahah sebagai variable bebas dan tingkat penjualan perumahan sebagai variabel terikat. Jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Kutai Timur sebanyak 41 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), observasi dan dokumentasi. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi linier dengan bantuan software program *SPSS.*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk murabahah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta, dengan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 32.695 dengan tingkat signifikansi/probabilitas 0,000 < 0,05. Kontribusi variabel kualitas produk murabahah memberikan pengaruh terhadap tingkat penjualan perumahan di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Kutai Timur sebesar 45,6% sedangkan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.

1. PENDAHULUAN

Dunia dalam perekonomian suatu negara membutuhkan pola pengetahuan sumber daya yang tersedia secara terarah dan terpadu, sehingga hasil yang optimal bisa digunakan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga ekonomi harus melaksanakan pola tersebut secara bersamaan untuk tujuan pembangunan nasional(Sudarmanto et al., 2020) Pada era globalisasi ini persaingan antara Bank dan Non Bank sangatlah pesat demi membangun perekonomian Indonesia, baik dari berbagai bentuk yang diciptakan dari lembaga-lembaga keuangan tersebut untuk meningkatkan minat seseorang agar berperan dalam kegiatan yang diberikan lembaga keuangan. Kedua lembaga keuangan tersebut memiliki caranya tersendiri salah satunya dalam pelayanan yang diberikan.(Faniyah, 2017)

Perlu diketahui bahwa agama Islam mempunyai penataan kehidupan yang universal. Fenomena pembelian, penjual, simpanan, pinjaman dan umumnya seluruh kegiatan perekonomian sudah diawali oleh peradaban islam.(Angreini & Eriawati, 2019) Dalam perkembangannya pembahasan perekonomian kekinian menjadi lebih kompleks, salah satu fenomena yang terjadi adalah bahasan tentang perbankan kontorvesinya tentang harapannya bunga bank.(Levya, 2018) Dalam Islam telah diterapkan nilai-nilai yang membatasi tolak ukur pengembangan perekonomian umat secara tegas dan jelas, agar aktivitas ekonomi umat selaras dengan nilai-nilai dan norma-norma yang tergantung dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi. Selain itu, nilai-nilai moral pun merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.(Indonesia, 2016)

Disisi lain Lembaga keuangan syariah merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan perekonomian suatu bangsa. Saat ini perbankan syari'ah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Terwujudnya sistem perbankan syari'ah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong-menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.(Angreini & Eriawati, 2019)

Jasa keuangan yang dikenal Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan.(Simatupang, 2019) Disamping itu, bank dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listik, telepon, air dan pembayaran lainnya.

Salah satu Lembaga keuangan Non Bank adalah badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Beberapa Lembaga Keuangan Non Bank/LKNB di Indonesia adalah Koperasi Simpan Pinjam/Koperasi Kredit, Perusahaan Umum Pegadaian/Perum Pegadaian, Perusahaan Asuransi, Lembaga Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, Bursa Efek. Salah satu lembaga keuangan Non Bank yang ada di Sangatta adalah Koperasi Jasa Cipta Graha Investama. yaitu jenis koperasi yang kegiatannya bergerak dalam menyediakan perumahan bagi masyarakat. Sejak awal pendirian, Koperasi Jasa Cipta Graha Investama dirancang sebagai suatu lembaga ekonomi rakyat yang secara konsepsi dan secara nyata memang lebih fokus kepada masyarakat bawah. Agenda kegiatannya yang utama adalah pembangunan perumahan.

Produk akad *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan *(margin)* yang disepakati antara penjual dan pembeli. Karena dalam definisinya disebut adanya "keuntungan yang disepakati", maka karakteristik *murabahah* adalah penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.(Yusuf & Sari, 2013) Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi, atas transaksi ini Koperasi Jasa Cipta Graha Investama memperoleh sejumlah *margin* yang telah disepakati antara pihak koperasi dan calon nasabah. Dalam usahanya menjaring minat nasabah pembiayaan, Koperasi Jasa Cipta Graha Investama tidak hanya bersaing dengan sesama lembaga keuangan syariah namun juga dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam persaingan ini tidak hanya fokus dalam inovasi produk tetapi juga dalam berbagai strategi pelayanan dan taktik pemasaran. Persaingan pun menjadi semakin ketat sehingga menuntut kejelian nasabah dalam memilih produk-produk yang ditawarkan yang sesuai dengan harapannya.

Koperasi Jasa Cipta Graha Investama dalam melayani pengambilan pembiayaan syarat-syaratnya tidak sulit, dan cepat mengakses pengajuan pembiayaan akan mempengaruhi nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan keuntungan yang akan diterimanya. Koperasi Jasa Cipta Graha Investama menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat, kualitas pelayanan, kualitas produk yang bermutu dapat menciptakan kepuasaan nasabah. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang berakibat kurangnya minat dari nasabah. Hal ini dapat menyebabkan suatu perusahaan jasa akan kehilangan nasabahnya.

Salah satu bentuk dari persaingan antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional adalah dalam pemberian margin atau selisih dari harga pokok dengan harga jual suatu produk *murabahah*.(Iltiham, 2020) Penentuan harga merupakan aspek yang sangat penting, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Jika harga jual *murabahah* yang ditawarkan terlalu tinggi, maka daya beli nasabah rendah atau kurang diminati dan sebaliknya. Hal ini sesuai dengan hukum teori permintaan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Kualitas produk Koperasi Jasa Cipta Graha didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi nasabah. Nasabah maupun minat terhadap produk tersebut menawarkan mutu, dan perlengkapan inovatif yang terbaik bagi nasabah. Koperasi Jasa Cipta Graha adalah salah satu koperasi yang terdapat di kota Sangatta. Tentunya Koperasi Jasa Cipta Graha bukan satu-satunya lembaga keuangan yang terdiri di kota Sangatta, namun banyak koperasi bahkan Bank juga berada di wilayah kota Sangatta.

Oleh karena itu, Koperasi Jasa Cipta Graha untuk menarik minat nasabah maka pihak koperasi menekankan pada kualitas produk yang ditawarkan. Koperasi Jasa Cipta Graha memiliki produk yang di tawarkan kepada nasabah untuk pembiayaan, yaitu *Murabahah* (jual beli). Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Sehubungan dengan hal tersebut maka Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk *Murabahah* Terhadap Tingkat Penjualan Perumahan Di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Kutai Timur.

1. METODE

pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang informasi atau datanya dianalisis menggunakan teknik statistik. Dengan demikian, hipotesis pada penelitian kuantitatif diuji dengan prosedur pengujian statistik. pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Produk Pembiayaan

Sebagai bentuk komitmen kepada anggotanya dan masyarakat luas yang memiliki kebutuhan akan tempat tinggal idaman, Koperasi KJCGI meluncurkan beberapa produk pembiayaan nasabah yang bekerja sama dengan beberapa pengembang properti. Salah satunya adalah produk pembiayaan berbentuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan system pembiayaan syariah. Produk pembiayaan KPR dari Koperasi KJCGI ini menyediakan dua pilihan akad perbankan syariah, yaitu *Murabahah* (akad jual-beli yang disepakati oleh penjual dan pembeli) dan Musyarakah Mutanaqishah (akad kerjasama sewa). Dengan angsuran yang ringan dan pilihan akad yang ada, produk pembiayaan ini diharapkan tidak hanya membantu dalam merencanakan keluarga namun juga pengaturan rencana keuangan keluarga di tahun-tahun awal angsuran.

3.2 Deskriptif Data dan Pengujian Hipotesis

a. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta dengan populasi sebanyak 41 nasabah. Setiap responden diberi lembar angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti.

b. Karakteristik Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden.

Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

1) Karakteristik Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

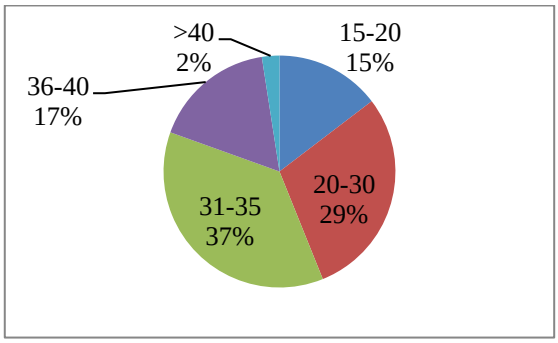
Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frequency	Valid Percent
15-20 Tahun	6	15%
20-30 Tahun	12	29%
31-35 Tahun	15	37%
36-40 Tahun	7	17%
>40 Tahun	1	2%
Total	41	100%

Sumber: Data Primer yang diolah. 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berumur 15-20 tahun sebanyak 6 responden atau 15%, umur 20-30 tahun sebanyak 12 responden atau 29%, umur 31-35 tahun sebanyak 15 responden atau 37%, umur 36-40 tahun sebanyak 7 responden atau 17% dan lebih dari 40 tahun sebanyak 1 responden atau 2%. Hasil deskripsi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama berusia 31-35 tahun. Secara visual karakteristik berdasarkan usia responden yang peneliti peroleh dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:

Gambar 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: data primer yang diolah, 2021

2) Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah responden dengan tingkat pendidikan yang sudah di kelompokan sebagai berukut:

Tabel. 2
Karakteristik Pendidikan Terakhir

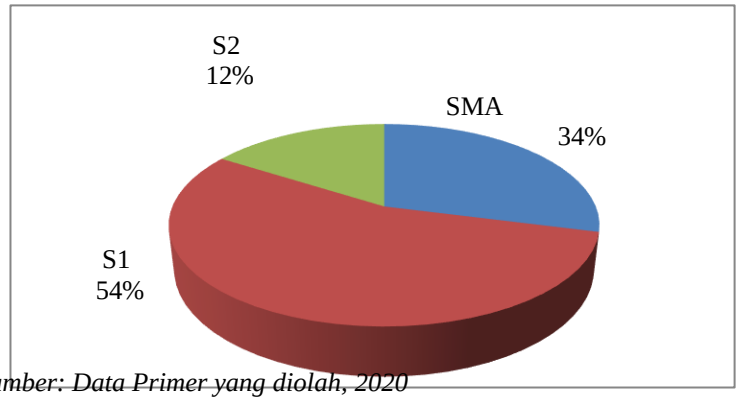
No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SMA	14	34%
2	S1	22	54%
3	S2	5	12%
	Total	41	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 41 responden, jumlah responden yang berpendidikan SMA sebanyak 14 responden atau 34%, S1 sebanyak 22 responden atau 54%, dan S2 sebanyak 5 responden atau 12%, Data tersebut menjelaskan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang berpendidikan S1.

Secara visual karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.

Gambar 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

3) Karakteristik berdasarkan Jenis Pekerjaan

Data mengenai jenis pekerjaan responden nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

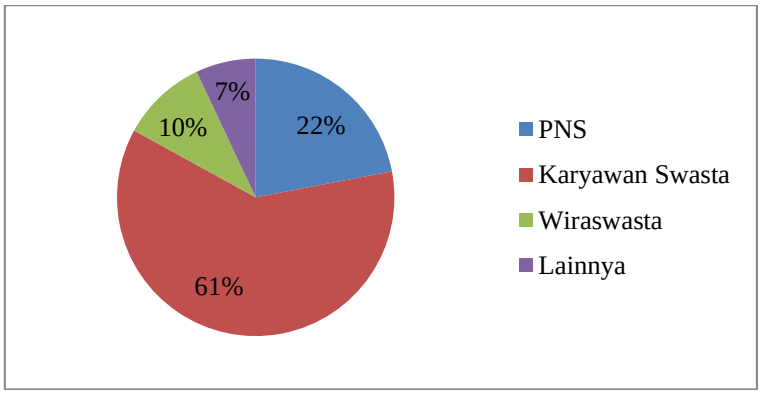
Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS	9	22%
2.	Karyawan Swasta	25	61%
3.	Wiraswasta	4	10%
4.	Lainya	3	7%
Jumlah		41	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui tentang pekerjaan nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta adalah PNS sebanyak 9 orang atau 22%, Karyawan Swasta sebanyak 25 orang atau 61%, Wiraswasta sebanyak 4 orang atau 10%, Lainnya sebanyak 3 orang atau 7%. Secara visual karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan



Sumber : Data primer yang diolah, 2021

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Data mengenai status responden nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

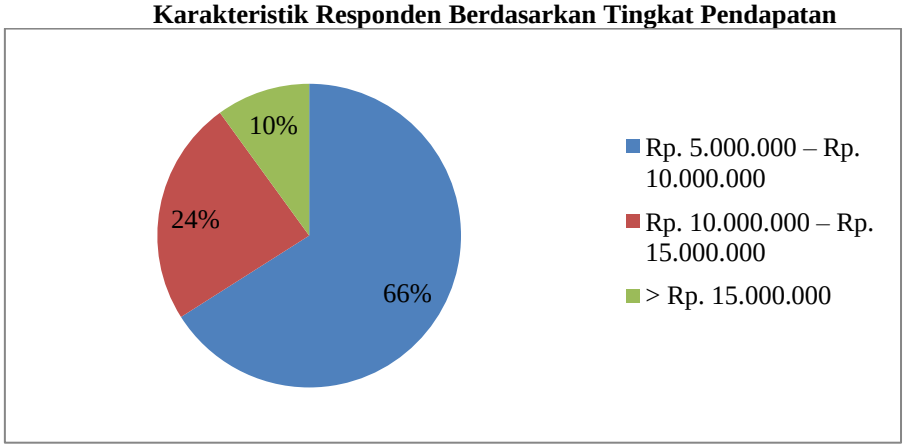
Tabel 4
Karaktristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No.	Tingkat Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	27	66%
2.	Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000	10	24%
3.	> Rp. 15.000.000	4	10%
Jumlah		41	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui tentang tingkat pendapatan nasabah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta adalah pendapatan berkisar Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 sebanyak 27 orang atau 66%, pendapatan berkisar Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000 sebanyak 10 orang atau 24% dan pedapatan berkisar lebih dari Rp. 15.000.000 sebanyak 4 orang atau 10% . Secara visual karakteristik responden berdasarkan status dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan



Sumber : Data primer yang diolah, 2021

3.3 Uji Validitas Dan Realibilitas Butir Pertanyaan Variabel X Dan Variabel Y

a. Uji Validilitas

Uji validilitas merupakan suatu alat ukur dalam kuesioner. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan bahwa variabel dikatakan valid jika r hitung positif $r_{hitung} > r_{tabel.}$ Variabel

dikatakan tidak valid jika r hitung tidak positif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$. Dengan alpha = 0,05 (5%). Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 28 dan tabel 29 sebagai berikut:

Tabel 25
Hasil Uji Validitas (X)

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk *Murabahah* (X)	X1	.558	.308	Valid
	X2	.441	.308	Valid
	X3	.377	.308	Valid
	X4	.412	.308	Valid
	X5	.391	.308	Valid
	X6	.558	.308	Valid
	X7	.395	.308	Valid
	X8	.490	.308	Valid
	X9	.482	.308	Valid
	X10	.391	.308	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 28 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} untuk masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dan positif dibanding r_{tabel} dengan alpha 0,05, dan uji satu sisi didapat r_{tabel} 0,308, maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada Kualitas Produk *Murabahah* (X) adalah valid.

Tabel 26
Hasil Uji Validitas (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
Tingkat Penjualan Perumahan (Y)	Y1	.553	.308	Valid
	Y2	.344	.308	Valid
	Y3	.458	.308	Valid
	Y4	.546	.308	Valid
	Y5	.426	.308	Valid
	Y6	.461	.308	Valid
	Y7	.995	.308	Valid
	Y8	.467	.308	Valid
	Y9	.505	..308	Valid
	Y10	.365	.308	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Dari tabel 29 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} untuk masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dan positif dibanding r_{tabel} dengan alpha 0,05, dengan uji satu sisi didapat r_{tabel} 0,308, maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada Tingkat Penjualan Perumahan (Y) adalah valid.

3.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen sudah baik. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *alpha cronbach* (α), bila koefisien realibilitas r >0,60. Adapun hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan SPSS, dapat dilihat pada tabel 30 berikut ini:

Tabel 27
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coeficients	Alpha (α)	Keterangan

Kualitas Produk *Murabahah*	10	.753	Reliabel
Tingkat Penjualan Perumahan	10	.771	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 30 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *alpha cronbach* (α) >0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk *Murabahah* dan Tingkat Penjualan Perumahan di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta dapat dikatakan reliabel.

3.5 Uji Normalitas data

Sebelum dilakukan analisis regresi, syarat pertama yang harus dipenuhi adalah data variabel dependen (Y) yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.

Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan bantuan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 28
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96490807
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.326
Asymp. Sig. (2-tailed)		1.000

a. Test distribution is Normal.

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil analis di atas di peroleh nilai kolmogrorov-Smimow Z adalah sebesar 0,326 dengan nilai signifikan sebesar 1.000 jika dibandingkan dengan nilai alpha yang digunakan yakni sebesar 0,10 (10%) maka nilai signifikansi kolmogorov-Smirnov Z yang diperoleh dari hasil analisis di atas masih lebih besar nilai alpha maka H0 diterima. Sehingga model regresi dengan variabel dependen tingkat penjualan perumahan memenuhi uji normalitas.

3.6 Uji Hipotesis

A. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 28
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675[a]	.456	.442	1.990

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk_Murabahah

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 32 dapat diketahui nilai koefisien (R) sebesar 0,675, artinya kekuatan hubungan yang positif antara variabel kualitas produk *murabahah* dan tingkat penjualan perumahan memiliki hubungan dan

termasuk dalam kategori kuat. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,456 atau 45,6%. Artinya antara variabel kualitas produk *murabahah* berpengaruh terhadap ingkat penjualan perumahan sebesar 45,6%. Besarnya kontribusi variabel kualitas produk *murabahah* (X) terhadap tingkat penjualan perumahan (Y) adalah 45,6%. Sedangkan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 29
Hasil uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.814	5.804		1.691	.099
	Kualitas_Produk_Murabahah	.771	.135	.675	5.718	.000

a. Dependent Variable: Tingkat_Penjualan_Perumahan

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Hasil regresi linier sederhana tabel 33 di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas (independen) X = 0,771 dengan konstanta sebesar 9.814 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 9.814 + 0{,}771X + \varepsilon$$

3.7 Uji F

Uji f bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan pengaruh antara kualitas produk *murabahah* terhadap tingkat penjualan perumahan. Pengujian ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 32.695 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari alpha (α) = 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak secara signifikan yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

Tabel 30
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129.468	1	129.468	32.695	.000[a]
	Residual	154.435	39	3.960		
	Total	283.902	40			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk_Murabahah

b. Dependent Variable: Tingkat_Penjualan_Perumahan

3.8 Analisis Hasil Penelitian

Hasil penelitian Kualitas Produk Murabahah terhadap tingkat penjualan perumahan di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan pada 41 responden dapat diketahui bahwa hasil kuesioner ke-1 pada tabel 11 menyatakan bahwa Saya memperoleh informasi produk murabahah dengan detail dan lengkap di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta mengatakan sangat setuju 16 responden atau 39%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 20 responden atau 49%, responden yang mengatakan netral sebanyak 5 atau 12%, 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-2 pada tabel 12 menyatakan Saya mengetahui produk murabahah sesuai dengan prinsip pembiayaan syariah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta mengatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 32%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 25 responden atau 61%,

responden yang mengatakan netral sebanyak 3 atau 7% dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-3 pada tabel 13 menyatakan bahwa Saya mengetahui akad produk murabahah dengan jelas di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta mengatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 37%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 24 responden atau 58%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5% dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-4 pada tabel 14 menyatakan bahwa Saya merasa Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta dapat dipercaya mengatakan sangat setuju sebanyak 14 responden atau 34%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 23 responden atau 56%, responden yang mengatakan netral sebanyak 4 atau 10%, dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-5 pada tabel 15 menyatakan bahwa Saya percaya kualitas produk murabahah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta sesuai dengan keinginan nasabah mengatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 44%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 20 responden atau 49%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5%, yang mengatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2%, dan 0% responden yang mengatakan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-6 pada tabel 16 menyatakan bahwa Saya percaya kualitas produk murabahah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta karena keterbukaan dalam penetapan harga barang mengatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 32%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 25 responden atau 61%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5%, yang mengatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2% dan 0% responden yang mengatakan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-7 pada tabel 17 menyatakan bahwa Saya tertarik keunggulan produk murabahah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta karena pelayanan persyaratan cepat dan mudah mengatakan sangat setuju sebanyak 23 responden atau 56%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 16 responden atau 39%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5% dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-8 pada tabel 18 menyatakan bahwa Saya tertarik keunggulan produk murabahah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta karena mendapatkan tambahan bonus mengatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 36%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 22 responden atau 54%, responden yang mengatakan netral sebanyak 4 atau 10% dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-9 pada tabel 19 menyatakan bahwa Saya tertarik keunggulan produk murabahah di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta karena tidak ada tambahan biaya administrasi mengatakan sangat setuju sebanyak 14 responden atau 34%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 24 responden atau 59%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5%, 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2%.

Hasil kuesioner ke-10 pada tabel 20 menyatakan bahwa Saya merasa Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki reputasi yang baik mengatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 44%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 20 responden atau 49%, yang mengatakan netral sebanyak 3 responden atau 7%, dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Sedangkan jawaban pada variabel Tingkat Penjualan Perumahan hasil kuesioner ke-1 pada tabel 22 menyatakan bahwa Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta cepat dalam menangani masalah pembiayaan perumahan di katakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 44%, dan yang mengatakan setuju sebanyak 19 atau 46%, yang mengatakan netral sebanyak 4 responden atau 10%, , dan 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-2 pada tabel 22 menyatakan bahwa Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki legalitas dan dapat dijadikan rekomendasi untuk kebutuhan keluarga mengatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 32%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 24 responden atau 58%, responden yang mengatakan netral sebanyak 4 atau 10% dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-3 pada tabel 23 menyatakan bahwa Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memberikan keamanan kerahasiaan data nasabah sangat setuju sebanyak 19 responden atau 46%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 18 responden atau 44%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5%, yang mengatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 3%, dan 1 responden atau 2% responden yang mengatakan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-4 pada tabel 24 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki hasil bangunan rumah yang sesuai *(performance)* mengatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 44%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 22 responden atau 54%, responden yang mengatakan netral sebanyak 1 atau 2%, dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-5 pada tabel 25 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki bangunan yang handal *(Reability)* mengatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 44%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 22 responden atau 54%, responden yang mengatakan netral sebanyak 1 atau 2%, dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-6 pada tabel 26 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki kesesuaian dengan spesifikasi *(Conformance to Specifications)* mengatakan sangat setuju sebanyak 14 responden atau 34%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 21 responden atau 51%, responden yang mengatakan netral sebanyak 6 atau 15%, dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-7 pada tabel 27 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki daya tahan bangunan yang lama *(Durability)* mengatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 32%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 26 responden atau 63%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5% dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-8 pada tabel 28 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki keistimewaan tambahan dan estetika *(Features and Asthethic)* mengatakan sangat setuju sebanyak 19 responden atau 46%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 19 responden atau 46%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5%, yang mengatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 3% dan 0% responden yang mengatakan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-9 pada tabel 29 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki tempat yang strategis dan mudah dijangkau mengatakan sangat setuju sebanyak13 responden atau 32%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 24 responden atau 59%, responden yang mengatakan netral sebanyak 2 atau 5%, 1 responden atau 2% yang mengatakan tidak setuju dan 1 responden atau 2% mengatakan sangat tidak setuju.

Hasil kuesioner ke-10 pada tabel 30 menyatakan bahwa Perumahan yang dikelola Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta memiliki promo harga yang bervariasi mengatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 37%, responden yang mengatakan setuju sebanyak 23 responden atau 56%, responden yang mengatakan netral sebanyak 3 atau 7%, dan 0% responden yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari hasil jawaban atau tanggapan nasabah Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta pada variabel Kualitas Produk *Murabahah* dan variabel Tingkat Penjualan Perumahan, mayoritas menyatakan setuju.

Pada koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,675. Hal ini berarti kekuatan yang positif antara variabel Kualitas Produk *Murabahah* dan Tingkat Penjualan Perumahan memiliki hubungan dan termasuk dalam kategori kuat. Kemudian pada koefisien determinasi (R Square) 0,456 atau 45,6%, artinya antara variabel kualitas Produk *Murabahah* berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan Perumahan sebesar 45,6%. Besarnya kontribusi variabel kualitas Produk *Murabahah* (X) terhadap Tingkat Penjualan Perumahan (Y) adalah 45,6%. Sedangkan sisanya 54,4% (100%-45,6%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Sementara hasil uji F menunjukkan tingkat signifikansi 0,000. Dapat ditunjukkan dari besarnya nilai F sebesar 32.695 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena itu *probabilitas* jauh lebih kecil daripada 0,05 (0,000 ≤ 0,05) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yaitu kualitas Produk *Murabahah* mempengaruhi variabel Tingkat Penjualan Perumahan (Y) secara signifikan.

Sehingga hipotesis yang dikemukakan adalah: Ha adalah adanya pengaruh positif yang signifikan variabel kualitas Produk *Murabahah* terhadap variabel Tingkat Penjualan Perumahan. Ho adalah tidak adanya pengaruh positif yang signifikan variabel kualitas Produk Murabahah variabel Tingkat Penjualan Perumahan. Pedoman yang digunakan adalah jika sig. < α maka Ho ditolak yang artinya ada hubungan yang signifikan variabel kualitas Produk *Murabahah* terhadap variabel Tingkat Penjualan Perumahan.

3. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka diketahui bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk *Murabahah* terhadap Tingkat Penjualan Perumahan di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Kutai Timur, dengan pembuktian yaitu hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk *Murabahah* (X), berpengaruh signifikan terhadap tingkat Penjualan Perumahan (Y) dengan diketahui nilai koefisien (R) sebesar 0,675, artinya kekuatan hubungan yang positif dan termasuk dalam kategori "kuat". Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,456 sama dengan 45,6%. Artinya antara variabel Kualitas Produk

Murabahah (X) berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan Perumahan (Y) adalah sebesar 45,6% sedangkan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Setelah dihitung berdasarkan tabel anova maka diperoleh nilai F hitung sebesar 32.695 dengan tingkat signifikansi/ probabilitas 0,000. Karena nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa Kualitas Produk *Murabahah* memberikan pengaruh terhadap Tingkat Penjualan Perumahan di di Koperasi Jasa Cipta Graha Investama Sangatta Kutai Timur

DAFTAR PUSTAKA

Angreini, S., & Eriawati, Y. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK NAGARI CABANG PEMBANTU SYARIAH SIMPANG EMPAT. *At-Tasyri'iy: Jurnal Prodi Perbankan Syariah*, *2*(2), 63–77.

Dewi Anggadini, S. (2011). Penerapan Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet Cianjur. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.

Faniyah, I. (2017). *Investasi Syariah Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia*. Sleman: Deepublish.

Iltiham, M. F. (2020). Mekanisme Penentuan Margin Pembiayaan Murabahah di Lembaga Keuangan Syariah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, *12*(1), 109–124.

Indonesia, S. P. I. S. (2016). *SOLUSI PEMIKIRAN DAN ALTERNATIF PEMECAHAN KEMISKINAN MENURUT KONSEP EKONOMI ISLAM MENJAWAB TANTANGAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) 2016*.

Levya, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan Murabahah dan Pembagian Nisbah Mudharabah Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Simatupang, H. B. (2019). Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia. *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, *6*(2), 136–146.

Sudarmanto, E., Revida, E., Zaman, N., Simarmata, M. M. T., Purba, S., Syafrizal, S., … Marzuki, I. (2020). *Konsep Dasar Pengabdian Kepada Masyarakat: Pembangunan dan Pemberdayaan*. Yayasan Kita Menulis.

Syauqoti, R., & Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional. *Jurnal Iqtishaduna*, *14*(1), 19–21.

Yusuf, M., & Sari, R. K. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat Perolehan Margin dengan Akad Murabahah pada Bank Syariah X. *Binus Business Review*, *4*(2), 687–696.

Angreini, S., & Eriawati, Y. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK NAGARI CABANG PEMBANTU SYARIAH SIMPANG EMPAT. *At-Tasyri'iy: Jurnal Prodi Perbankan Syariah*, *2*(2), 63–77.

Dewi Anggadini, S. (2011). Penerapan Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet Cianjur. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.

Faniyah, I. (2017). *Investasi Syariah Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia*. Sleman: Deepublish.

Iltiham, M. F. (2020). Mekanisme Penentuan Margin Pembiayaan Murabahah di Lembaga Keuangan Syariah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, *12*(1), 109–124.

Indonesia, S. P. I. S. (2016). *SOLUSI PEMIKIRAN DAN ALTERNATIF PEMECAHAN KEMISKINAN MENURUT KONSEP EKONOMI ISLAM MENJAWAB TANTANGAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) 2016*.

Levya, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan Murabahah dan Pembagian Nisbah Mudharabah Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Simatupang, H. B. (2019). Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia. *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, *6*(2), 136–146.

Sudarmanto, E., Revida, E., Zaman, N., Simarmata, M. M. T., Purba, S., Syafrizal, S., … Marzuki, I. (2020). *Konsep Dasar Pengabdian Kepada Masyarakat: Pembangunan dan Pemberdayaan*. Yayasan Kita Menulis.

Syauqoti, R., & Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional. *Jurnal Iqtishaduna*, *14*(1), 19–21.

Yusuf, M., & Sari, R. K. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat Perolehan Margin dengan Akad Murabahah pada Bank Syariah X. *Binus Business Review*, *4*(2), 687–696.