

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan 94 kuesioner yang disebar kepada anggota Baitul Maal wa Tamwil Sahara Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang peneliti sebar, yang pengolahan data tersebut dibantu oleh aplikasi *SPSS 23.0*, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

A. Pengaruh *Price* terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung

Berdasarkan hasil uji menjelaskan bahwa *Price* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan anggota di BMT Sahara Tulungagung, dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin tinggi penerapan *Price* maka semakin tinggi keputusan anggota memilih pembiayaan musyarakah di BMT Sahara Tulungagung. Dalam menilai *Price* yang dilakukan oleh BMT Sahara Tulungagung berupa prinsip kebutuhan dana, prinsip persaingan, prinsip target laba, prinsip jangka waktu dan prinsip kualitas jaminan sudah dianggap baik terbukti adanya pengaruh *Price* terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan musyarakah di Baitul Maal wa Tamwil Sahara Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarifa,¹²⁸ yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, harga dan citra merek terhadap pengambilan keputusan nasabah memilih tabungan Xtra CIMB Niaga yang mana harga produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah memilih tabungan Xtra CIMB Niaga.

B. Pengaruh *Service Excellent* terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian data bahwa variabel *Service Excellent*, disimpulkan bahwa indikator penerapan *Service Excellent* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 2 yang berbunyi “*Service Excellent* berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan musyarakah di BMT Sahara Tulungagung”, dapat diterima. Dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif yang artinya berpengaruh searah, yaitu semakin tinggi penerapan *Service Excellent* maka semakin tinggi pula keputusan anggota memilih produk pembiayaan musyarakah di BMT Sahara Tulungagung.

Dapat disimpulkan bahwa penerapan *Service Excellent* di BMT Sahara Tulungagung dilaksanakan dengan baik. Hal di atas didukung oleh teori Kasmir¹²⁹ yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan usaha

¹²⁸ Syarifa Arifah Putri, *Pengaruh Promosi Penjualan, Harga dan Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Xtra CIMB Niaga di Surabaya*, 2017, Artikel Ilmiah, Hlm. 9

¹²⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Hlm. 189

melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan nasabah merupakan rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas lembaga keuangan dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan dengan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan pelanggan merasa puas, agar pelanggan selalu loyal kepada organisasi/ perusahaan.

Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh penulis bahwa BMT Sahara Tulungagung telah memberikan pelayanan yang baik kepada setiap anggotanya, dalam hasil penelitian ini *Service Excellent* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota di BMT Sahara Tulungagung. Hal ini dikarenakan pelayanan yang telah diberikan sesuai dengan keinginan oleh para anggota sehingga setiap anggota merasa nyaman. *Service Excellent* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kemampuan, penampilan, sikap, perhatian, tindakan dan tanggungjawab. Dari beberapa faktor tersebut anggota dapat menilai dan merasakan pelayanan yang baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari¹³⁰ dan penelitian Hikmah¹³¹ yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan anggota, yang mana pelayanan

¹³⁰ Annisa Mirandha Hapsari, dkk, Pengaruh *Excellent Service* terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 1 No. 2 Januari 2015 Hlm. 7

¹³¹ Haykalil Irsyadatul Hikmah, *Pengaruh Sharia compliance dan Excellent Service Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Funding di Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Karangrejo*, Hlm. 87

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seorang anggota untuk melakukan pembiayaan. Pelayanan yang baik sangat penting bagi setiap lembaga keuangan, untuk mempertahankan anggota atau mendapatkan anggota baru semakin ketatnya persaingan dari lembaga keuangan lain yang ingin mendapatkan dan menarik anggota baru dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

C. Pengaruh Penerapan *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian data bahwa variabel *Sharia Compliance*, disimpulkan bahwa indikator penerapan *Sharia Compliance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 3 yang berbunyi “*Sharia Compliance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan musyarakah di BMT Sahara Tulungagung”, dapat diterima. Dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin tinggi penerapan *Sharia Compliance* maka semakin tinggi tingkat keputusan anggota memilih produk pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung.

Dapat disimpulkan bahwa penerapan *Sharia Compliance* BMT Sahara dilaksanakan dengan baik, jadi Baitul Maal wa Tamwil Sahara Tulungagung adalah lembaga keuangan yang tidak hanya mengandalkan nama syariah tetapi juga menerapkan prinsip-prinsip syariah secara baik.

Hal tersebut didukung dengan mengharuskan keberadaan Dewan Pengurus Syariah (DPS) bagi setiap institusi keuangan berbasis syariah.

Selain itu regulasi juga mengatur dan mewajibkan bank syariah untuk menjalankan operasional sesuai prinsip syariah yang tercantum dalam PBI Nomor 11/33/PBI/2009 tentang *Good Corporate Governance* menyebutkan bahwa bank syariah harus memenuhi prinsip syariah ini, karena jika terjadi ketidaksesuaian antara tata kelola bank dengan prinsip syariah akan berpotensi menimbulkan berbagai risiko terutama risiko reputasi bagi industri perbankan syariah.¹³²

D. Pengaruh *Price, Service Excelent* dan *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di BMT Sahara Tulungagung

Hasil penelitian untuk hipotesis yang keempat ini menyatakan bahwa *Price, Service Excellent* dan *Sharia Compliance* secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan musyarakah, dalam hal ini dapat diterima. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil output *SPSS 23.0* pada tabel *ANNOVA* dengan nilai F_{hitung} serta nilai signifikansi menolak H_0 dan menerima H_a . Hal ini berarti bahwa variabel *Price* meningkat maka akan diikuti pengaruh positif dari *Service Excellent* dan *Sharia Compliance*, begitu juga sebaliknya. Jadi, ketika penerapan *Price* meningkat maka *Service Excellent* dan *Sharia Compliance* juga meningkat, yang akan diikuti dengan

¹³² www.bi.go.id diakses pada tanggal 2 Februari 2019

peningkatan keputusan anggota memilih pembiayaan musyarakah di BMT Sahara Tulungagung.

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah sebagai suatu lembaga amanah, artinya eksistensi suatu BMT sangat tergantung kepada kepercayaan masyarakat terhadap BMT tersebut. Makin tinggi kepercayaan masyarakat makin tinggi kesadaran masyarakat untuk melakukan pembiayaan guna membantu perekonomian mereka. Terpeliharanya tingkat kepercayaan serta keupasan masyarakat terhadap bank syariah sangat tergantung bukan saja pada keahlian pengelolanya, yaitu pengurus dari bank, tetapi juga tergantung pada integritas dan kompetensi pengelolaannya dalam hal ini tidak saja paham di bidang perbankan, tetapi juga paham dan mengamalkan prinsip-prinsip syariah. sehingga penerapan *Price*, *Service Excellent* dan *Sharia Compliance* bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan anggota.

Hasil penelitian ini, variabel *Service Excellent* mempunyai pengaruh lebih besar dari pada *Price* dan *Sharia Compliance* dalam pengaruhnya terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah di BMT Sahara Tulungagung.