BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan metode kuesioner yang ditujukan kepada setiap anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, selanjutnya peneliti mengolah data hasil jawaban yang diberikan anggota dari penyebaran kuesioner tersebut. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan menggunakan *SPSS versi 23*, dengan hasil sebagai berikut:

A. Pengaruh Tingkat Margin terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Tingkat Margin (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat margin yang ditentukan sangat mempengaruhi kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah. Dapat diasumsikan jika tingkat margin yang ditentukan tersebut rendah maka kepuasan anggota semakin meningkat. Karena dengan rendahnya tingkat *margin*, anggota merasa biaya yang ditanggung untuk pembiayaannya tidak terlalu besar sehingga pihak anggota merasa puas karena sesuai dengan yang diharapan dan tidak terlalu membebani pihak anggota pembiayaan.

Semakin rendah tingkat *margin* keuntungan yang diambil oleh koperasi syariah, maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat atau

dengan maksud semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh koperasi syariah. Dalam menentukan tingkat margin pada pembiayaan murabahah terdapat beberapa kriteria yang digunakan oleh pihak BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung diantaranya pembiayaan yang disalurkan, komposisi pendanaan, dan kondisi perekonomian. Berdasarkan teori indikator dalam penentuan tingkat margin dibagi menjadi beberapa antara lain meliputi komposisi pendanaan, tingkat persaingan, risiko pembiayaan, jenis nasabah, kondisi perekonomian, dan tingkat keuntungan yang diharapkan.[1]

Dengan adanya kriteria tersebut tingkat margin yang ditetapkan pada setiap anggota pembiayaan murabahah tidak sama, dikarenakan pembiayaan yang disalurkan dan kondisi perekonomian setiap anggota tidak sama. Sehingga dengan hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan anggota, karena pihak BMT Istiqomah Karangrejo tidak membedakan antara nasabah satu dengan yang lainnya. Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa perlakuan *margin* ini sangat berbeda dengan bunga bank. Karena *margin* ini diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan. Serta penetapan tingkat *margin* ini tergantung dari jenis barang, pembanding, reputasi dan alat ukur yang digunakan.[2]

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rokhman, yang menyatakan bahwa biaya atau bagi hasil (margin) yang dibayarkan oleh nasabah pembiayaan pada BMT di Kabupaten Kudus tidak

---

[1] Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,* (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 157-159.

[2] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (*Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2008), hal. 140.

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan. Dengan alasan bahwa beban biaya yang harus dibayar oleh nasabah pembiayaan di BMT cukup membebani para nasabah pinjaman sehingga tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pinjaman atau pembiayaan.[3] Selain itu penelitian ini hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh sa'adah meskipun variabel terikatnya berbeda, dengan hasil yang menyatakan bahwa penetapan harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.[4]

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan anggota. Dengan baiknya pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan anggota, sehingga keinginan anggota untuk menerima pelayanan sesuai dengan harapan dapat terpenuhi dan dengan

---

[3] Wahibur Rokhman, *Pengaruh Biaya, Angsuran dn Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus,* STAIN Kudus, IQTISHADIA Vol. 9, No. 2, 2016, 326-351 P-ISSN: 1979-0724, E-ISSN: 2502-3993. Diakses paada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB.

[4] Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Harga Jual dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar,* Repository IAIN Tulungagung. Diakses pada diakses pada tanggal 29 November pukul 20.35 WIB.

meningkatnya kepuasan dapat menumbuhkan loyalitas anggota terhadap lembaga BMT tersebut. Kualitas pelayanan yang dimaksud terdiri dari beberapa dimensi yaitu produk-produk, bentuk pelayanan yang diberikan, daya tanggap dalam memberikan solusi atas keluhan yang diajukan anggota kepada karyawan, bentuk jaminan yang diberikan, dan empati untuk memahami kebutuhan dan kesulitan anggota.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa ada lima dimensi pokok kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut: a) Keandalan (*reliability),* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama untuk memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. b) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. c) Jaminan (*assurance*), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko. d) empati *(emphaty),* yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. e) produk-produk fisik (*tangible*), tersedianya

fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. [5]

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Madona, yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dengan alasan, Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi.[6] Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan tetapi variabel terikatnya berbeda, dengan hasil peneilitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.[7]

C. Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Tingkat Margin (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota (Y) pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

---

[5] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal 100-101.

[6] Fitri Madona, *Pngaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,* eprint.radenfatah. Diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 20.35 WIB.

[7] Dimas Suhendra Syahri Ramadhan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al- Aqobah Pusri Palembang,* eprints.radenfatah. Diakses pada 26 September 2018 pukul 15.45 WIB

Sehingga dapat dikatakan bahwa penentuan tingkat *margin* yang ditanggung anggota dan kualitas pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan anggota. Dengan rendahnya tingkat margin pada pembiayaan murabahah yang ditanggung oleh anggota sekaligus di dukung dengan kualitas pelayanan yang diberikan baik dapat meningkatkan kepuasan bagi anggotanya. Sehingga pihak anggota akan memutuskan untuk mengambil pembiayaan murabahah pada BMT tersebut.

Berdasarkan teori menyatakan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada lima komponen yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut: a) kualitas produk; b) kualitas pelayanan; c) faktor emosional; d) harga produk, dan; e) biaya untuk mendapatkan produk atau suatu jasa.[8] Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhani yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain, kualitas produk, dan tingkat margin secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan murabahah.[9]

---

[8] Handi Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hal. 22-23.

[9] Nisa Kusumawardhani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada KSPPS Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan),* Repository.uinjkt. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB