BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pembiayaan terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan

Pembiayaan adalah sebuah fasilitas berupa produk perbankan yang memberikan pinjaman bagi debitur atau calon nasabah yang kekurangan dana untuk sebuah usaha dimana pihak debitur diwajibkan memberikan angsuran setiap jangka waktu tertentu dengan bagi hasil yang telah disepakati di awal persetujuan kedua belah pihak.[1]

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan pengujian parsial (uji-t) dapat dilihat dari tabel *coefficient* bahwa variabel pembiayaan memperoleh nilai koefisien regresi (B) pembiayaan mencapai 17,010, nilai t_{hitung} sebesar 7,647 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti variabel pembiayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah nasabah pembiayaan. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pembiayaan maka jumlah nasabah pembiayaan akan meningkat sebesar 17,010.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur ‘Aini Ulfa, yaitu meneliti tentang pengaruh ekuivalen nisbah bagi hasil tabungan, nisbah bagi hasil deposito dan frekuensi pencairan pembiayaan murabahah terhadap jumlah nasabah baru ada BMT As-Salam Kras Kediri dengan hasil penelitian

[1] Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 78

menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara frekuensi pencairan pembiayaan murabahah terhadap jumlah nasabah baru.[2] Hal ini menandakan bahwa frekuensi pencairan pembiayaan murabahah yang diberikan BMT As-Salam Kras Kediri sesuai dengan kebutuhan calon nasabahnya, sehingga masyarakat dalam hal ini adalah calon nasabah berminat mengajukan pembiayaan di BMT tersebut.

Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nizar yang meneliti tentang pengaruh ekuivalen nisbah bagi hasil tabungan, deposito dan frekuensi pencairan pembiayaan murabahah terhadap jumlah nasabah baru di BMT Al-Yasini Wonorejo Pasuruan dengan hasil penelitia menunjukka bahwa terdapat pengaruh positidf dan signifikan antara frekuensi pencairan pembiayaan murabahah terhadap jumlah nasabah baru. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan frekuensi pembiayaan akan meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan BMT Al-Yasini Wonorejo Pasuruan.[3]

Pembiayaan yang terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah nasabah menjadikan perbankan syariah dalam hal ini Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah harus selalu mengingkatkan kualitas dan kuantitas pembiayaan yang disalurkannya, agar nasabah baru dapat terus bertambah. Hal ini dapat

---

[2] Nur ‘Aini Ulfa, *Pengaruh Ekuivalen Nisbah Bagi Hasil Tabungan, Nisbah Bagi Hasil Deposito dan Frekuensi Pencairan Pembiayaan Murabahah terhadap Jumlah Nasabah Baru pada BMT As-Salam Kras Kediri*, …, hlm. 119j

[3] Muhammad Nizar, *Pengaruh Ekuivalen Nisbah Bagi Hasil Tabungan, Nisbah Bagi Hasil Deposito dan Frekuensi Pencairan Pembiayaan Murabahah terhadap Jumlah Nasabah Baru di BMT Al-Yasini Wonorejo Pasuruan*, Jurnal Ekonomi Islam Vol. 9 No. 1, Desember 2017

dilakukan dengan cara mempermudah proses pencairan pembiayaan, meningkatkan kualitas pelayanan dalam pencairan pembayaan atau dengan memperbesar jumlah dana yang disalurka kepada nasabah.[4]

Dalam operasionalnya, bank syariah dalam hal produk pembiayaan harus tetap berpegang teguh pada syariat Islam yang lebih mengedepankan prinsip tolong-menolong, dan tidak ada unsur keterpaksaan khusus dalam penetapan bagi hasil, sehingga benar-benar terlaksana ukhuwah Islamiyah. Dengan demikian masyarakat akan dapat melihat dengan jelas bahwa bank syariah benar-benar berdiri untuk kepentingan umat sehingga mereka akan berbondong-bondong datang dan berminat untuk menjadi nasabah.[5]

Terkait hal tentang peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif. Bank syariah berperan menyediakan dana pembiayaan bagi masyarakat yang memerlukan tambahan dan untuk keperluan modal usaha maupun untuk kebutuhan konsumsi. Hal ini sesuai dengan tujuan pembiayaan yaitu untuk peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Pembiayaan juga sebagai penyalur kelebihan dana. Artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang surplus dana

---

[4] *Ibid.*, hlm. 131
[5] *Ibid.*,

menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.[6] Berdasarkan dengan hasil penelitian ini bahwa penyaluran pembiayaan kepada masyarakat akan meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan. Jumlah nasabah pembiayaan termasuk ke dalam salah satu indikator keuangan inklusif yaitu penggunaan. Penggunaan di sini berarti mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa. Dengan demikian meningkatnya jumlah nasabah pembiayaan yang disebabkan oleh pembiayaan telah membuktikan bahwa Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah telah menerapkan keuangan inklusif.

B. Pengaruh Promosi terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terdahap jumlah nasabah pembiayaan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji-t nilai sigifikansi promosi lebih besar dari pada taraf signifikansi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara promosi dengan jumlah nasabah pembiayaan. Kemudian pada tabel *coefficient* diperoleh t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} maka promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah nasabah pembiayaan.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil dari penelitian Siregar yang secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah

[6] Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 6

Padangsidimpuan pada produk giro wadi'ah.[7] Promosi yang tidak mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan ini dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti alokasi biaya promosi yang belum efisien, sasaran promosi yang kurang tepat, maupun cara atau metode promosi yang kurang efektif.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati yang menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada KSP Sendang Arta Mandiri. Hasil tersebut diperoleh dari uji-t yang menunjukkan hasil nilai t-hitung yang lebi besar dari t-tabel dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari taraf signifikansi.[8] Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh KSP Sendang Arta Mandiri sangat baik dan efektif sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Secara teori promosi merupakan sarana yang paling manjur untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Tujuan dari promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.[9] Promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah, karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Promosi ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya

---

[7] Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*, …, hlm. 31
[8] Ayu Sulistyorini, *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada KSP Sendang Artha Mandiri Kec. Wungu Kab. Madiun*, hlm. 100
[9] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hlm. 239

promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Promosi juga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan perbankan, karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal bank dan produknya.[10]

Menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam lembaga keuangan, perlu dilakukan promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah yang maksimal. Promosi sangatlah penting bagi perbankan syariah yang berperan sebagai pelaku usaha yang berhubungan dengan bidang penjualan, karena bukan berupa barang yang diperjualbelikan melainkan jasa yang dijual, sehingga setiap pelaku bisnis mempunyai perencanaan promosi agar mampu mempertahankan usahanya dan mampu meningkatkan jumlah nasabah yang maksimal.[11]

C. Pengaruh Jumlah Kantor terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan

Hasil regresi menunjukkan bahwa jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah pembiayaan. Hal ini berarti semakin banyak jumlah kantor akan meningkatkan jumlah nasabah. Calon nasabah biasanya cenderung memilih kantor yang dekat dengan rumah, pasar atau tempat kerja mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siregar yang melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap

---

[10] [10] Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*, …, hlm. 21
[11] *Ibid.,* hlm. 97

peningkatan jumlah nasabah produk giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi menjadi variabel yang berpengaruh paling dominan dalam mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada giro wadi'ah dan bernilai positif. Semakin strategis letak lokasi suatu bank, maka hal ini akan lebih memudahkan nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah.[12]

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Nugraheni dan Septiarini yang melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *equivalent rate*, profitabilitas dan jumlah kantor terhadap dana pihak ketiga BPRS di Indonesia Periode tahun 2013-2015 dengan hasil pertumbuhan jumlah kantor secara parsial memiliki hubungan positif signifikan terhadap dana pihak ketiga BPRS selama Januari 2013 sampai dengan Desember 2015. Dengan demikian, ketika pertumbuhan jumlah kantor naik, maka DPK BPR Syariah di Indonesia pada periode tersebut akan mengalami kenaikan.[13]

Secara teori semakin banyaknya jumlah kantor bank maka kesempatan masyarakat untuk menabung semakin banyak dan meningkat. Dengan kondisi yang seperti ini akan semakin membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhannya di bidang perbankan. Dalam hal ini adalah menabung atau

---

[12] Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*, …., hlm. 31

[13] Almira Ulfa Nugraheni & Dina Fitrisia Setiarini, *Pengaruh Equivalent Rate, Profitabilitas dan Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga BPRS di Indonesia (Periode Tahun 2013-2015)*, hlm. 13

menyimpan dananya pada lembaga perbankan, tanpa adanya alasan yang disebabkan karena lokasi bank yang jauh dari tempat tinggal, sehingga mereka malas dan enggan untuk menabungkan uangnya di bank karena tidak memiliki waktu luang.[14]

Berkaitan dengan peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif. Keberadaan kantor bank syariah yang tersedia di berbagai daerah merupakan salah satu upaya perbankan syariah dalam menyediakan dan mempermudah akses oleh masyarakat untuk dapat menikmati produk dan jasa layanan keuangan bank syariah. Jumlah kantor bank yang tersebar rata di setiap wilayah di Indonesia baik itu tingkat kota atau bahkan kecamatan diharapkan dapat memberikan kemudahan akses bagi calon nasabah diwilayah yang bukan kota besar, sehingga akan terwujudnya keuangan inklusif yang efektif.

[14] *Ibid.,* hlm. 10