

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan metode kuisioner yang ditujukan kepada setiap anggota pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* pada BMT Sahara Kauman Tulungagung, selanjutnya peneliti mengolah data hasil jawaban yang diberikan anggota dari penyebaran kuisioner tersebut. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan menggunakan *SPSS16*, dengan hasil sebagai berikut :

A. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Musyarakah* dan Pembiayaan *Mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Berdasarkan dari data yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa pengetahuan produk dari masyarakat sekitar atau anggota dari BMT Sahara Kauman Tulungagung pada 2 objek pembiayaan yaitu pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* sudah cukup baik dan tepat, sehingga anggota atau masyarakat sekitar mampu mengetahui produk apa saja yang ada di BMT Sahara Kauman Tulungagung salah satunya pada produk pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*.

Menurut teori dari Peter dan Olson, pengetahuan produk memiliki beberapa prinsip dari penerapannya yaitu pertama : pengetahuan atribut produk yang merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. kedua : pengetahuan manfaat produk yaitu pengetahuan tentang manfaat produk ini terkait dengan konsumen yang seringkali berfikir mengenai manfaat yang akan ia rasakan

ketika mengkonsumsi, menggunakan atau membeli suatu produk tersebut. Dan pengetahuan kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.¹

Pada *pembiayaan musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung, pengetahuan produk yang diketahui oleh anggota sangat mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dalam kegiatan di lembaga keuangan. Anggota yang memiliki pengetahuan banyak mengenai produk dengan lebih baik akan lebih bertindak selektif dan kompleks dalam membuat keputusan dalam memilih pembiayaan *musyarakah*. Anggota tersebut akan tertarik dan bergabung serta tetap bersifat loyalitas terhadap lembaga dan dalam transaksi muamalah dengan anggotanya karena BMT Sahara Kauman terus memberikan informasi seputar pengetahuan produk pembiayaan *musyarakah* kepada calon anggota atau yang sudah menjadi anggotanya.

Begitu juga pada pembiayaan *mudharabah*, pengetahuan produk pada pembiayaan *mudharabah* hampir sama dengan pembiayaan *musyarakah* karena kedua pembiayaan tersebut sama-sama dipentingkan dalam BMT Sahara Kauman Tulungagung. Anggota yang memiliki pengetahuan banyak mengenai produk dengan lebih baik akan lebih bertindak selektif dan kompleks dalam membuat keputusan dalam memilih pembiayaan *mudharabah*. Anggota tersebut akan tertarik dan bergabung serta tetap bersifat loyalitas terhadap lembaga dan dalam transaksi muamalah dengan anggotanya karena BMT Sahara Kauman terus memberikan

¹ Peter, J. P & Olson, J. C, *Consumer Behavior and Marketing Strategy (4th ed)*, (The Mc. Graw-Hill: Companies, Inc, 2003),hal. 122.

informasi seputar pengetahuan produk pembiayaan *mudharabah* kepada calon anggota atau yang sudah menjadi anggotanya.

Sesuai dengan hasil uji t pada BMT Sahara Kauman Tulungagung dengan 2 objek pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* diperoleh hasil bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah*. Hal ini disebabkan karena t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari α ($\text{signifikan} < \alpha$) maka disimpulkan terima H_1 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Hal tersebut berarti semakin tinggi atau baik anggota mengetahui produk yang dilakukan lembaga, maka akan semakin tinggi keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Meli Saputri² dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di BMT Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (Studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal). Perbedaan tersebut dengan penelitian ini yaitu penelitian tersebut dilakukan di BMT Bina

² Meli Saputri, "Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di BMT Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (Studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal)....."

Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung, sedangkan penelitian ini dilakukan di BMT Sahara Kauman Tulungagung dengan pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*.

Jadi berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Begitu juga pada objek pembiayaan satunya bahwa pengetahuan produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Disebabkan karena kedua objek pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* tersebut telah melakukan indikator- indikator yang telah dijelaskan diatas dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan produk yang ada di BMT Sahara Kauman Tulungagung terlihat sangat baik dan menarik minat anggota maupun masyarakat untuk memilih pembiayaan.

B. Pengaruh Proses Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Musyarakah dan Pembiayaan Mudharabah di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Berdasarkan dari data yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa proses pelayanan dari BMT Sahara Kauman Tulungagung mampu menarik minat anggota untuk memilih suatu pembiayaan. Di penelitian terdapat 2 objek pembiayaan yaitu pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*. proses pelayanan pada BMT Sahara Kauman Tulungagung sudah

cukup baik dan memberikan pelayanan baik sehingga anggota tertarik melakukan transaksi pembiayaan di lembaga.

Teori dari proses pelayanan terdiri dari pelayanan di bidang jasa yang meliputi kegiatan kegiatan atau aktivitas serta kompleksitas dalam prosedur kerja karyawan yang bersangkutan di dalam suatu lingkup perusahaan jasa, Layanan informasi dan teknologi yaitu dimana produk barang atau jasa di salurkan ke seorang konsumen atau pelanggan dengan menggunakan berbagai sistem informasi dan teknologi yang canggih, dan pelayanan dari karyawan nya perusahaan jasa itu sendiri.³ sistem ini dilakukan dengan cara melalui pendekatan langsung dengan anggota dan melayani anggota dengan baik, baik di dalam lembaga maupun di luar lembaga seperti mendatangi langsung rumah anggota yang hendak melakukan pembiayaan tersebut.

Pada *pembiayaan musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung, proses pelayanan sangat mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dalam kegiatan di lembaga keuangan. Anggota yang senang dan mencapai kepuasan pelayanan akan bertindak selektif dan kompleks dalam membuat keputusan dalam memilih pembiayaan *musyarakah*. Anggota tersebut akan tertarik dan bergabung serta tetap bersifat loyalitas terhadap lembaga.

Begitu juga pada pembiayaan *mudharabah*, proses pelayanan pada pembiayaan *mudharabah* hampir sama dengan pembiayaan *musyarakah* karena kedua pembiayaan tersebut sama sama di pentingkan dalam BMT Sahara Kauman

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan Cet. Ke-12*,hal 214

Tulungagung. dalam menyampaikan pelayanan jasa serta prosedurnya telah memenuhi standar dari lembaga keuangan dimana anggota terlibat langsung di dalamnya.

Sesuai dengan hasil uji t pada BMT Sahara Kauman Tulungagung dengan 2 objek *pembiayaan musyarakah* dan *pembiayaan mudharabah* diperoleh hasil bahwa proses pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah*. Hal ini disebabkan karena t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari α ($\text{signifikan} < \alpha$) maka disimpulkan terima H_1 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara proses pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah*. dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Hal tersebut berarti semakin tinggi atau baik proses pelayanan yang diberikan lembaga, maka akan semakin tinggi keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian yang di lakukan Wijaya dan Ariyanti ⁴ Bertujuan untuk meneliti pengaruh service marketing mix terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Hasil penelitiannya bahwa variabel *proses* disini yang terkait dengan proses pelayanan dalam penelitian tersebut berpengaruh

⁴ Evelin Wijaya dan Puspa Ariyanti, *Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung pada Bank Mayapada Cabang Pekan baru*, Jurnal Ekonomi, Vol 1 No 2, Juni 2018. Diakses 21 Januari 2020

positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. sedangkan penelitian ini dilakukan di BMT Sahara Kauman Tulungagung dengan variabel keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*.

Jadi berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa proses pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Begitu juga pada objek pembiayaan satunya bahwa proses pelayanan juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Disebabkan karena proses pelayanan yang dilakukan oleh BMT Sahara Kauman Tulungagung khususnya 2 objek pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* dalam menyampaikan pelayanan jasa serta prosedurnya telah memenuhi standar dari lembaga keuangan dimana nasabah terlibat langsung didalamnya, sehingga hal ini dapat mempengaruhi anggota dalam mengambil keputusan untuk memilih suatu pembiayaan, apabila proses yang dilalui mudah dan sederhana maka anggota akan tertarik dan memutuskan untuk menggunakan produk/jasa tersebut.

C. Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Musyarakah dan Pembiayaan Mudharabah di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Berdasarkan dari data yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa biaya administrasi dari BMT Sahara Kauman Tulungagung, di terapkan sesuai dengan kebutuhan para anggota dan tidak membebani nya. Di

penelitian terdapat 2 objek pembiayaan yaitu pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*. Biaya administrasi yang dibebankan kepada anggota dikaitkan dengan nilai pembiayaan yang diajukan karena nilai tersebut dianggap paling mewakili besaran biaya administrasi sesungguhnya.

Teori yang dikemukakan Menurut Adiwarmanto Karim, penentuan biaya administrasi dapat diukur dengan indikator yaitu keadilan dalam pengambilan biaya administrasi dan kesesuaian biaya administrasi dengan manfaat.⁵ Hal ini menjelaskan bahwa BMT Sahara Kauman Tulungagung harus pintar dalam mengelola biaya-biaya agar anggota lebih nyaman dan lebih percaya mengenai kesesuaian antara biaya dengan manfaat yang diterimanya dalam proses pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*. Biaya yang sesuai dengan apa yang diinginkan anggota maka anggota akan lebih puas dan akan merekomendasikan kepada orang lain sesuai yang mereka rasakan.

Sesuai dengan hasil uji t pada BMT Sahara Kauman Tulungagung dengan 2 objek *pembiayaan musyarakah* dan *pembiayaan mudharabah* diperoleh hasil bahwa biaya administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah*. Hal ini disebabkan karena t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari α ($signifikan < \alpha$) maka disimpulkan terima H_1 .

⁵ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*,hal. 114

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara biaya administrasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah*. dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Hal tersebut berarti semakin sesuai besar biaya administrasi yang dibebankan kepada anggota pembiayaan yang sesuai dengan manfaat yang di peroleh . maka akan semakin tinggi keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang di lakukan Purnamasari ⁶ bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan dasar, layanan canggih, biaya dan program loyalitas terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BCA Di Surabaya, dimana biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. sedangkan penelitian ini dilakukan di BMT Sahara Kauman Tulungagung dengan variabel keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*.

Jadi berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa biaya administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Begitu juga pada objek pembiayaan satunya bahwa biaya administrasi juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.

⁶ Natalia Purnamasari, *Pengaruh Layanan Dasar, Layanan Canggih, Biaya, Program Loyalitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BCA Di Surabaya*, (Article Ilmiah: Perbanas.ac.id, 2016), hal. 6

Disebabkan karena biaya administrasi yang dilakukan oleh BMT Sahara Kauman Tulungagung khususnya 2 objek pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* adanya pembebanan berupa biaya administrasi yang didalamnya memuat biaya materai, biaya survey dan biaya kelengkapan lainnya sebagai ganti biaya yang dikeluarkan pihak koperasi syariah dalam proses pembiayaan. Biaya administrasi yang dibebankan kepada anggota dikaitkan dengan nilai pembiayaan yang diajukan karena nilai tersebut dianggap paling mewakili besaran biaya administrasi sesungguhnya.

D. Pengaruh Pengetahuan Produk, Proses Pelayanan, dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Musyarakah* dan Pembiayaan *Mudharabah* di Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung.

Dari uji f menunjukkan bahwa pengetahuan produk, proses pelayanan dan biaya administrasi secara bersama - sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* di Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung.. Hal ini disebabkan karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf sig α . Berarti hipotesis 4 teruji, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara pengetahuan produk, proses pelayanan dan biaya administrasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* di Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung. Artinya jika pengetahuan produk yang dilakukan lembaga baik dan menarik maka akan dapat menarik anggota untuk memilih pembiayaan *musyarakah*

dan keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah*. Dan jika proses pelayanan yang diberikan berkualitas baik akan membuat anggota menjadi tertarik untuk melakukan transaksi pembiayaan. serta jika biaya administrasi yang dirasakan anggota sesuai dengan manfaat dan sesuai kebutuhan maka anggota akan tertarik bertransaksi pembiayaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Ujang Sumarwan ⁷ bahwa keputusan memilih suatu produk dan jasa di pengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal yaitu pengetahuan, kebutuhan dan motivasi, kepribadian, konsep diri, dan sikap. Sedangkan faktor lingkungan konsumen terdiri dari budaya, karakteristik sosial dan ekonomi, keluarga, acuan dan bauran pemasaran yang terdiri dari 11p.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang di lakukan oleh Beatric, Bernhard Tewal, Frederik Worang ⁸ dalam penelitian nya menunjukkan bahwa variabel bahwa variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPR Prisma Dana Manado. Dan penelitian dari Ghozali ⁹ dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan biaya erhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di Surabaya, dimana secara simultan kualitas

⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi kedua...*, hal.10-12

⁸ Beatric dkk, *Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BPR Prisma Dana Manado*, Jurnal EMBA, Vol 4 No 4, Desember 2018. Diakses 21 Januari 2020

⁹ Moch. Ghozali, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Di Surabaya*, (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Vol. 3, No. 3, 2014), hal. 14

pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan tersebut dengan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu penelitian tersebut dilakukan di BPR Prisma Dana Manado, sedangkan penelitian ini dilakukan di Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung.

Jadi berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk, proses pelayanan dan biaya administrasi secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung dan keputusan anggota pembiayaan *mudharabah*.