

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Marketing Mix Product* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Bauran pemasaran produk di lembaga keuangan syariah seperti BMT sangat penting diperhatikan untuk penyaluran pembiayaan atau modal. Dalam hal ini, BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung memanfaatkan produk pembiayaan *murabahah* untuk membantu para pengusaha mikro mendapatkan pinjaman modal. Produk yang ada dalam BMT salah satunya adalah pembiayaan *murabahah*, dimana anggota bisa melakukan transaksi/meminta bantuan BMT untuk membelikan suatu barang dan untuk pembayarannya bisa diangsur sesuai jangka waktu yang telah disepakati bersamaan dengan tingkat margin.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan data primer angket yang telah dilakukan, anggota BMT Sinar Amanah sebagai responden dapat diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Produk pembiayaan *murabahah* di BMT sangat jelas berpengaruh dengan kepuasan anggota karena mereka melakukan transaksi pembiayaan lebih dari satu kali. Pada saat observasi dan pengisian angket ke responden, banyak dari mereka sering melakukan pembiayaan *murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung. Dibuktikan dengan penjelasan dari buku Kasmir dimana produk yang

diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi ini disebut juga produk plus.¹ Strategi produk yang perlu dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya guna untuk memberikan rasa puas kepada anggota dalam melakukan pembiayaan *murabahah*.

B. Pengaruh *Marketing Mix Price* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Penetapan harga menjadi hal yang penting dalam melakukan bauran pemasaran. BMT akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan, karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, serta persaingan (*competitor's*).

Dari hasil penelitian dengan menggunakan angket yang telah dilakukan, dapat diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Strategi penentuan harga berpengaruh dalam pemberian nilai kepada para anggota serta mempengaruhi *image* produk dalam keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan *murabahah*.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aminuddin dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, bukti fisik dan proses

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*,, hlm.190

berpengaruh secara simultan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang ditunjukkan dari hasil perolehan nilai koefisien korelasi (R), koefisien determinan (R²), dan uji-F yang menunjukkan probabilitas $p < 0.05$.²

C. Pengaruh *Marketing Mix Place* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Lokasi yang strategis memberikan nilai lebih atau keuntungan bagi BMT untuk menambah anggota baru yang ingin melakukan pembiayaan. Anggota pun juga akan merasa terbantu karena tempat yang strategis dari BMT. Lokasi BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung sangat strategis karena dekat dengan pasar dan juga berada di jalur perlintasan jalan raya.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan angket yang telah dilakukan, dapat diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Penelitian dari Irwinda Natalia Trilestari Andilolo sama dengan hasil penelitian yang saya teliti dengan hasil penelitian dimana analisis uji F menunjukkan bahwa $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dengan nilai $22,374 > 2,31$ yang berarti variabel X (Produk, promosi, tempat, proses, dan bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Melalui analisis uji t, masing-masing variabel X memiliki nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$,

² Aminuddin, Skripsi Sarjana: “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Di Makassar (Studi Kasus Pada Nasabah Asuransi Jasa Raharja Putera)*”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2014).

dimana yang dominan adalah variabel Proses (X4) yaitu sebesar 0,246 (24,6%).³

D. Pengaruh *Marketing Mix Promotion* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Promosi merupakan suatu aktivitas BMT dalam memasarkan produk pembiayaannya. Aplikasinya menggunakan teknik dibawah pengendalian *management* BMT, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik secara langsung maupun tidak langsung seperti menggunakan media brosur atau elektronik untuk menarik minat para calon anggota.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan angket yang telah dilakukan, dapat diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Dari hasil penelitian di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung dengan menggunakan *marketing mix promotion* bahwa tujuan utama promosi adalah untuk memberitahukan kepada langganan dan calon langganan yang potensial, tentang adanya suatu produk baru dan keuntungan apa saja yang akan diperoleh bila memakai produk baru tersebut⁴. Sehingga apabila anggota sudah melakukan pembiayaan *murabahah* di BMT, mereka akan puas dengan pelayanan maupun produk yang telah disebar-luaskan kepada masyarakat.

³ Irwinda Natalia Trilestari Andilolo, Skripsi Sarjana: "*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Yang Menabung Pada PT. Bank Mandiri(Persero)Tbk.,Cabang Makassar Kartini*", (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2011).

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*,, hml. 268

E. Pengaruh *Marketing Mix Process* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Bauran pemasaran proses memberikan pelayanan servis kepada anggota yang melakukan transaksi pembiayaan, dimana karyawan diberikan *skill* untuk melayani anggota dengan cepat, mudah, dan tepat waktu dalam pemberian pembiayaan *murabahah*. Proses pelayanan yang berlangsung secara baik akan menjamin mutu layanan BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan data primer angket yang telah dilakukan, anggota BMT Sinar Amanah sebagai responden dapat diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. *Process*, meliputi sistem dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk dan jasa bank. Sistem dan prosedur akan merefleksikan penilaian, apakah pelayanan cepat atau lambat. Pada umumnya nasabah lebih menyenangi proses yang cepat, walaupun bagi bank akan menimbulkan risiko yang lebih tinggi. Penggunaan teknologi yang tepat guna serta kreatifitas yang prima diperlukan, untuk suatu proses yang cepat namun aman.⁵

⁵ Nirwana, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang:PENERBIT DIOMA, 2004), hlm.

F. Pengaruh *Marketing Mix Personal traits* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Personal traits merupakan aset utama dalam industri jasa perbankan atau BMT, dalam hal ini para karyawan dan karyawan BMT Sinar Amanah yang berada pada posisi depan (*frontliner*) yang langsung bertemu dan memberikan pelayanan kepada anggota. Karyawan yang berkinerja tinggi akan menyebabkan anggota puas melakukan transaksi di BSA dan juga akan loyal. Faktor penting lainnya dalam *personal traits* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan yang akan memberikan nilai lebih sehingga anggota merasa nyaman.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan data primer kuesioner yang telah dilakukan, anggota BMT Sinar Amanah sebagai responden dapat diketahui berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara statistik terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Unsur karyawan dalam bank adalah orang yang melayani konsumen dengan baik. Karyawan perlu diberi pengarahan, dan pelatihan, agar dapat melayani konsumen sebaik-baiknya.⁶ Cara pelayanan yang baik diberikan oleh karyawan akan memberi nilai lebih untuk memberikan kepuasan anggota dalam melakukan pembiayaan *murabahah*.

⁶ H. Buchari Alma, *Kewirausahaan*,, hlm. 185

G. Pengaruh *Marketing Mix Physical evidence* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Bukti fisik dalam bauran pemasaran berkaitan dengan peralatan dan sarana yang mendukung dari pelayanan di BMT. Lingkungan sekitar kantor BMT juga menjadi salah satu faktor penting dimana anggota merasa puas atau tidak untuk melakukan transaksi.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel *physical evidence* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung. Ini berarti bahwa semakin meningkatkan *physical evidence* suatu BMT tidak menjadi tolak ukur keberhasilan manajemen BMT dalam mempengaruhi kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung.

Tidak signifikannya *physical evidence* terhadap kepuasan anggota, hal ini kemungkinan dikarenakan kurang pedulinya anggota terhadap hubungan yang terjalin antara BMT dengan karyawan dan juga kurang pedulinya anggota terhadap pertanggung jawaban BMT terhadap masyarakat. Kebanyakan dari anggota hanya mengutamakan produk dari BMT dan juga penetapan harga untuk pembiayaan *murabahah*.

H. Pengaruh *Marketing Mix Product, Price, Place, Promotion, Process, Personal traits, Physical evidence* Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan *Murabahah*

Dalam pengaruh *Marketing Mix 7P (product, price, place, promotion, process, personal traits, physical evidence)* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*, peneliti menguji dengan uji F yaitu, dilihat dari tabel (ANOVA) bahwa F_{hitung} sebesar 9,393 dengan tingkat signifikansi 0.000, dari paparan data penelitian diatas oleh karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($9,393 > 2,33$) dan nilai Sig. lebih kecil dari pada α yaitu 5 % atau 0.05 ($0,000 < 0,05$), dapat dijelaskan bahwa variabel *product, price, place, promotion, process, personal traits, physical evidence* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*.