

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Harapan Nasabah Pada Pembiayaan *Musyarakah* di BMT Ummatan Wasatan Tulungagung dan KJKS BTM Mentari Kademangan**

Kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson & Dover harapan/ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan.<sup>1</sup> Hal ini berarti harapan nasabah merupakan salah satu standar acuan yang digunakan sebagai ukuran kualitas suatu produk.

Jenis-jenis harapan(ekpektasi) nasabah terbagi menjadi sembilan jenis yaitu: *Ideal Expectation*, *Normative (Should) Expectation (Persuasion-Based Standard)*, *Desired Expectation*, *Predicted (Will) Expectation (Experience-Based Norms)*, *Deserved (Want) Expectation (Equitable Expectation)*, *Adequate Expectarion*, *Minimum Tolerable Expectation*, *Intolerable Expectation*, *Worst Imaginable Expectation*.<sup>2</sup> Guna mengukur harapan nasabah pada produk pembiayaan *musyarakah*, peneliti menggunakan jenis harapan *Normative (Should) Expectation (Persuasion-Based Standard)*,

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), Hal. 181

<sup>2</sup> *Ibid*, Hal. 182 - 185

dimana jenis harapan ini merupakan jenis harapan berdasarkan standar produk yang telah ditetapkan.

Sehingga, peneliti menggunakan peraturan SEBI No. 10/14/DPS yang telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia tertanggal 17 Maret 2008 sebagai standar acuan produk. Dimana dalam peraturan ini, disebutkan dalam kegiatan penyaluran dana pembiayaan dengan akad musyarakah berlaku 14 syarat. Peraturan ini kemudian oleh peneliti dikembangkan menjadi 20 item pernyataan angket.

Berdasarkan hasil jawaban pernyataan-pernyataan dari 30 responden, diketahui rata-rata jawaban untuk item pernyataan 1-20 di **BMT Ummatan Wasathan** diperoleh rata-rata jawaban **setuju**. Kemudian, rata-rata jawaban 30 responden di **BTM Mentari** yaitu **setuju**. Hal ini menunjukkan bahwa, harapan nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* pada dua lembaga tersebut sesuai dengan peraturan yang telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia, yang dituangkan dalam peraturan SEBI No. 10/14/DPS.

Sedangkan, jika dilihat dari sisi variasi jawaban responden, pemerataan jawaban terdapat pada pernyataan harapan nomor 3 dan 11 untuk BMT Ummatan Wasathan Tulungagung, dan nomor 3,4,9 dan 11 untuk BTM Mentari Kademangan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai standard deviasi pada masing-masing item pernyataan harapan. Pemerataan jawaban pada item-item tersebut menunjukkan adanya kesamaan harapan dari nasabah pembiayaan *musyarakah*.

**B. Persepsi nasabah setelah mendapatkan pembiayaan *musyarakah* di BMT Ummatan Wasatan Tulungagung dan KJKS BTM Mentari Kademangan**

Persepsi adalah proses individu (konsumen) memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi (memaknai) masukan-masukan informasi yang dapat menciptakan gambaran obyek yang memiliki kebenaran subyektif (bersifat personal), memiliki arti tertentu, dapat dirasakan melalui perhatian, baik secara selektif, distorsi maupun retensi. Persepsi nilai tergantung pada cara pelanggan menghubungkan berbagai atribut produk yang relevan dengan dirinya sendiri. Kuat tidaknya persepsi pada konsumen sangat tergantung pada berbagai daya tarik dan kesesuaian obyek dengan individu yang bersangkutan.<sup>3</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan sebuah pandangan, nilai, anggapan seseorang terhadap sesuatu produk, yang semua itu dipengaruhi oleh beberapa hal yang digunakan seseorang dalam melakukan penilaian terhadap produk tersebut.

Hasil perhitungan rata-rata jawaban pernyataan persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan *musyarakah* di **BMT Ummatan Wasathan** yaitu **setuju**. Sedangkan, hasil perhitungan rata-rata pernyataan persepsi di **BTM Mentari Kademangan** adalah **setuju**.

Kemudian jawaban pernyataan persepsi yang paling merata terdapat pada item pernyataan nomor 10 untuk **BMT Ummatan Wasathan**. Sedangkan untuk **BTM Mentari Kademangan** jawaban pernyataan yang paling merata terdapat pada item pernyataan 10 dan 18.

---

<sup>3</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hlm 67

Jawaban rata-rata di BMT Ummatan Wasathan dan BTM Mentari sama-sama menunjukkan jawaban **setuju**, dan keduanya mempunyai item jawaban yang sama-sama merata yaitu pada pernyataan nomor 10. Pernyataan nomor 10 adalah perjanjian *musyarakah* sudah didasarkan pada perjanjian bagi hasil.

**C. Ada kesenjangan antara harapan dan persepsi nasabah pada pembiayaan musyarakah di BMT Ummatan Wasathan Tulungagung dan KJKS BTM Mentari Kademangan**

Rata-rata harapan dan persepsi yang diperoleh dari jawaban nasabah pada angket ternyata sama-sama setuju. Sehingga, diperlukan uji perbandingan untuk melihat apakah ada perbedaan/kesenjangan antara harapan dan persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah*. Dalam kasus ini peneliti menggunakan uji *wilcoxon*. Karena data tidak berdistribusi normal.

Setelah uji dilakukan terhadap nilai total harapan dan persepsi nasabah, diperoleh hasil Tes Ranging-Bertanda Wilcoxon di **BMT Ummatan Wasathan**, untuk data berpasangan nilai **Z** sebesar **-3,520** di luar daerah penerimaan t-tabel -1,96 dan nilai **P** sebesar **0,000 (nol koma nol nol nol)**, dibawah nilai  $\alpha$  yang telah ditetapkan yaitu 0,05 (nol koma nol lima). Dengan demikian nilai Z berada di dalam penolakan  $H_0$  atau penerimaan  $H_a$ . Hal ini menunjukkan bahwa **terdapat kesenjangan antara harapan dan**

**persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* di BMT Ummatan Wasathan.**

Kemudian, Tes Ranging-Bertanda Wilcoxon di **BTM Mentari Kademangan**, untuk data berpasangan diperoleh nilai **Z** sebesar **-4,389**, di luar daerah penerimaan t-tabel -1,96 dan nilai **P** sebesar **0,000 (nol koma nol nol nol)**, dibawah nilai  $\alpha$  yang telah ditetapkan yaitu 0,05 (nol koma nol lima). Dengan demikian nilai Z berada di dalam penolakan  $H_0$  atau penerimaan  $H_a$ . Hal ini menunjukkan bahwa **terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* di BTM Mentari Kademangan.**

Kesenjangan yang terjadi merupakan akibat nasabah membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra-pembelian. Kemudian apabila kesenjangannya besar maka nasabah akan memperbesar *gap* tersebut, sehingga produk dipersepsikan jauh lebih bagus/buruk dibandingkan kenyataannya. Namun jika kesenjangannya tidak terlampau besar, maka hal itu masih diterima oleh nasabah.<sup>4</sup>

Hasil penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh, Slamet Margono dengan judul “*Pelaksanaan Sistem Bagi Hasil pada BTN Syariah Semarang*”. Hasil penelitian menunjukkan terjadi kesenjangan persepsi nasabah pada BTN Syariah Semarang, sehingga masyarakat tidak

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction...*, Hal. 298

mempunyai komitmen untuk melakukan pembiayaan di bank Syariah, dan lebih memilih bank konvensional dalam peningkatan usahanya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Slamet Margono, “Pelaksanaan Sistem Bagi Hasil pada BTN Syariah Semarang”, dalam [http://eprints.undip.ac.id/18228/1/SLAMET\\_MARGONO.pdf](http://eprints.undip.ac.id/18228/1/SLAMET_MARGONO.pdf), diakses pada tanggal 01 Januari 2016