

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Margin Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*

Sebagaimana yang telah di jelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada Tabel 4.9 deskripsi variable margin, dapat disimpulkan bahwa penetapan margin atau keuntungan yang sudah ditetapkan di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo sudah cukup memenuhi keinginan dan sesuai dengan harapan anggota, hal ini terlihat dari tanggapan anggota menyatakan netral dari setiap item pertanyaan yang diajukan dengan persentase sebesar 19,8% yang tidak beda tipis dari anggota yang menyatakan setuju dari penetapan margin atau keuntungan yang telah ditetapkan BMT yaitu dengan persentase sebesar 18,1%. Bahkan margin memiliki kecenderungan mempengaruhi positif sebesar 0,263 atau 26,3%, yakni apabila margin meningkat satu satuan maka keputusan pemilihan pembiayaan *bai' bitsaman ajil* akan meningkat 26,3%.

Sesuai dengan hasil pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil*. Dimana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari nilai sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti “ ada pengaruh positif dan signifikan margin terhadap

keputusan pemilihan produk pembiayaan bai' bitsaman ajil di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung".

Adanya pengaruh margin terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* ini dapat diketahui bahwa dari penetapan margin atau keuntungan ini merupakan faktor yang ada dalam menentukan berapa besar keuntungan yang akan diperoleh. Dalam penentuan margin ini memiliki perhatian lebih dari anggota yang akan melakukan transaksi pembiayaan *bai' bitsaman ajil*. Karena dengan adanya margin ini, anggota bisa memperkirakan berapa harga yang pantas dari barang yang akan dibeli dari pihak BMT. Pada dasarnya margin diperoleh dari tingkat selisih atau kenaikan nilai dari asset yang mengalami peningkatan nilai selama periode tertentu dari biaya produksi dan harga jual. Margin merupakan keuntungan bank dari akad pembiayaan yang dinyatakan dalam bentuk persentase tertentu yang ditetapkan oleh bank syariah dari harga jual obyek pembiayaan yang ditawarkan bank syariah kepada nasabahnya.¹⁰⁸

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan manfaat dari suatu barang dan jasa. Harga yang dimaksud disini adalah harga yang dihasilkan dari harga pokok dan margin yang disepakati kedua belah pihak.¹⁰⁹ Strategi

¹⁰⁸ Astri Arumdhani dan Rini Septiani, *Pengaruh Pembiayaan Murabahah dan Tingkat Suku Bunga BI Terhadap Pendapatan Margin Murabahah Pada PT Bank Syariah Mandiri, Jurnal Riset Akuntansi, (2012) Volume IV Nomor 1.*

¹⁰⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi kedelapan jilid 2...* hal.14.

penentuan harga merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan, menjadi penting karena harga sangat menentukan pembentukan persepsi harga oleh nasabah yang kemudian menjadi salah satu hal yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilik produk pembiayaan. Harga disini sangat berperan dalam setiap usaha yang dilakukannya, karena harga dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya total yang pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba atau keuntungan usaha dengan kata lain dinamakan margin pada pembiayaan *bai' bitsaman ajil*.

Sesuai dengan hasil uji t yang menyatakan bahwa penetapan margin atau keuntungan berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung. Hal ini berdampak pada semakin baik persepsi anggota tentang margin yang dapat meningkatkan kepercayaan anggota untuk mengambil pembiayaan *bai' bitsaman ajil*. Selain itu, ketika anggota merasa bahwa penetapan margin atau keuntungan yang ditetapkan oleh BMT sesuai dengan kemampuan yang dimiliki anggota dan margin yang diberikan disesuaikan dengan penghasilan atau pendapatan anggota, maka anggota akan terdorong untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan *bai' bitsaman ajil*.

Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad bahwa penentuan margin juga menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian nasabah. Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atau hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya. Perlakuan yang berbeda dengan bunga bank membuat

nasabah memiliki keterkaitan tersendiri. Margin diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan. Penetapan margin dan bagi hasil ini dapat tergantung dari jenis barang, perbandingan, reputasi mitra dan alat ukur yang digunakannya.¹¹⁰

Begitu juga penetapan margin yang telah ditetapkan di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung menurut Bapak Jupriyanto selaku karyawan Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung menyatakan bahwa penetapan margin atau keuntungan berdasarkan musyawarah bersama antara anggota dan lembaga. Biasanya pihak BMT menawarkan margin sebesar 1,5% apabila dengan sistem angsuran dan 2% dengan sistem pembiayaan jatuh tempo. Penawaran margin ini akan dilihat seberapa besar anggota dalam melakukan peminjaman, apabila anggota meminjam banyak maka pengambilan keuntungan atau margin akan turun begitu juga sebaliknya. Dari penawaran itulah akan timbul kesepakatan melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan. Kesepakatan ini yang dapat dijadikan penentuan apakah anggota memutuskan melakukan pembiayaan produk *bai' bitsaman ajil* atau tidak

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Sa'adah¹¹¹ yang menunjukkan bahwa hasil dari pengujian dibuktikan dengan koefisien regresi tingkat margin sebesar +0.443 dan nilai Sig. dari tingkat margin sebesar 0.000 dan nilai $\alpha = 0.05$ atau 5%.

¹¹⁰ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional BANK SYARIAH...* hal. 20.

¹¹¹ Visa Alvisa Sa'adah, *Pengaruh Penetapan Harga Jual Dan Tingkat Margin...* hal.92.

Karena nilai Sig. < maka dapat disimpulkan untuk menolak Ho, yang berarti variabel tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah. Pengaruh dari margin mempengaruhi pembiayaan murabahah ini diakibatkan karena dalam penentuan margin nasabah dan lembaga sangat jeli dalam menentukan berapa kisaran atau persentase tingkat margin yang akan ditentukan dan berdasarkan kesepakatan bersama.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan Rimadhani¹¹² yang menyatakan bahwa margin tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian dan analisis data mengenai pengaruh simpanan (dana pihak ketiga), margin keuntungan, Non Performing (NPF) dan Financing to Deposit Ratio (FDR) terhadap pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Mandiri, maka dapat diambil kesimpulan sebagaimana berikut. Margin keuntungan tidak signifikan terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri. Tidak terdapatnya pengaruh dikarenakan ada unsur Falah didalamnya yang menyebabkan margin keuntungan tidak mempengaruhi pertumbuhan pembiayaan murabahah di Bank Mandiri Syariah.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil

Sebagaimana yang telah di jelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada Tabel 4.10 deskripsi variabel kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan di Pokusma BMT

¹¹² Mustika Rimadhani, *Analisis Variabel-Variabel yang mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Mandiri...* hal. 62.

Pahlawan Notorejo kepada anggota sudah baik, hal ini terlihat dari tanggapan anggota menyatakan setuju dari setiap item pertanyaan yang diajukan dengan persentase sebesar 24,2%. Bahkan kualitas pelayanan memiliki kecenderungan mempengaruhi positif sebesar 0,405 atau 40,5%, yakni apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan maka keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* akan meningkat sebesar 40,5%. Sesuai dengan hasil pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil*. Dimana, diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti “ *ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan bai' bitsaman ajil di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung*”.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pemilihan pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung. Hal ini mengindikasikan bahwa anggota menginginkan adanya pelayanan yang baik dan memuaskan kepuasan anggota. Menurut Fandy Tjiptono bahwa suatu kualitas pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Apabila jasa yang diterima sesuai harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik begitu juga

sebaliknya.¹¹³ Dengan demikian baik dan tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten.

Indikator yang dijadikan peneliti untuk mengukur seberapa besar harapan anggota dalam menilai pelayanan yang diberikan karyawan di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung yaitu dengan melihat lima dimensi kualitas pelayanan atau jasa yang terdiri dari *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (empati), dan *Tangibles* (produk-produk fisik atau fasilitas fisik). Dalam pemberian informasi maupun pelayanan kepada anggota harus didasarkan pada pemenuhan kepuasan anggota yang nantinya akan berdampak pada berkelanjutan melakukan hubungan dengan pihak lembaga maupun BMT. Pada dasarnya dengan memberikan jasa layanan yang terbaik untuk anggota atau nasabah, bank maupun lembaga keuangan lainnya dapat menciptakan berbagai produk serta jasa layanan. Bank maupun lembaga keuangan memberikan pelayanan agar dapat menjaga kredibilitas bank yang dapat bersaing dengan bank maupun lembaga keuangan lainnya, karena dari situ anggota atau nasabah akan melihat seberapa besar bank memberikan pelayanan yang bermutu dan kemudahan yang akan diberikan.¹¹⁴

Sesuai dengan hasil uji t yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pemilihan produk

¹¹³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa...* hal.60.

¹¹⁴ Euis Azizah, *Perbedaan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri, Jurnal Studi Akuntansi dan Bisnis*, (2014) Volume 1 Nomor 2

pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung. Hal ini terbukti bahwa anggota menganggap pelayanan yang diberikan karyawan BMT sudah cukup memenuhi kepuasan, penyampaian informasi mengenai pengajuan pembiayaan disampaikan dengan jelas oleh karyawan, karyawan telah menunjukkan perhatian atau empati yang besar terhadap anggota. Dengan adanya pelayanan yang baik kepada anggota akan membuat anggota tetap melakukan bertransaksi maupun pembiayaan di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung selama bertahun-tahun.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roviana¹¹⁵ yang menunjukkan bahwa hasil dari pengujian dibuktikan dengan koefisien regresi kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,525 atau 52,5 % yang berarti bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat anggota sebesar 52,5 %. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai kualitas pelayanan mampu meningkatkan minat anggota dalam membeli produk pembiayaan murabahah secara positif. Jadi semakin tinggi nilai kualitas pelayanan yang dimiliki BMT maka akan semakin tinggi pula minat anggota terhadap membeli produk pembiayaan murabahah. Adanya pengaruh yang positif terhadap minat anggota dibuktikan bahwa pelayanan yang diberikan BMT Amal Mulia telah dirasakan anggota cukup mampu memberikan kenyamanan dan kepercayaan yang mendorong anggota untuk melakukan pembiayaan murabahah di BMT Amal Mulia.

¹¹⁵ Eva Roviana, *Pengaruh Persepsi Harga Atau Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Membeli Produk Pembiayaan Murabahah...* hal.91.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Aini¹¹⁶ yang menyatakan bahwa suatu kualitas pelayanan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat muzakki untuk menyaurkan zakat profesi. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil uji statistik regresi linier berganda bahwa nilai kualitas pelayanan lebih besar dari nilai t_{table} sebesar 0,05 ($0,668 > 0,05$). Tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan disini, bahwa pelayanan yang diberikan mengenai penyampaian informasi tidak disampaikan dengan jelas, begitu juga dengan fasilitas perlengkapan dan sarana komunikasi tidak memadai yang berdampak pada tidak efektifnya layanan yang diberikan dan tidak memenuhi keinginan minat seorang muzakki.

C. Pengaruh Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*

Dari table 4.11 deskripsi keputusan pemilihan yang merupakan tanggapan anggota pembiayaan yang akan memutuskan melakukan transaksi pembiayaan khususnya pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung yang dipengaruhi oleh margin dan kualitas pelayanan. Dapat dilihat bahwa keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung sudah baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju pada kuesioner yang diberikan responden sebesar 240 atau 24,0%. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, hasilnya berbanding lurus yang didapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa margin dan kualitas pelayanan

¹¹⁶ Hanifah Nur' Aini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religius terhadap Minat Muzakki...* hal.95.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil*. Dimana, diperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti “ada pengaruh positif dan signifikan secara silmutan (bersama-sama) antara margin dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo.”

Sejalan dengan teorinya, dalam membuat keputusan anggota yang sebagai pengguna jasa bank memilih dari berbagai pilihan alternatif yang telah ditawarkan oleh beberapa bank, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Diantara niat pembelian dan keputusan membeli yang dilakukan oleh anggota dipengaruhi oleh banyak hal berupa stimulus yang datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi dan promosi. Anggota memiliki pemikirannya sendiri dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk yang akan dibelinya. Menurut Kotler dan Armstrong bahwa keputusan pembelian nasabah dipengaruhi oleh dua faktor yang bisa berada antara pembelian dan keputusan pembelian, faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.¹¹⁷

Dengan pentingnya keputusan pemilihan anggota dalam hal melakukan hubungan dengan BMT, maka BMT juga harus meningkatkan

¹¹⁷ Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...* hal.181.

kepuasan serta konsistensi dalam penetapan tingkat margin yang disesuaikan dengan kesepakatan bersama antara anggota dan lembaga serta memberikan pelayanan yang sesuai harapan anggota. Sehingga terbukti BMT mampu eksis selama kurang lebih 18 tahun dengan ribuan anggota yang dimiliki, sampai dilakukannya penelitian ini ada kurang lebih 1500 anggota pembiayaan yang dimiliki BMT Pahlawan merupakan kantor pusat, dan untuk anggota pembiayaan di kantor cabang Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulungagung memiliki kurang lebih anggota pembiayaan sekitar 600 anggota.

Sejalan dengan penelitian Roviana, menunjukkan persepsi harga atau margin dan kualitas pelayanan secara silmutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota membeli produk pembiayaan murabahah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga atau margin dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai sebesar 0,05 yang dilakukan dengan menggunakan uji F. Pengaruh dari persepsi harga atau margin dan kualitas pelayanan bahwa persepsi harga atau margin yang ditetapkan di BMT Amal Mulia sesuai dengan kehalalannya, syariahnya dan terhindar dari ketidak pastiannya karena margin bersifat fixed (pembayaran cicilan sama besarnya sampai akhir), serta pada waktu realisasi percairan tidak membutuhkan waktu lama. Dan untuk kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup mampu memberikan kenyamanan dan kepercayaan yang mendorong anggota untuk melakukan pembiayaan murabahah di BMT Amal Mulia.

Didukung juga penelitian Kariro¹¹⁸ yang mengemukakan bahwa persepsi nasabah, margin dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Dengan ditunjukkan nilai F hitung dari besarnya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai sebesar 0,05. Pengaruh dari persepsi nasabah, nasabah tidak memperhitungkan dalam pengambilan pembiayaan, untuk margin dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah dan seluruh nasabah dari BMT Amal Mulia tidak meragukan dari prosedur maupun sistem yang dijalankan oleh BMT.

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan variable margin dan kualitas pelayanan ini juga didukung oleh hasil *Adjusted R Square* pada Koefisien Determinasi sebesar 37,5% hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 37,5% yang dapat mempengaruhi keputusan pemilihan produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* dapat dijelaskan oleh variable independen yang ada pada penelitian ini, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variable lain diluar variable yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini wajar terjadi karena dalam berbagai teori, variable yang masuk dalam keputusan anggota memilih produk pembiayaan beragam, misalnya pada teori Basu Swastha, Kotler dan Armstrong dijelaskan bahwa proses keputusan anggota yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk tertentu dipengaruhi oleh faktor sikap orang lain, faktor situasional serta berbagai hal stimulus yang datang dari informasi mengenai produk, harga, tempat, dan promosi.

¹¹⁸ Ainul Kariro, *Pengaruh Persepsi Nasabah, Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah...* hal.88.

Sedangkan dalam peneliti mengambil dari variable harga yang dapat menentukan adanya keuntungan atau margin didalam pembiayaan *bai' bitsaman ajil* dengan dihubungkan suatu kualitas pelayanan dari karyawan BMT.