

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Pengaruh Pengetahuan tentang Margin terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada nasabah/anggota dari Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung yang merupakan nasabah pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil, kemudian peneliti melakukan analisis dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22. Dari hasil perhitungan yang diperoleh, dapat diinterpretasikan bahwa pengetahuan tentang margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen/nasabah merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>121</sup> Secara umum pengetahuan merupakan hasil pengindraan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan sebagainya).<sup>122</sup> Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka

---

<sup>121</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* .....Hlm. 120

<sup>122</sup> Sukidjo Notoatmojo, *Metode Penelitian* .....Hlm. 3

ia akan lebih dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi dan mampu *merecall* informasi dengan lebih baik.<sup>123</sup> Dan Margin merupakan tingkat selisih atau kenaikan nilai dari aset yang mengalami peningkatan nilai dari biaya produksi dan harga jual.<sup>124</sup>

Pengetahuan tentang margin adalah sejauh mana nasabah mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan margin. Seperti informasi tentang margin, pengetahuan lain terkait produk pembiayaan dengan menggunakan margin salah satunya Bai' Bitsaman Ajil (BBA), informasi tentang fungsi sebagai nasabah pembiayaan dengan menggunakan margin yaitu pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA). Hasil penelitian tersebut dikuatkan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Asmat Dae dengan judul "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bank Syariah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung".

Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan dapat diinterpretasikan bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari beberapa indikator yaitu pengetahuan tentang atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan produk atau jasa menyatakan adanya pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota bank syariah.<sup>125</sup> Pengetahuan tentang margin memiliki pengaruh yang sangat penting bagi keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan

---

<sup>123</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* .....Hlm.119

<sup>124</sup> Sri Dewi Anggadini, "Penerapan Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet-Cianjur", *Majalah Ilmiah UNIKOM*, Vol.9, No.2, 8 Agustus 2011, Hlm.190

<sup>125</sup> Asmat Dae, *Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bank Syariah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, IAIN Tulungagung, 2017

Tulungagung. Karena Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) adalah hubungan akad jual beli dengan pembayaran tangguh atau angsuran dan Bank mendapat hasil *mark-up*.<sup>126</sup> Dapat disimpulkan bahwa nasabah pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung membayar jumlah kewajibannya kepada Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung dengan sejumlah harga barang modal dan *mark-up* yang disepakati (margin).

### **B. Pengaruh Lokasi Kantor terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada nasabah/anggota dari Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung yang merupakan nasabah pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA), kemudian peneliti melakukan analisis dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22. Dari hasil perhitungan yang diperoleh, dapat diinterpretasikan bahwa lokasi kantor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung. Lokasi kantor sangat penting dalam penentuan keputusan nasabah.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa lokasi kantor sangat penting dalam penentuan keputusan nasabah, lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor Bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas,

---

<sup>126</sup> Muhammaad Sholahudin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*..... Hlm. 150

dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan Bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan Bank itu sendiri.<sup>127</sup>

Lokasi yang strategis seperti mudah ditemukan karena dekat dengan lembaga keuangan lain/pasar/kawasan industri, berada di lingkungan yang nyaman karena dekat dengan sarana dan prasarana umum. Layout gedung seperti bentuk gedung di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung memberikan kesan bonafid dan tidak kuno, dan tempat parkir di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung luas dan aman. Layout ruangan seperti suasana ruangan Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung terkesan luas dan lega, dan tata letak kursi dan meja di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan tersusun rapi. Ketiga hal tersebut menarik minat nasabah untuk mengambil keputusan memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung karena nasabah juga memerlukan keamanan dan kenyamanan dari setiap transaksi yang ia lakukan dengan lembaga.

Hasil penelitian tersebut dikuatkan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rizqa Ramadhani Tyas dengan judul "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT

---

<sup>127</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*.....Hlm. 163

Sumber Mulia Tuntang”. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah adalah signifikansi positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh pada keputusan menabung. artinya apabila lokasi berada di tempat yang strategis maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia.<sup>128</sup>

### **C. Pengaruh Citra Lembaga terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada nasabah/anggota dari Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung yang merupakan nasabah pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil, kemudian peneliti melakukan analisis dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22. Dari hasil perhitungan yang diperoleh, dapat diinterpretasikan bahwa citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa Citra Lembaga / *Corporate Image* merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.<sup>129</sup> Kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan.<sup>130</sup> Citra

---

<sup>128</sup> Rizqa Ramadhani Tyas, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, STAIN Salatiga, 2012

<sup>129</sup> Soleh Soemirat & Elvinaro Ardoanto.....Hlm. 111-112

<sup>130</sup> *Ibid*, Hlm. 114

merupakan dunia menurut persepsi.<sup>131</sup> Dalam lembaga seperti Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung kesan yang dimaksud meliputi kesan terhadap pelayanan yang diberikan di lembaga, kesan tentang Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung yang amanah, dan profesional. Perasaan yang dimaksud meliputi rasa suka dan nyaman terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung. Dan gambaran terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung meliputi gambaran tentang sistem yang diterapkan di lembaga.

Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi.<sup>132</sup> Citra itu sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif.<sup>133</sup> Citra perusahaan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan dan keberhasilan praktek perusahaan. Citra yang buruk dapat melahirkan dampak buruk bagi operasi bisnis perusahaan. Sementara citra yang baik dapat mendatangkan banyak manfaat bagi perusahaan.<sup>134</sup> Hasil penelitian tersebut dikuatkan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Arif Nurwanto, dengan judul “Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank BPD DIY Syariah”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syariah secara parsial. Citra

---

<sup>131</sup> *Ibid*, Hlm. 114

<sup>132</sup> *Ibid*, Hlm. 125

<sup>133</sup> *Ibid*, Hlm. 112

<sup>134</sup> Inigo Ayom Bawono, *Citra Bank dalam Keputusan Pembelian Produk KPR oleh Konsumen : Studi Pada Nasabah Bank Mandiri, BTN, dan Sales Person Produk KPR Bank Mandiri, Universitas Indonesia, 2012, Hlm. 32*

lembaga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syariah secara simultan.<sup>135</sup>

#### **D. Pengaruh Pengetahuan tentang Margin, Lokasi Kantor, dan Citra Lembaga terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung**

Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh secara simultan antara Pengetahuan tentang margin, lokasi kantor, dan citra lembaga terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung. Keputusan nasabah merupakan sesuatu proses yang terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.<sup>136</sup>

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa proses pertama dalam pengambilan keputusan yakni pengenalan kebutuhan, di mana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan konsumen dapat dipicu oleh rangsangan *internal* ketika salah satu kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar, haus, seks, dan lain sebagainya timbul pada tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan *eksternal*, seperti iklan.<sup>137</sup> Rangsangan *internal* dipengaruhi oleh karakteristik konsumen atau nasabah yang meliputi beberapa faktor seperti budaya, sosial, dan pribadi. Dan juga dipengaruhi oleh psikologi

---

<sup>135</sup> Arif Nurwanto, *Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank BPD DIY Syariah*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015

<sup>136</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.....Hlm. 179

<sup>137</sup> *Ibid*, Hlm. 179

konsumen atau nasabah, seperti faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan, dan sikap. Rangsangan *eksternal* yang ada seperti rangsangan yang berasal dari pemasar dan juga rangsangan lain. Rangsangan pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi.<sup>138</sup> Rangsangan lain terdiri dari ekonomi, teknologi, politik dan budaya.

Untuk memenuhi kebutuhan normal manusia, maka setiap orang harus melakukan suatu usaha. Kebutuhan nasabah seperti kebutuhan akan dana untuk pengembangan usaha dapat terpenuhi dengan salah satu cara misalnya dengan pengajuan pembiayaan di sebuah lembaga keuangan. Pemasar dalam hal ini lembaga keuangan akan menawarkan produk seperti produk pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil. Harga dari produk tersebut berupa nilai dari talangan dana ditambah dengan margin yang sesuai dengan kesepakatan. Oleh karena itu nasabah perlu mengetahui hal-hal yang berkaitan tentang margin. Salah satu rangsangan *eksternal* dari segi pemasar/lembaga yakni tempat/lokasi yang ditawarkan oleh lembaga. Lokasi kantor sangat penting dalam penentuan keputusan nasabah karena nasabah juga memerlukan keamanan dan kenyamanan dari setiap transaksi yang ia lakukan dengan lembaga.

Rangsangan *internal* dalam pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh psikologi konsumen seperti faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan, dan sikap. Citra merupakan dunia menurut persepsi.<sup>139</sup> Citra perusahaan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan dan keberhasilan praktek perusahaan. Citra yang buruk dapat melahirkan dampak buruk bagi

---

<sup>138</sup> *Ibid*, Hlm. 159

<sup>139</sup> Soleh Soemirat & Elvinaro Ardoanto.....Hlm. 114



operasi bisnis perusahaan. Sementara citra yang baik dapat mendatangkan banyak manfaat bagi perusahaan. Dapat dikatakan bahwa berdasarkan teori ketiga variabel tersebut yakni pengetahuan tentang margin, lokasi kantor, dan citra lembaga memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian nasabah.