

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS 16.0, maka dapat menjelaskan rumusan masalah yang tertuang dalam penelitian ini. Penjelasan tersebut adalah sebagai berikut :

A. Pengaruh Margin terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung Periode 2015-2017

Berdasarkan dari data yang peneliti dapatkan, menunjukkan bahwa margin yang diberikan oleh BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Dan juga margin yang di tawarkan oleh lembaga di anggap menarik dan murah, sehingga margin mampu mempengaruhi minat anggota pada pembiayaan murabahah.

Menurut teori Binti Nur Asiyah faktor-faktor yang mempengaruhi Margin yaitu komposisi pendanaan, tingkat persaingan, resiko pembiayaan, jeni nasabah, kondisi perekonomian, dan tingkat keuntungan yang di harapkan lembaga.¹²⁶

Di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung memberikan sejumlah margin yang telah disepakati oleh pihak BMT dan anggota. Di BMT Sinar Amanah Boyolangu besarnya margin selama 1 tahun adalah sekitar 24% dari harga pokok. Hal ini bisa di lihat dari

¹²⁶ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Terasa, 2014) hal. 157

tabel 1.4 tentang perhitungan margin di BMT Sinar Amanah Boyolangu.¹²⁷ Di tabel tersebut di jelaskan margin yang diberikan bisa berubah-ubah sesuai dengan berapa pembiayaan yang di ambil dan berapa lama jangka waktunya. Semakin lama jangka waktu yang di ambil untuk pembiayaan murabahah maka akan semakin besar pula margin yang diberikan.

Sedangkan di BMT Harapan Umat besarnya margin sekitar 15%-20% dari harga pokok selama 10 bulan. Hal ini bisa di lihat pada tabel 1.5 tentang perhitungan margin di BMT Harapan Umat Tulungagung.¹²⁸ di tabel tersebut di jelaskan bahwa yang mempengaruhi margin yaitu berapa banyak pembiayaan murabahah yang di ambil oleh anggota. Semakin banyak pembiayaan murabahah yang di ambil maka akan semakin banyak pula margin yang di berikan oleh lembaga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa margin yang diberikan oleh kedua lembaga mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian hasil uji t yang peneliti lakukan menyatakan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung periode 2015-2017. Hal ini di karenakan margin yang diberikan lembaga rendah atau murah sehingga minat anggota pada pembiayaan murabahah di kedua lembaga semakin tinggi. Dan jika tingkat margin yang diberikan tinggi, maka minat anggota pada pembiayaan murabahah akan mengalami penurunan.

¹²⁷ Lihat di tabel 1.4 , hal. 8

¹²⁸ Lihat di tabel 1.5, hal. 8

Secara teori, yang dimaksud margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.¹²⁹

Terjadi signifikan antara margin dan minat nasabah karena dari beberapa indikator itu sudah di laksanakan di lembaga dengan baik. Seperti halnya jenis nasabah, di BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat margin itu bisa di negosiasi jika anggota yang mengambil pembiayaan itu sudah sering mengambil pembiayaan di lembaga tersebut. Dan membayar cicilan tepat waktu.

Dalam penentuan tingkat margin terkadang dalam lembaga keuangan seperti Lembaga Keuangan Syariah penetapannya masih ditentukan dari lembaga tersebut. Mereka menjelaskan bahwa beberapa nasabah terkadang belum paham tentang berapa margin yang sesuai pada saat ini. Dengan fenomena tersebut biasanya Lembaga Keuangan Syariah mulai mematok berapa margin yang akan diberikan kepada nasabah, serta tidak melupakan dari mana berasalnya margin yang telah ditentukan. Penetapan besarnya margin yang di lakukan oleh Lembaga Keuangan Syariah berdasarkan kebutuhan dan kondisi lingkungan yang di hadapinya.

Di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung juga memberikan kesempatan kepada anggota untuk mengambil jangka waktu pembayaran sesuai dengan kemampuan anggota masing-masing.

¹²⁹Adiwarman Karim, *Bank Islam: analisis fiqh dan keuangan* (Jakarta:RajaGrafindo,2006), hal.280

Ketika margin yang ditetapkan oleh BMT sudah sesuai dengan anggota masing-masing, maka anggota akan berminat untuk mengajukan pembiayaan murabahah di BMT tersebut.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sri Wulandari,¹³⁰ dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel margin terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.

Akan tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Kusumawardhani.¹³¹ Dalam penelitiannya menunjukkan variabel tingkat margin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah pada KSPPS Ubasyada Ciputat.

Jadi berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada BMT Sinar Amanah Boyolangu. Begitu juga pada BMT Harapan Umat Tulungagung bahwa margin juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah. Hal ini didukung dari teori Binti Nur Aisyah dan disebabkan karena Lembaga sudah menerapkan beberapa indikator-indikator yang sudah dijelaskan. Dengan memberikan margin yang murah dan menarik untuk anggota, maka akan meningkatkan minat anggota pada pembiayaan murabahah.

¹³⁰ Sri Wulandari, *Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang*, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017)

¹³¹ Nisa Kusumawardhani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017)

B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung Periode 2015-2017

Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan di ketahui bahwa kualitas produk yang diberikan oleh BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan para anggotanya sehingga menarik minat anggota pada pembiayaan murabahah.

Dimensi kualitas produk menurut Fandy Tjiptono¹³², antara lain : Kinerja (Performance), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features), Kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, dan Kualitas yang dipersepsikan. Ketika suatu produk itu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota maka hal ini akan menarik minat anggota dengan sendirinya terhadap pembiayaan murabahah yang ada di lembaga tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan hasil uji t menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota di BMT Sinar Amanah Boyolangu periode 2015-2017. Sehingga jika kualitas produk yang diberikan semakin baik/ berkualitas maka semakin meningkat juga minat anggota pada pembiayaan murabahah, tapi sebaliknya jika kualitas produk yang diberikan kurang maka minat anggota juga akan menurun terhadap pembiayaan murabahah di lembaga itu sendiri.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat

¹³² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andy, 2008), hal 25

dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan, dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai.¹³³

Hal ini juga sesuai dengan hasil uji t menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota di BMT Harapan Umat Tualungagung periode 2015-2017.

Produk yang diinginkan oleh pelanggan, baik itu yang berwujud atau tidak berwujud adalah produk dengan kualitas yang baik. Artinya kualitas produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan seperti halnya BMT kepada anggotanya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang lainnya. Sehingga jika kualitas produk dibungkus dengan baik, maka akan mempengaruhi minat nasabah akan produk yang ditawarkan.

Di BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat juga memperhatikan tentang bagaimana produk yang akan dipasarkan untuk para anggota dan calon anggotanya. Dengan memberikan inovasi-inovasi baru tentang produknya sehingga anggota dan calon anggota akan lebih tertarik pada produk di lembaga tersebut.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat, mengenai kualitas produk, bahwa secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan

¹³³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 211

nasabah pembiayaan.¹³⁴ Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nisa Kusumawardhani, mengenai kualitas produk menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah pada KSPPS Ubasyada Ciputat.

Jadi berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada BMT Sinar Amanah Boyolangu. Begitu juga pada BMT Harapan Umat Tulungagung bahwa kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah. Itu disebabkan karena kedua Lembaga tersebut sudah menerapkan indikator-indikator yang telah disebutkan di atas dengan baik. Dengan memberikan produk jasa yang baik dan berkualitas bisa mempengaruhi minat anggota untuk mengambil pembiayaan murabahah di lembaga tersebut.

C. Pengaruh Promosi terhadap Minat Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung Periode 2015-2017

Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan di ketahui bahwa promosi yang di lakukan di BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat baik dan menarik sehingga minat nasabah pada pembiayaan murabahah semakin meningkat.

¹³⁴ Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura Vol.11, No.1, Maret, 2009: 59-72)

Hal tersebut sesuai dengan uji t yang menyatakan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota di BMT Sinar Amanah Boyolangu periode 2015-2017.

Menurut Kasmir dalam bukunya menganalisis strategi promosi dalam menarik minat nasabah dilakukan dengan menggunakan empat macam sarana promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan baik produk maupun jasanya diantaranya periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity).¹³⁵ Ketika keempat sarana promosi tersebut dilakukan dengan baik maka akan menarik minat anggota pada pembiayaan murabahah.

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, di mana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi.

Promosi itu merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggotanya. Karena dengan adanya promosi masyarakat akan lebih mengetahui tentang produk apa dan bagaimana yang ada di lembaga itu sendiri.

Di BMT Sinar Amanah telah melakukan kegiatan promosi dengan cukup baik, lembaga ini melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur kepada

¹³⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal.175.

masyarakat dan juga mendatangi langsung rumah-rumah warga sekitar untuk melakukan sosialisasi tentang produk yang lembaga ini miliki.

Promosi yang dilakukan BMT Harapan Umat lebih komplit dari BMT Sinar Amanah, lembaga ini melakukan promosi seperti memasukan iklan di radio, pendekatan jaringan, melakukan forum kajian dan UKM, promosi di media social yang sekarang ini banyak di gunakan masyarakat dari semua kalangan. Di lembaga ini juga menggunakan brosur untuk mempromosikan produk-produknya , tapi menurut lembaga ini penggunaan brosur dirasa kurang efektif sekarang karena brosur yang di berikan kepada masyarakat akan di buang tanpa di baca.

Hal tersebut sesuai dengan uji t menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Harapan Umat Tulungagung periode 2015-2017.

Penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Saidah Mushoffa Rohmah dengan hasil yang diperoleh mengenai Pengaruh Pengetahuan ,Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo. Menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima. Dengan demikian maka, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan di BMT Sinar Amanah Boyolangu. Begitu juga hasil dari penelitian yang telah di lakukan di BMT Harapan Umat juga menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

minat anggota pada pembiayaan murabahah. Disebabkan karena di dua lembaga telah melakukan indikator-indikator yang telah di jelaskan diatas dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan di BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat sudah cukup baik dan menarik.

D. Pengaruh Margin, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung Periode 2015-2017

Dari uji f menunjukkan bahwa margin, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan di BMT Harapan Umat Tulungagung periode 2015-2017. Berarti hipotesis 4 teruji, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara Margin, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Artinya jika Margin yang diberikan murah itu akan menarik minat anggota terhadap pembiayaan murabahah. Dan jika kualitas produk dan promosi yang di berikan baik dan menarik maka minat anggota juga akan meningkat terhadap pembiayaan murabahah.

Minat disini ada beberapa indikator yaitu kognisi (pengenalan) adalah kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Konasi (kemauan) adalah fungsi hidup kejiwaan

manusia. Sedangkan emosi adalah kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungan.¹³⁶

Jika anggota itu mengetahui sendiri bagaimana lembaga yang akan mereka pilih, maka mereka akan lebih yakin lagi untuk mengambil pembiayaan di lembaga tersebut. Minat anggota sebenarnya juga di pengaruhi oleh lingkungan di lembaga itu sendiri. Jika nasabah merasakan kenyamanan jika berada di lembaga tersebut baik nyaman dengan tempatnya atau nyaman dengan anggota lain. Maka minat nasabah sendiri akan terus meningkat terhadap lembaga tersebut.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sri Wulandari, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa margin dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah.

Jadi berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa margin, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Margin, Kualitas produk, dan promosi itu termasuk dalam marketing mix. Jadi semua variabel itu penting karena merupakan kegiatan pemasaran guna untuk menarik minat anggota.

¹³⁶ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1998), hlm. 151