

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan terhadap masing-masing variabel penelitian maka peneliti mencoba memberikan pembahasan terhadap permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

A. Pengaruh Langsung Syariah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangrangkring Dukun Gresik (H_1)

Berdasarkan hasil pengujian regresi sederhana pada variabel syariah marketing terhadap kepuasan nasabah diperoleh t hitung 9,688 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,699. Hal tersebut menunjukkan bahwa syariah marketing berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangrangkring Dukun Gresik. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai koefisien regresi bertanda positif, temuan tersebut menandakan bahwa semakin tinggi syariah marketing maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangrangkring Dukun Gresik.

Kepuasan tercipta karena nasabah merasakan terjadinya kesesuaian antara harapan atau keinginan yang diharapkan sebelum menggunakan jasa KSPPS BMT Mandiri Sejahtera dengan kenyataan yang dirasakan setelah menggunakan

jasa BMT. Dalam hal ini KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik dalam melakukan bisnis telah menerapkan nilai-nilai syariah marketing dalam memberikan pelayanan kepada nasabah selalu mengedepankan prinsip syariah, selalu mengedepankan akhlak mulia, selalu bersikap professional, dan selalu mengedepankan ukhuwah Islamiyah. Sebagaimana teori Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula bahwa seorang muslim yang baik, dalam transaksi muamalahnya, dalam hal ini pemasaran baik sebagai pemimpin perusahaan, pemilik, pemasar, pesaing, maupun sebagai pelanggan, hendaklah prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, etika, dan moralitas menjadi napas dalam setiap bentuk transaksi bisnisnya.¹ Sebagaimana firman Allah:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. An-nahl: 90)

Nabi Muhammad SAW memberikan contoh yang baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh, apalagi kecewa.² Ini menandakan bahwa syariah marketing telah mengutamakan kepuasan nasabah.

¹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, , Syariah marketing, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 7.

² Ibid., 44.

Pada umumnya nasabah akan merasa puas menggunakan jasa lembaga keuangan syariah jika sudah merasa nyaman dan memiliki kepercayaan yang tinggi pada lembaga tersebut.

Allah SWT dalam al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa rendah hati, berwajah manis, bertutur kata baik, berperilaku sopan termasuk dalam aktivitas berbisnis.³ Sebagaimana firman Allah:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾
وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.” (QS. Luqman : 18-19)

Sama halnya yang dilakukan oleh KSPPS BMT Mandiri Sejahtera dalam meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan jasa BMT Mandiri Sejahtera adalah karyawan BMT melayani dengan ramah dan sopan santun, serta bersikap rendah hati sehingga membuat nasabah kersan dalam melakukan transaksi di BMT. Kemudian Karyawan BMT Mandiri Sejahtera berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja, dalam bekerja professional dan berpengalaman, karyawan BMT Mandiri Sejahtera tidak membedakan status nasabah serta bersedia membantu kesulitan yang dihadapi nasabah. Kondisi tersebut membuat nasabah merasa

³ Ibid., 17.

nyaman dan puas dalam menggunakan jasa dan bertransaksi di BMT Mandiri Sejahtera.

Hasil yang diperoleh di dalam tahapan pengujian hipotesis pertama konsisten dengan hasil penelitian Anisa Agustina (2011) di dalam penelitiannya ditemukan bahwa karakteristik syariah marketing yang dinilai dari teistis, etis, realistis dan humanistis secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Artha Mas Abadi Pati.⁴ Kemudian didukung lagi oleh penelitian Nadya (2014) didalam penelitiannya ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dalam menggunakan jasa Rumah Sakit BMC Padang, temuan tersebut menandakan bahwa kepuasan tercipta karena pasien merasakan terjadinya kesesuaian antara harapan atau keinginan sebelum menggunakan jasa Rumah Sakit dengan kenyataan yang dirasakan setelah menggunakan jasa Rumah Sakit.⁵

B. Pengaruh Langsung Syariah Marketing terhadap Kecenderungan Pembiayaan Ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik (H₂)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan nilai koefisien beta sebesar 0,505 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut

⁴ Anisa Agustina, "Pengaruh Karakteristik Syariah marketing Terhadap Kepuasan Nasabah pada BPRS Artha mas Abadi Pati", (Skripsi—IAIN Walisongo Semarang, 2011).

⁵ Nadya Jeanasis, "Analsis Pengaruh Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas (Studi Pada Rumah Sakit BMC Padang)", (Skripsi—Universitas Andalas Padang 2012).

menunjukkan bahwa syariah marketing berpengaruh positif secara langsung terhadap kecenderungan pembiayaan ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik. Hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa mutu dan kualitas layanan secara syariah yang dirasakan nasabah dalam melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera selalu terjaga atau konsisten sehingga segala keinginan atau pun harapan yang diinginkan oleh nasabah selalu dapat direalisasikan, kondisi ini tentu menciptakan kesan yang positif dalam diri nasabah untuk terus menggunakan jasa BMT Mandiri Sejahtera ketika membutuhkan dana dan ingin melakukan pembiayaan. Kesan positif juga menciptakan komitmen yang kuat dan mengenyampingkan lembaga keuangan yang lain di luar BMT Mandiri Sejahtera.

Menurut Johan Arifin bahwa semakin beretika dalam berbisnis, maka dengan sendirinya dia akan menemukan kesuksesan.⁶ Salah satu keistimewaan dari syariah marketing adalah memiliki sifat amanah. Amanah dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada nasabah.⁷ Sebagaimana firman Allah:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝ ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah

⁶ Johan Arifin, Fiqh Perlindungan Konsumen, (Semarang: Rasail, 2007), 58.

⁷ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, Syariah Marketing..., 126.

memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” (QS. An-Nisa’: 58)

Hal inilah yang dilakukan oleh KSPPS BMT Mandiri Sejahtera, etika merupakan hal yang penting dan selalu dikedepankan dalam melakukan pemasaran, sehingga komitmen dan kepercayaan nasabah semakin tinggi dalam melakukan pembiayaan ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik.

Hasil yang diperoleh dalam tahapan uji hipotesis yang kedua didukung dengan hasil penelitian Suryo Triyono (2009) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kecenderungan pembelian kembali.⁸

C. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Kecenderungan Pembiayaan Ulang

Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa nilai koefisien beta sebesar 0,365 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pembiayaan ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik. Di dalam tahapan pengujian terlihat bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah akan meningkatkan kecenderungan pembiayaan ulang nasabah pada BMT Mandiri Sejahtera. Sebagaimana teori

⁸ Suryo Triyono, “Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali (Repurchase)” (Skripsi---UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009).

Ujang Sumarwan yang mengatakan bahwa kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.⁹

Hasil pengujian terjadi karena segala keinginan atau harapan yang dimiliki oleh nasabah ketika melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera dapat terpenuhi, seperti akses lokasi BMT yang mudah dijangkau, karyawan BMT melayani dengan cermat dan cepat, melayani dengan ramah dan sopan serta dapat menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap. Terjadi kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang dirasakan dalam menggunakan jasa di BMT Mandiri Sejahtera tentu menciptakan kesan positif kepada BMT, akibatnya keinginan untuk melakukan pembiayaan ulang akan tercipta di benak para nasabah berdasarkan kepuasan yang dirasakan, kemudian mereka menceritakan hal yang positif tentang BMT kepada orang lain serta mendorong nasabah untuk menggunakan produk lain yang ditawarkan di BMT.

Hasil yang diperoleh didalam tahapan pengolahan data sejalan dengan Suryo Triyono (2009) didalam penelitiannya ditemukan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap kecenderungan pembelian kembali. Didukung juga oleh penelitian Yukhebeth Yulita Heryani (2014), yang menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pembelian ulang. Pengaruh yang ditimbulkan

⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, Cct. 1 Ed. 2, 2011), 386-387.

bersifat positif, artinya bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan konsumen pada bengkel Andoyo Motor maka pembelian ulang yang terjadi di bengkel Andoyo Motor akan semakin meningkat.

D. Pengaruh Syariah Marketing dan Kepuasan Nasabah terhadap Kecenderungan Pembiayaan Ulang

Berdasarkan hasil uji f ditemukan bahwa f hitung sebesar 88,673 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama syariah marketing dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pembiayaan ulang. Temuan ini memperkuat teori Kasmir yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, di samping akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama) untuk terus mengonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya.¹⁰

Hasil yang diperoleh konsisten dengan Suryo Triyono (2009) didalam penelitiannya menemukan bahwa kinerja pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pembelian kembali. Dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang penting harus dilakukan dan harus dijaga kualitasnya dan selalu ditingkatkan, karena kualitas pelayanan yang

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

diberikan perusahaan kepada konsumen akan ikut berpengaruh terhadap perilaku konsumen selanjutnya, apakah akan terus menggunakan jasa tersebut atau berpindah kepada perusahaan lain. Suryo Triyono menyatakan bahwa kepuasan konsumen dianggap penting karena hasil penjualan perusahaan bersumber dari dua kelompok dasar, yaitu pelanggan baru dan pelanggan yang membeli ulang. Maka perusahaan berusaha agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dengan jalan membuatnya agar selalu merasa senang dan puas. Pelanggan yang puas akan membeli produk kembali kemudian menceritakan produk itu kepada orang lain.¹¹

Dalam syariah marketing, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh bentuk transaksinya menjadi ibadah di hadapan Allah SWT.¹² Hal ini yang membedakan syariah marketer dengan marketer lainnya. Jika semua hal yang dilakukan karena Allah akan membawa keberkahan bagi pelaku bisnis tersebut. Menurut teori Lovelock sebagaimana dikutip Nurlailah, menyatakan bahwa pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru.¹³

¹¹ Suryono Triyono, "Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali (Repurchases)"..., 3.

¹² Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*,..., 8.

¹³ Nurlailah, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya: UIN SA Press, 2014), 48.

Dalam hal ini KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik menerapkan strategi syariah marketing dan mengutamakan kepuasan nasabah. Karena kepuasan nasabah akan mendorong nasabah melakukan pembiayaan ulang serta menceritakan produk BMT kepada orang lain sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nasabah KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik.

E. Pengaruh Syariah Marketing Melalui Kepuasan Nasabah terhadap Kecenderungan Pembiayaan Ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik (H_3)

Berdasarkan analisis jalur yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh syariah marketing terhadap kecenderungan pembiayaan ulang melalui kepuasan nasabah, terlihat dari hasil perhitungan manual besarnya pengaruh tidak langsung sebesar 0,255 yang merupakan hasil perkalian antara $(P_{y_1x_1})$ dan $(P_{y_2y_1}) = 0,699 \times 0,365 = 0,255$. Hal tersebut menunjukkan bahwa syariah marketing berpengaruh terhadap kecenderungan pembiayaan ulang melalui kepuasan nasabah pada BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui adanya pengaruh syariah marketing terhadap kecenderungan pembiayaan ulang melalui kepuasan nasabah. Pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif, artinya bahwa semakin

tinggi syariah marketing yang diberikan oleh KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik akan memberikan kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah yang dihasilkan akan meningkatkan kecenderungan pembiayaan ulang di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik. Pengaruh tidak langsung dari syariah marketing terhadap kecenderungan pembiayaan ulang melalui kepuasan nasabah dengan angka 0,255 atau 25,5% menunjukkan pengaruh yang kecil.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yukhebeth Yulita Heryani (2014), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen sebesar 0,0512 atau 5,12%.

Kualitas pelayanan khususnya dalam sebuah layanan jasa, menjadi unsur yang penting untuk menarik perhatian konsumen, hal ini dikarenakan kualitas jasa merupakan perbandingan hasil dari pandangan konsumen antara harapan dan kenyataan. Sehingga kualitas jasa merupakan kunci dari kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Disaat kualitas yang diberikan perusahaan sesuai dan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen, maka besar kemungkinannya konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian ulang di perusahaan yang ada, maka kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang di layanan jasa

tersebut.¹⁴ Dalam syariah marketing Prinsip-prinsip moral dan etika juga merujuk kepada fakta bahwa manusia, apapun agama, warna kulit, atau tempatnya, berasal dari keturunan yang sama, Adam dan Hawa. Sekalipun berbeda, sejatinya semua manusia bersaudara. Bisnis hanyalah salah satu dari bentuk hubungan kemanusiaan ini. Karena itu, bisnis tidak bisa mengesampingkan persoalan silaturahmi.¹⁵ Sebagaimana firman Allah dalam surat An-nisa' ayat 1 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا
كَثِيرًا وَنِسَاءً ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.” (QS. An-nisa' : 1)

Inilah yang menjadi keistimewaan syariah marketer dari marketer pada umumnya. Dimana syariah marketer selalu menjunjung nilai kemanusiaan dan persaudaraan. Sama halnya di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Dukun Gresik yang selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan bersilaturahmi kepada nasabah. Setiap hari karyawan KSPPS

¹⁴ Yukhebeth Yulita Heryani, “Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Pembelian Ulang yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Bengkel Andoyo Motor Yogyakarta)” (Skripsi---Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), 41.

¹⁵ Sanerya Hendrawan, *Spiritual Management*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2009), 215.

BMT mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik bersedia mendatangi stand-stand nasabah yang berjualan di pasar serta ke rumah-rumah nasabah untuk penyeteroran dan penarikan tabungan. Dan juga nasabah yang ingin membayar cicilan pembiayaan. Inilah yang menjadi nilai lebih dari KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik. Dengan sering bersilaturahmi akan membuat nasabah merasa nyaman dalam bertransaksi dengan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik. Kualitas layanan yang sesuai dengan syariah, terciptanya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan BMT, kualitas produk yang dirasakan cocok dan dapat diterima baik oleh nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dan kepuasan nasabah yang dihasilkan akan meningkatkan kecenderungan pembiayaan ulang pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Dukun Gresik.