

**Pengaruh Promosi, Nilai Syari'ah, dan Prosentase *Margin* Terhadap Minat Nasabah
untuk Mengajukan Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera
Cabang Pangean.**

Khotib Sholeh
Anisa Nur Fauzia

Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

khotibsholeh@unisda.ac.id
anisanurfauzia8@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, nilai syariah dan prosentase margin baik secara *simultan* maupun *parsial* terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan *murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 15 responden. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu Sampling Jenuh. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif responden, analisis statistic deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu promosi, nilai syariah dan prosentase margin berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah. Sedangkan pada hasil uji t parsial, variabel promosi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah, kemudian variabel nilai syariah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah, dan variabel prosentase margin juga tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah.

Kata kunci: Promosi, Nilai Syari'ah, Prosentase Margin, Minat Nasabah.

Pendahuluan

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)¹ merupakan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berbentuk koperasi yang sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). KSPPS terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang merupakan entitas keuangan mikro syari'ah yang unik dan spesifik khas Indonesia. Dalam melaksanakan fungsinya, KSPPS memiliki peran ganda yaitu sebagai lembaga bisnis (*tamwil*) yang mengejar *profit oriented* dan disisi yang lain, melakukan fungsi sosial yakni

¹ Selanjutnya disingkat dengan KSPPS.

menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana Zakat Infaq Shadaqah dan Wakaf (ZISWAF).²

Salah satu fungsi *tamwil* yang dilakukan KSPPS adalah pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah merupakan salah satu produk pembiayaan yang dimiliki KSPPS BMT Mandiri Sejahtera yang ditawarkan kepada masyarakat. Tentunya, produk tersebut harus dipasarkan kepada masyarakat, agar mereka mengerti, memahami dan akhirnya tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Namun, dalam kenyataannya terdapat banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan *murabahah*. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini akan difokuskan pada tiga aspek saja. Yaitu; pengaruh promosi, nilai syariah dan prosentase bagi hasil terhadap minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.

Promosi menurut Djaslim Saladin adalah suatu komunikasi informasi antara penjual dan pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.³ Secara umum promosi adalah kegiatan memasarkan suatu produk dan dalam memasarkan suatu produk seseorang harus mempunyai strategi.

Faktor yang selanjutnya adalah nilai syariah terhadap produk syariah yang pada khususnya pada produk pembiayaan murabahah. Nilai syariah merupakan aspek dasar suatu lembaga keuangan syariah dalam menjalankan atau mengoperasikan produknya, nilai syariah pada umumnya adalah merupakan jalan atau aturan kehidupan yang bersumber dari Allah, meliputi berbagai aspek kehidupan bagi manusia termasuk kegiatan ekonomi. Umat islam diwajibkan menjalankan ajaran syariah dalam aspek kehidupan, baik dalam berhubungan dengan sesama dengan Tuhan (ibadah *mahdhah*) maupun dalam berhubungan dengan sesama makhluk (*muamalah*).⁴ Dalam praktiknya nilai syariah yang diterapkan pada produk pembiayaan syariah khususnya produk murabahah tidak begitu diterima oleh masyarakat pada umumnya, mereka menganggap nilai syariah tidak berpengaruh positif jika diterapkan pada produk pembiayaan murabahah, karena mindset mereka terlebih dahulu faham dengan produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan konvensional. Dalam penelitian ini akan dibuktikan ada atau tidaknya pengaruh nilai syariah terhadap minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean.

² www.pembiayaansyariahkukm.com diakses pada 26 Desember 2017 pukul 16.00

³ Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, (Bandung: Linda Karya, 2007), 123.

⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), xix.

Faktor yang terakhir yaitu prosentase margin, tingkat margin dari produk pembiayaan syariah khususnya pembiayaan *murabahah* juga berpengaruh untuk menarik minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan syariah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera, calon nasabah juga sangat memperhatikan tingkat prosentase margin karena mempertimbangkan kemudahan dan tidak memberatkan.

Metode

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan metode tradisional yang bersifat ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.⁵

Metode ini digunakan sesuai dengan tujuan yang mengkaji pengaruh Promosi, Nilai Syari'ah dan Prosentase *margin* terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah*. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendatangi langsung tempat yang menjadi obyek penelitian. Penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner terstruktur kepada responden untuk mendapatkan informasi spesifik mengenai pengaruh Promosi, Nilai Syari'ah dan Prosentase *margin* terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah*.

Populasi dalam penelitian ini nasabah- nasabah KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean sebanyak 15 nasabah pembiayaan *murabahah*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang.

Pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data digunakan, antara lain: Kuisisioner dan wawancara. Data-data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistic dengan menggunakan program SPSS 22.0. Teknik analisis yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variable satu dengan variable lain. Variable dependen yang digunakan adalah minat nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean dan independennya adalah Promosi, Nilai syari'ah dan Prosentase *margin*. Untuk mengetahui

⁵Sugiyono, *Metode,...*,7

apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable independen terhadap variable dependen, maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Dimana Y adalah variable dependen (terikat), X adalah variable Independen (bebas).

Keterangan:

Y = Minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean.

X_1 = Promosi

X_2 = Nilai Syariah

X_3 = Prosentase Margin

a = Konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n = koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variable terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variable bebas (kemiringan).

Hasil

Penelitian ini menghasilkan beberapa hasil. Pertama adalah hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya dapat dikatakan bahwa variabel independen yaitu Promosi (X_1), nilai syariah (X_2), dan prosentase margin (X_3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah (Y). pada hasil uji t parsial variabel promosi, nilai thitung $>$ ttabel (2,200) dan nilai signifikan $< 0,05$ sedangkan pada variabel nilai syariah nilai thitung $<$ ttabel (2,200) dan nilai signifikan $> 0,05$ dan variabel prosentase margin nilai thitung $<$ ttabel (2,200) dan nilai signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X_1) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah, variabel nilai syariah (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah, dan variabel prosentase margin (X_3) juga tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah.

Pembahasan

Promosi

Kegiatan promosi merupakan ujung tombak suatu perusahaan maupun lembaga keuangan, kegiatan promosi berperan sangat penting untuk mengembangkan asset dan mengembangkan keuangan perusahaan maupun lembaga keuangan. Dalam lembaga

keuangan yang terkhusus KSPPS atau BMT, promosi berperan untuk memasarkan produk-produk pembiayaan. Tanpa promosi, suatu produk tidak akan berguna dan dikenal masyarakat. Ketika produk yang sebenarnya memiliki manfaat tidak sampai ke tangan nasabah yang membutuhkan, maka hal itu akan menjadi produk yang sia-sia. Tentunya, nasabah tidak akan mengetahui akan keberadaan produk tersebut jika tanpa adanya kegiatan promosi. Dengan adanya kegiatan promosi, secara tidak langsung suatu lembaga dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk tersebut, sehingga lembaga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan kajian yang lebih terhadap produk serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah dari produk tersebut. Maka dari itu, promosi dapat diartikan sebagai suatu komunikasi awal antara KSPPS atau BMT dan nasabah serta sebagai salah satu media untuk memperkenalkan produk kepada nasabah agar mengetahui akan keberadaan produk tersebut.

Profit atau keuntungan bukanlah tujuan utama dalam operasional KSPPS, namun kegiatan promosi tetaplah menjadi suatu kebutuhan utama dan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan promosi, jangan berharap kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi. Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah, KSPPS harus memperhatikan prinsip kejujuran dan keadilan dalam melaksanakan kegiatan promosi.

Nilai Syari'ah

Nilai syariah merupakan aspek dasar suatu lembaga keuangan syariah dalam menjalankan atau mengoperasikan produknya. Nilai syariah adalah aturan kehidupan yang bersumber dari Allah SWT, yang meliputi berbagai aspek kehidupan bagi manusia, termasuk di dalamnya kegiatan ekonomi. Umat Islam diwajibkan menjalankan tata aturan syariah dalam semua aspek kehidupan, baik dalam berhubungan dengan Tuhan (ibadah *mahdhah*) maupun dalam berhubungan dengan sesama makhluk (*muamalah*).⁶ Dalam praktiknya, nilai syariah yang diterapkan pada produk pembiayaan syariah khususnya produk murabahah tidak begitu diterima oleh masyarakat. Pada umumnya, mereka menganggap nilai syariah tidak berpengaruh positif jika diterapkan pada produk pembiayaan murabahah. Hal tersebut terjadi karena *mindset* mereka terlebih dahulu faham dengan produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan konvensional.

⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), xix.

Dalam praktik di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean, penerapan nilai syariah dilakukan pada akad murabahah. Hal tersebut ditandai dengan dilakukannya transaksi emas. Ibaratnya, pihak KSPPS sebagai penjual emas sedangkan nasabah menjadi pembelinya. KSPPS menjual emas kepada nasabah dan nasabah akan membelinya dengan cara angsuran serta ditambah dengan biaya pertambahan margin yang telah ditentukan oleh pihak KSPPS. Sehingga, setiap nasabah yang sudah disetujui dalam mengajukan pembiayaan murabahah diberikan emas sesuai jumlah uang yang dipinjamkan dan cara pengembaliannya diangsur sesuai tenor yang telah disepakati serta membayar pertambahan margin yang telah ditentukan oleh pihak KSPPS.

Prosentase Margin

Secara teknis yang dimaksud dengan *margin* adalah prosentase 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.⁷

Penetapan *Margin* Keuntungan Bank Syari'ah atau Lembaga Keuangan Syari'ah menetapkan *margin* keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contract* (NCC), yaitu akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan *murabahah*, *ijarah*, *ijarah muntahia bit tamlik*, *salam* dan *istishna'*.⁸ Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan *akad murabahah*, *salam*, *istishna'* dan atau *ijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafon pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum didalam perjanjian pembiayaan.

Dalam praktik di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean margin yang diterapkan adalah sebesar 20% per tahun dan kurang lebih 1,67% per bulan, ini berlaku untuk semua jumlah nominal pembiayaan. Sehingga nantinya nasabah mengangsur pinjaman pokok beserta margin yang telah ditentukan.

Minat Nasabah

⁷ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 177.

⁸ Idem

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyektif atas dasar adanya kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan. Minat dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.⁹ Minat merupakan kecenderungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam suatu hal. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu sukar ditentukan secara pasti.¹⁰ Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹¹

Jadi, dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan minat nasabah adalah daya tarik yang timbul oleh obyek tertentu yang membuat orang merasa senang dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

Pembiayaan *Murabahah*

Secara bahasa *murabahah* berasal dari kata *rabiha-yarbahu-ribhan-warabahan* yang berarti beruntung atau memberikan keuntungan, sedangkan kata *ribh* itu sendiri berarti suatu kelebihan yang diperoleh dari produksi atau modal (*profit*). Secara istilah, *murabahah* adalah jula-beli dengan harga jualnya sama dengan harga belinya ditambah dengan keuntungan yang disepakati diantara kedua pihak.¹²

Definisi fikih menjelaskan bahwa *murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.¹³

Murabahah merupakan produk finansial yang berbasis *ba'I* atau jual beli. *Murabahah* merupakan produk pembiayaan yang paling banyak digunakan oleh perbankan syari'ah di dalam kegiatan usahanya. *Murabahah* juga merupakan produk pembiayaan perbankan

⁹ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 1181.

¹⁰ Winkel WS, *Psikologi dan Evaluasi Belajar*, (Jakarta: Gramedia, 1993), 30.

¹¹ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 180.

¹² Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 14.

¹³ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah dan Analisis Fiqhdan Keuangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 271.

syari'ah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli (*ba'I* atau *sale*). Namun murabahah bukan transaksi jual beli biasa yang antara satu pembeli dan satu penjual saja sebagaimana yang kita kenal di dalam dunia bisnis perdagangan di luar perbankan syari'ah.¹⁴

Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah yang ada akan terjawab dengan pernyataan tentang hubungan dua variable atau lebih, perbandingan (komparasi) atau variable mandiri (deskripsi).¹⁵

Hipotesis ini dimaksudkan untuk member arah bagi analisis penelitian. disini kesimpulan sementara adalah:

1. H_1 : Ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah.
 H_0 : Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah.
2. H_1 : Ada pengaruh nilai kesyariahan produk terhadap minat nasabah.
 H_0 : Tidak ada pengaruh nilai kesyariahan produk terhadap minat nasabah.
3. H_1 : Ada pengaruh prosentase margin terhadap minat nasabah.
 H_0 : Tidak ada pengaruh prosentase margin terhadap minat nasabah.

Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial variable independen terhadap variable dependen. Selain itu, tujuan dilakukannya uji signifikan secara parsial ini adalah untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dari masing-masing variable independen terhadap variable dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.¹⁶ Apabila t hitung lebih besar dari t tabel serta tingkat signifikannya (*p-value*) lebih kecil dari 5% ($\alpha : 5\% = 0,05$), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak. Hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara variable independen secara parsial.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variable independen ($X_1, X_2 \dots X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen (Y).

¹⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah : Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), 190.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2015), 84

¹⁶ Sugiyono, *Metode, ..., 7*

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

c. Uji Adj R^2 (*Adjusted R Square*)

Uji ini dilakukan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebab dari variable-variabel independen yang menerangkan variable dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen.

Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya, karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.¹⁷

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi (X_1), nilai syariah (X_2), dan prosentase margin (X_3) terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah (Y) di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.247	4.650		1.128	.283
	Promosi	1.005	.206	.985	4.876	.000
	Nilai Syari'ah	.130	.138	.182	.944	.366
	Prosentase Margin	-.484	.159	-.594	-3.041	.011

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

¹⁷ Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 87-88.

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, hasil analisis menunjukkan koefisien regresi masing-masing variabel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 5,247 + 1,005 X_1 + 0,130 X_2 - 0,484 X_3 + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta bernilai positif yaitu sebesar 5,247, hal ini menunjukkan apabila variabel promosi, nilai syariah dan prosentase margin dianggap konstan atau tetap, maka tingkat minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah adalah sebesar 5,247.
- b. Koefisien regresi variabel promosi (X_1) bernilai positif sebesar 1,005. Hal ini berarti apabila persepsi terhadap promosi (X_1) semakin baik, dan variabel promosi (X_1) ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel nilai syariah (X_2) dianggap tetap maka akan meningkatkan sebesar 1,005 tingkat minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean.
- c. Koefisien regresi variabel nilai syariah (X_2) bernilai positif sebesar 0,130. Hal ini berarti apabila persepsi terhadap nilai syariah (X_2) semakin baik, dan variabel nilai syariah (X_2) ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel promosi (X_1) dianggap tetap maka akan meningkatkan sebesar 0,130 tingkat minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.
- d. Koefisien regresi variabel prosentase margin (X_3) bernilai negatif sebesar 0,484. Hal ini berarti persepsi terhadap variabel prosentase margin (X_3) negatif. Sehingga jika kedua variabel X_1 dan X_2 dianggap konstan maka akan mengurangi 0,484 tingkat minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.

Uji t

Hasil analisis uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	Sig.	Hasil pengujian
Promosi (X_1)	4,876	0,000	Berpengaruh
Nilai Syariah (X_2)	0,944	0,366	Tidak berpengaruh
Prosentase Margin (X_3)	-3,041	0,011	Tidak berpengaruh

Sumber : : Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 4.18 di atas dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1). Pada variabel promosi (X_1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,876 > 2,200$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_a ditolak dan dapat dikatakan bahwa variabel promosi (X_1) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.
- 2). Pada variabel nilai syariah (X_2) diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,944 < 2,200$ dan nilai signifikan $0,366 > 0,05$ maka H_2 ditolak dan H_a diterima, dapat dikatakan bahwa variabel nilai syariah (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.
- 3). Pada variabel prosentase margin (X_3) diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-3,041 < 2,200$ dan nilai signifikan $0,011 < 0,05$ maka H_3 ditolak dan H_a diterima, dapat dikatakan bahwa variabel prosentase margin (X_3) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.

Uji F

Tabel 3
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.901	3	14.300	9.345	.002 ^b
	Residual	16.833	11	1.530		
	Total	59.733	14			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Prosentase Margin, Nilai Syari'ah, Promosi

Sumber : : Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, hasil analisis menunjukkan nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 9,345 sedangkan dalam penelitian F_{tabel} untuk $N=15$ adalah 3,34. Maka dari hasil uji di atas dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $9,345 > 3,34$ maka H_4 diterima dan H_a ditolak. Dan dapat dikatakan bahwa variabel independen yaitu Promosi (X_1), nilai syariah (X_2), dan prosentase margin (X_3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.718	.641	1.237

a. Predictors: (Constant), Prosentase Margin, Nilai Syari'ah, Promosi

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, menunjukkan bahwa nilai *R square* yang diperoleh yakni sebesar 0,718 atau 71,8% yang berarti bahwa variabel promosi (X_1), nilai syariah (X_2) dan prosentase margin (X_3) berpengaruh terhadap variabel minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah (Y) sebesar 71,8%, sedangkan sisanya ($100\% - 71,8\% = 28,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Kesimpulan

1. Variabel Promosi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean (Y), sehingga semakin gencar promosi yang dilakukan maka akan dapat meningkatkan minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah.
2. Variabel Nilai Syariah (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah, sehingga nilai syariah yang diterapkan dalam pembiayaan murabahah belum bisa mempengaruhi minat nasabah untuk memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean.
3. Variabel Prosentase Margin (X_3) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah, sehingga prosentase margin yang ada dalam pembiayaan murabahah belum bisa mempengaruhi minat nasabah untuk memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean. Dan hasil yang didapat adalah negative ini berarti semakin dinaikkan prosentase margin pada pembiayaan murabahah maka makin sedikit minat nasabah untuk mengajukan

pembiayaan murabahah, sebaliknya apabila prosentase margin diturunkan maka akan menambah minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean.

4. Dari ketiga variabel tersebut yakni promosi (X_1), nilai syariah (X_2), dan prosentase margin (X_3) yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah adalah variabel promosi (X_1).

Saran

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang Ekonomi Islam. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Untuk sisi Akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dapat lebih maksimal dan hendaknya dilakukan diberbagai tempat.

2. Untuk KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean.

Promosi yang dilakukan oleh pihak KSPPS BMT cabang Pangean sudah signifikan sehingga mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan dan diharapkan untuk ditingkatkan lagi.

Secara operasional kantor cabang Pangean sudah menerapkan nilai-nilai syariah yang sesuai dengan aturan agama, namun kurangnya sosialisasi tentang nilai syariah yang terdapat dalam produk-produk pembiayaan menjadikan nasabah kurang memahaminya dan menganggap bahwasanya ada atau tidaknya nilai syariah adalah sama saja, sehingga diharapkan agar lebih meningkatkan sosialisasi nilai syariah dan memberikan margin yang rendah untuk menarik minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pangean. Sesuai hasil penelitian ini, terjadi pengaruh negatif variabel prosentase margin, ini dapat diartikan bahwa semakin banyak margin yang ditingkatkan maka akan semakin rendah minat nasabah, jadi untuk mendapatkan nasabah pembiayaan murabahah yang banyak maka pihak KSPPS sebaiknya menurunkan prosentase margin pada pembiayaan *murabahah*.

Daftar Rujukan

- Janwari, Yadi. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Keuangan Syariah dan Analisis Fiqh dan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Poerwadarminta.W.J.S. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Saladin, Djaslim. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat. Bandung: Linda Karya.
- Sjahdeini, Sutan Remy. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Winkel WS. 1993. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia.