

Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Syariah Pada KSPPS BMT Anfa' NU Kabupaten Magelang

Nurhakiki¹⁾, Yeny Fitriyani²⁾, Qurotul Aini³⁾, Muchammad Afiffudin⁴⁾
^{1,2,3,4} STAI Syubannul Wathon Magelang

*Email korespondensi: nurhakikinurhakiki855@gmail.com

Abstract

This research empirically tests the influence of customer perceptions on the decision to finance in Islamic banking. The variables used in this study are customer knowledge (X1), service quality (X2), bank reputation (X3), and threshold (X4) as independent variables, and murabahah financing (Y) as the dependent variable. The data used in this study is primary data with data collection methods using questionnaires distributed by KSPPS BMT Anfa' NU where KSPPS BMT Anfa' NU is one of the Islamic Microfinance Institutions in Magelang Province. The number of samples that were successfully processed reached 30 respondents. The sampling technique is the accidental sampling technique, namely, selecting samples randomly. Partial t-test and simultaneous f-test were used as data analysis methods. The data were analyzed using the SPSS 21 program. The results of the survey hypothesis test showed that: (1) The variable of customer knowledge influences murabahah financing decisions but is not material. (2) Service quality positively and significantly affects murabahah financing decisions. Murabahah Financing, (3) Bank registration influences the purchase decision of Murabahah Financing but does not have a material impact.

Keywords: murabahah financing, customer knowledge, quality and service, bank reputation, level of margin value.

Saran sitasi: Nurhakiki., Fitriyani, Y., Aini, Q., & Afiffudin, M. (2023). Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Syariah Pada KSPPS BMT Anfa' NU Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 876-884. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8006>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8006>

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, lembaga keuangan di Indonesia baik itu lembaga keuangan berupa Bank atau non-Bank semakin giat memberikan pelayanan terbaik (Handayani Dasopang & Khamal Rokan, 2022). Meningkatnya jumlah nasabah dari kurun waktu ke waktu menjadi bukti bahwa layanan lembaga keuangan syariah di Indonesia kini semakin diminati oleh kalangan masyarakat.

Perbankan syariah memiliki potensi dalam pengembangan lembaga keuangan syariah lainnya (Suseno & Fitriyani, 2018). Lembaga keuangan yang menjalankan usahanya sesuai dengan syariat islam lainnya adalah Baitul Maal Wattamwil (BMT). BMT dalam menjalankan usahanya lebih memfokuskan diri pada sektor ekonomi mikro, kecil dan menengah (Medias et al., 2017). Baitul Maal Wattamwil memiliki sistem bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah, dan tidak menggunakan sistem bunga untuk

usahanya (Hidayat, 2013). Perjanjian bagi hasil menguntungkan bagi keduanya, yaitu nasabah dan Baitul tanpa menstigmatisasi Baitul Maal Wattamwil dan klien debitur (Melina, 2020).

BMT diatur oleh UU Nomor 7 tahun 1922 di mana di dalamnya membahas tentang perbankan, kemudian diperbaharui dengan UU Nomor 1998 selanjutnya di diperbaharui lagi dengan UU Nomor 21 tahun 2008 yang membahas tentang perbankan yang berbasis islam di Indonesia berperan aktif guna memenuhi peran operasional nya dengan positif. Peraturan ini memudahkan BMT untuk melakukan usaha dalam bentuk koperasi syariah atau kelompok swadaya (KSM), memungkinkan BMT untuk berperan dalam membangun ekonomi masyarakat dan menjalin kerja sama dengan UKM lokal maupun nasioanl (Sudjana & Rizkison, 2020).

BMT Anfa NU merupakan salah satu BMT yang berkantor pusat di desa Pekan, Sekan, Magelang.

Menurut Rofiah, (2022a), BMT Anfa' NU saat ini menerapkan beberapa macam akad pembiayaan syariah dalam pelaksanaannya, diantaranya adalah akad mudharabah, musyarakah murabahah, ijarah, dan qardhul hasan. Dari tahun ke tahun, jumlah nasabah pembiayaan syariah pada BMT Anfa'NU selalu mengalami fluktuatif kenaikan, seperti yang dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 01

Pertumbuhan jumlah nasabah Pembiayaan pada BMT Anfa' NU

No	Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Mudharabah	54	69	68	43	43
2	Musyarakah	132	167	179	152	155
3	Murabahah	387	418	442	445	593
4	Ijarah	0	0	0	6	9
5	Qardhul hasan	17	19	21	17	15
Total Nasabah		590	673	710	663	815
Persentase Pertumbuhan		+14% +5% -7% +23%				

Sumber: Buku RAT Tahunan BMT Anfa' NU

Berdasarkan tabel 1, terlihat pertumbuhan jumlah nasabah dalam pembiayaan syariah pada mengalami fluktuatif peningkatan dalam kurun waktu dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Namun ada 1 tahun yaitu di tahun 2020, Jumlah nasabah mengalami penurunan yaitu sebanyak 7%. Penurunan tersebut dikarenakan situasi pandemi covid-19, sehingga berdampak pula pada kondisi ekonomi nasabah yang menurun dan perubahan kebijakan-kebijakan internal BMT Anfa' dalam mengeluarkan pembiayaan. Hal ini tentunya menjadi hambatan tersendiri di sektor keuangan (Rofiah, 2022b).

Dalam teori pertukaran sosial seseorang membangun hubungan dengan orang lain dengan tujuan mendapatkan sesuatu yang bisa memenuhi kebutuhan mereka. Hubungan antara nasabah dan Lembaga Keuangan merupakan gambaran teori pertukaran sosial di mana masing-masing pihak saling membutuhkan dan secara sukarela untuk mencapai hubungan yang timbal balik dan menguntungkan satu sama lain. Nasabah sebagai pembeli produk ingin memperoleh manfaat financial baik itu dari permodalan maupun simpanan, sedangkan lembaga keuangan sebagai penjual. produk ingin memperoleh imbal jasa dari kegiatannya tersebut. Thibault dan Kelley menilai bahwa pertukaran sosial dilandasi oleh

tiga indikator yaitu, biaya (*cost*), imbalan (*reward*) dan keuntungan (*profit*) (Fadlilah, 2019).

Didapati faktor-faktor yang dapat membuat seorang nasabah berkeinginan dalam mengambil keputusan pada lembaga keuangan mikro syariah. Yang pertama sebuah informasi atau pengetahuan nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Seperti yang di katakan oleh Imanuel Kant jika pengetahuan seseorang ialah sintesa antara unsur apriori dan juga posteriori yaitu unsur relasional/kausal dan sensori atau disebut juga dengan pengalaman. (Yuniarti, 2016) Kedua, kualitas layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi harapan seorang konsumen (Yuniarti, 2016).

Kkualitas layanan adalah layanan yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk orang lain, pelayanan tersebut bisa dalam bentuk aktivitas yang tidak terlihat wujudnya yang arahnya bisa dalam bentuk kepemilikan suatu objek maupun pada siapa saja. Jika yang utama adalah pelayanan yaitu sebuah tindakan yang dilakukan oleh penjual ke konsumen guna memuaskan si konsumen. Tindakan ini dilakukan agar seorang konsumen bisa merasa puas. Pelayanan juga bisa dilakukan pada saat pemilihan produk dan juga pembayaran atas pembelian yang dilakukan oleh konsumen (Kotler et al., 2009)

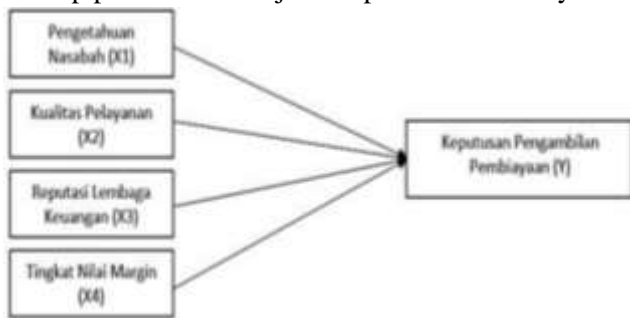
Lambe et al., (2001) menyatakan, reputasi diawali dengan personalisasi sebuah perusahaan sebagai hal utama yang tergambar dalam nama perusahaan atau biasa disebut dengan logo dan representasi lainnya. seperti laporan keuangan, brosur, packaging (kemasan untuk sebuah produk), interior kantor, iklan, liputan media, dokumentasi, sosial audio, seragam karyawan dll. Identitas perusahaan juga bisa bersifat non fisik, nilai perusahaan, layanan, gaya kerja, komunikasi internal dan eksternal. Yang keempat adalah margin yang ditetapkan pada Produk keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Maka tidak heran orang-orang selalu membandingkan bank konvensional dengan bank atau lembaga keuangan yang berbasis syariah (A.Hardjana, 2008), contohnya ialah tentang bunga dan juga margin. Tidak ada sesuatu hal yang bisa bebas nilai di dalam Islam, semua punya batasan dan syarat. Tidak terkecuali dalam menentukan margin / keuntungan Fahlevi (2019), sebenarnya hak penjual untuk menentukan keuntungan, tetapi secara umum standar Islam yang dapat mempengaruhi keputusan batas keuntungan.

Pengetahuan seorang konsumen, pelayanan yang ditawarkan dan juga profit margin, tiga variabel

tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan seorang nasabah dalam mengambil dana murabahah pada BMT Karima Karang pandan (sholihah, 2016). Pada penelitian Lukytta et al., (2020) mendapati pengetahuan yang dimiliki nasabah, reputasi bank dan juga kualitas pelayanan yang ditawarkan semua memberikan kontribusi yang dikatakan berdampak positif terhadap besarnya margin yang akan mempengaruhi keputusan pendanaan. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui apakah “Persepsi nasabah mempengaruhi keputusan mereka dalam pengambilan pembiayaan syariah pada BMT Anfa' NU di Magelang dari perspektif Teori Pertukaran Sosial (*Sosial Exchange*)”.

Kerangka konseptual

Kerangka konsep yang ada di penelitian ini adalah melihat adanya pengaruh pengetahuan, Kualitas layanan, reputasi lembaga, dan tingkat margin saat membuat keputusan pembiayaan lembaga keuangan syariah. Di dalam penelitian ini akan di paparkan hubungan pengetahuan antara keputusan melakukan pembiayaan pada lembaga syariah dengan kualitas pelayanan, reputasi lembaga dan tingkat margin. Berdasarkan analisis di atas, maka kerangka konsep penelitian ditunjukkan pada Gambar 1. yaitu :



Gambar 1 : Kerangka konseptual

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dapat diambil hipotesis bahwa pengetahuan yang dimiliki nasabah, kualitas pelayanan yang diberikan, reputasi dalam sebuah perusahaan atau suatu lembaga keuangan dan juga tingkat margin yang ada di lembaga keuangan, dapat berpengaruh terhadap suatu keputusan pada pengambilan pembiayaan oleh nasabah yang ada di KSPPS BMT Anfa' NU Magelang.

a. Di dalam penelitian Lukytta et al., (2020) dan Gampu et al., (2015) di dapati bahwa sebuah pengetahuan yang dimiliki seorang nasabah dapat mempengaruhi keputusan untuk memilih Bank syariah.

H1=*di dapati Pengetahuan seorang nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap sebuah keputusan dalam yang akan di ambil seorang nasabah di dalam pembiayaan KSPPS BMT Anfa' NU.*

b. Panjaitan, (2016) dan Koyoh et al., (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H2=*kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh signifikan terhadap sebuah keputusan mengambil pembiayaan di KSPPS BMT Anfa' NU.*

c. Dari hasil penelitian Widowati et al., (2018) di mana hasilnya menunjukkan bahwa reputasi sebuah bank berdampak positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Jadi kita dapat menyimpulkan bahwa:

H3=*didapati bahwa sebuah Reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap seorang nasabah untuk mengambil sebuah keputusan melakukan pembiayaan KSPPS BMT Anfa' NU.*

d. Ali, (2010) berpendapat bahwa margin merupakan sebuah keuntungan Bank yang kemudian dibayarkan, yang diperuntukan dalam sebuah jual beli yang dilakukan dengan nasabah. Aswir & Misbah, (2018) di menunjukan tingkat financial berpengaruh positif dan signifikan terhadap sebuah keputusan seorang nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah. kita dapat menyimpulkan bahwa:(Ali, 2010)

H4=*didapati bahwa margin yang ada di lembaga keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seorang nasabah dalam melakukan pembiayaan KSPPS BMT Anfa' NU.*

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif (*Quantitative Research*), yaitu berbentuk angket untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi kasus dan studi lapangan sesuai dengan sifat masalah penelitian. Seperti halnya penelitian yang memiliki karakteristik masalah terkait latar belakang dan keadaan subjek penelitian sekarang serta interaksi dengan lingkungan. Dan jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner. Fokus yang terdapat di penelitian ini ialah pada pengujian

teori dengan mengukur variabel penelitian secara numerik dan menggunakan teknik statistik untuk melakukan analisis data. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah analisis korelasi dan analisis regresi.

Penelitian dilakukan pada bulan November sampai dengan Desember 2022 di KSPPS BMT Anfa' NU. Data digunakan dalam penelitian ini yaitu, informasi yang diperoleh dari sumber utama. Dan data primer kali ini di dapat dari hasil kuesioner yang dikumpulkan dari responden langsung.

Nasabah BMT Anfa'NU Kabupaten Magelang adalah populasi yang dipakai oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini. dan teknik *accidental sampling* adalah teknik yang digunakan peneliti dalam mengambil sampel, atau memilih sampel secara kebetulan Artinya, seorang pelanggan yang kebetulan /tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan yang kebetulan termasuk dalam kriteria sebagai sumber data/pelanggan/temuan dan sampel yang peneliti gunakan dalam survey kali ini terdiri dari 30 responden.

Analisis Data

Uji kualitas data

Kami menguji kualitas informasi yang diperoleh dari alat penelitian, yang dievaluasi dengan memeriksa reliabilitas dan validitasnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah alat yang digunakan valid dan reliabel. Karena keakuratan data yang diolah menentukan kualitas hasil. (Widarjono, 2019)

Uji Asumsi klasik

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengimplementasikan model yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu model regresi, sehingga variabel terdistribusi secara normal dan bebas dari multikolinearitas serta untuk menghindari heteroskedastisitas dari uji penerimaan tradisional. Ini tentang menemukan, menguji, dan memvalidasi kemungkinan. Uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas digunakan sebagai uji penerimaan standar dalam penelitian ini. (Widarjono, 2019)

Uji normalitas dilakukan guna menunjukkan nilai residual berdistribusi normal atau tidak normal. Terdapat nilai dari uji normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Dan jika didapati nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, maka persamaan regresi dianggap normal. (Widarjono, 2019)

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat nilai korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi linier berganda. Uji multikolinearitas dapat dibaca dari tolerance atau variance inflation factor (VIF) sebagai berikut:

Jika nilai toleransi $\geq 0,10$ dan $VIF < 10 > 10$ berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian. Dan jika nilai toleransi $< 0 > 10$ berarti penelitian ini terdapat multikolinier. (Widarjono, 2019)

Untuk uji varian yang tidak sama, kami ingin uji regresi untuk memeriksa apakah ketidaksetaraan berbeda dalam residu yang diamati. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan bukti adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, yaitu regresi variabel bebas dengan residual absolut atau Abs_RES dengan persamaan regresi: $[Ut]=a+BXt+vt$.

Alasan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser adalah:

Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka model regresi tidak menunjukkan tanda heteroskedastisitas.

Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian, kami menghitung koefisien determinasi, yang menguji seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dan melakukan analisis regresi berganda untuk menentukan variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dan variabel. Variabel dependen (Y). Langkah selanjutnya adalah melakukan uji - t untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dan uji - F untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen untuk melihat apakah ada memengaruhi. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji R-squared, uji T, dan uji F. (Widarjono, 2019)

Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Untuk menguji bagaimana pengetahuan pelanggan, kualitas dan layanan, reputasi bank, dan tingkat margin mempengaruhi pembiayaan KSPPS BMT Anfa NU, peneliti menguji koefisien korelasi atau R, untuk menentukan apakah koefisien, atau R.Squared (R^2) akan diuji.

Uji -t digunakan mengetahui pengaruh masing - masing variabel independen (pengetahuan perbankan , kualitas dan pelayanan nasabah , reputasi dan nilai) terhadap variabel dependen (keputusan pembiayaan). Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis bahwa pengetahuan nasabah, kualitas layanan, reputasi dan tinggi ambang batas secara simultan berpengaruh terhadap pertumbuhan keputusan keuangan KSPPS BMT Anfa' NU. Hasil uji-F untuk data ditunjukkan pada tabel 08 di bawah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Uji Kualitas Data

Tabel 2
(Hasil Uji Realibilitas)

No	Variable	Cronbach's Alpha	Batas Realibilitas	Ket
1	Pengetahuan Produk	0,846	0,70	Reliable
2	Kualitas Pelayanan	0,893	0,70	Reliable
3	Reputasi Lembaga Keuangan	0,930	0,70	Reliable
4	Tingkat Nilai Margin Keputusan	0,798	0,70	Reliable
5	Pengambilan Pembiayaan	0,845	0,70	Reliable

Sumber: Output SPSS 21 (2019)

Bisa dilihat dari tabel 2, yang menunjukkan kalau semua variable mempunyai alfa Cronbach yang nilainya lebih tinggo dari 0,70. Dengan demikian, kuisioner yang dibuat untuk menggambarkan tentang sebuah pengetahuan seorang nasabah, kualitas pelayanan, margin yang tinggi, nilai dan reputasi bank merupakan keputusan pengambilan pembiayaan.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4
(Hasil Uji Multkolinearitas dan Uji Heterokedastisitas)

Model	Unstandardizeds		Standardized Coefesients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	Coefecients					Tolreance	VIF
	B	Std.Error	Beta				
1. (constant)	1,719	2,657		,647	,523		
PENGETAHUAN	-45	,077	,125	,590	,560	,721	1,387
KUALITAS PELAYANAN	,150	,091	,351	1,654	,111	,724	1,382
REPUTASI LEMBAGA KEUANGAN	-135	,076	,319	1,759	,091	,986	1,014
TINGKAT NILAI MARGIN	,031	,111	,052	,282	,780	,947	1,056

Sumber: Output SPSS 21 (2019)

Yaitu dimana dinyatakan reliable dapat diandalkan atau bisa digunakan untuk alat ukur dalam penelitian ini.

Menurut tabel 1,bahwa masing-masing variabel memiliki nilai alfa Cronbach yang nilainya lebih tinggi dari 0,70. Oleh karena itu kuesioner yang peneliti gunakan menjelaskan tentang pengetahuan pelanggan, kualitas layanan, reputasi bank, margin tinggi , dan nilai. Dalam membuat keputusan untuk pengambilan pembiayaan. Yang dinyatakan reliable atau dapat di percaya sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 3
(Hasil Uji Normalitas)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,90859026
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,124
	Negative	,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,679
Asymp. Sig. (2-tailed)		,746
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Output SPSS 21 (2019)

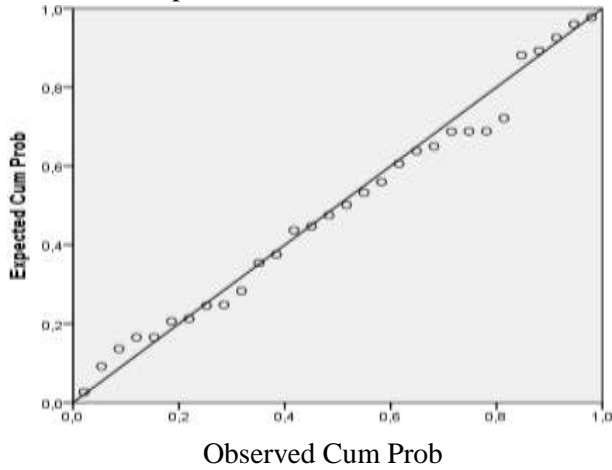
Menurut tabel 3, di dapati bahwa nilai Z-significance sebesar 0,764 > 0,05, yang artinya nilai signifikasi uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, Maka dari itu dapat disimpulkan hasil dari pengujian tabel yang ada di atas bahwa persamaan regresi dianggap normal.

Didapati semua nilai VIF kurang dari 10 dan nilai dari toleransi lebih dari 0,10. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil dari pengujian tabel yang ada di atas tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5.

Normal P-P Plot of Regression Standardizes Residual
Dependent Variable : Abs-RES



Berdasarkan hasil uji tabel 5, tingkat signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen di atas >0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada regresi penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Tabel 6

(Hasil Uji Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790	,624	,563	205,561

Sumber : Output SPSS 21 (2019)

Dari Tabel 6 terlihat nilai R-squared sebesar 0,642. Artinya, 64,2% dari pinjaman dapat dijelaskan oleh fluktuasi nilai variabel independen. Pelanggan pengetahuan, kualitas layanan, reputasi lembaga keuangan dan ukuran margin. Sisanya sebesar 35,8% (100% sampai 64,2%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7

(Hasil Uji t Parsial)

model	Unstandardized Coefecients		Standardized Coefesients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolreance	VIF
I. (constant)	-7737	5,279					
PENGETAHUAN	,299	,077	,282	1,955,062	,721		1,387
KUALITAS PELAYANAN	,699	,181	,559	3,872,001	,724		1,382
REPUTASI LEMBAGA KEUANGAN	-198	,153	,161	1.300,206	,986		1,014
TINGKAT NILAI MARGIN	,153	,222	,087	,629 ,495	,947		1,056

Sumber : Output SPSS 21 (2019)

Berikut merupakan hasil dari interpretasi dan hipotesis penelitian yang telah diajukan.

1. Dari tabel tersebut terlihat bahwa t-number variabel data nasabah adalah 1,955 dan tingkat signifikansinya adalah 0,062. Dan yang digunakan ialah batas signifikansi 5%, ini berarti p-value > 5%, yaitu H. 0,062 > 0,05, dan diperoleh t-tabel(n)-k = 30-5 = 25 t-tabel 2,059. Itu artinya t menghitung < t larik berisi 1,955 < 2,059 yang berarti variabel pengetahuan nasabah tidak mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengambil pembiayaan di BMT Anfa' NU
2. Dari Tabel 7 terlihat nilai t nilai variabel kualitas pelayanan sebesar 3,872 > t. Tabel 2.059 dan taraf signifikansi 0.01 < 0,01. Nilai 0,05. Dapat

3. Dari Tabel 7 dapat dilihat nilai t variabel reputasi bank sebesar 1,300 < t table 2,059, tingkat signifikan 0,206 > 0,05 yang artinya variabel reputasi bank tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Anfa' NU.
4. Dari Tabel 7 terlihat bahwa nila dari variabel tingkat margin adalah sebesar 0,692 < t 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel ini tidak berpegaruh terhadap keputusa seorang nasabah dalam pengambilan pembiayaan.

Uji F (Simultan)

Tabel 8
(Hasil Uji F Simultan)

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	175,028	4			,000
Residual	105,639	25	43,757	10,355	
Total	280,667	29	4226		

Sumber : Output SPSS 21 (2019)

Hasil dari statistik uji - F untuk variabel yang berhubungan dengan pengetahuan pelanggan, kualitas pelayanan, reputasi, dan besarnya nilai margin menunjukkan nilai F hitung sebesar 10,355, nilai Ftabel sebesar 2,76 ($10,355 > 2,76$), dan nilai signifikansi kurang dari 0,000. Dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), hipotesisnya adalah pengetahuan pelanggan, kualitas layanan, reputasi dan tingkat margin secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan sebuah keputusan seorang nasabah dalam pengambilan pembiayaan dari KSPPS BMT Anfa' NU.

3.2. Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Keputusan Pegambilan Pembiayaan Pada KSPPS BMT Anfa' NU.

Berdasarkan hasil pengujian variabel informasi nasabah, pembiayaan di KSPPS BMT Anfa' NU berpengaruh positif dan signifikan. Hasil survei ini menunjukkan bahwa semakin banyak nasabah mengetahui tentang pembiayaan di lembaga syariah, semakin besar minat mereka terhadap pembiayaan di lembaga syariah, dan sebaliknya, semakin rendah pengetahuan nasabah maka semakin rendah pula minat nasabah terhadap pembiayaan di lembaga keuangan syariah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan pada KSSPS BMT Anfa' NU (Y)

Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa fluktuasi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan KSPPS BMT Anfa " NU Magelang ". Dengan kata lain, layanan yang lebih baik mengarah pada keputusan keuangan yang lebih baik, dan layanan yang lebih buruk mengarah pada keuangan yang lebih buruk keputusan.

Pengaruh Reputasi lembaga keuangan (X3) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan pada KSPPS BMT Anfa' NU (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan pada KSPPS BMT Anfa ' NU. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi suatu lembaga keuangan dapat meningkatkan minat nasabah dalam menyalurkan kredit di KSPPS BMT Anfa ' NU miliknya. Semakin baik reputasi lembaga keuangan, semakin tinggi pula tingkat pengambilan pembiayaan.

Pengaruh Tingkat Nilai Margin (X4) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan pada KSPPS BMT Anfa' NU(Y)

Berdasarkan hasil pengujian variabel tingkat marginal dapat mempengaruhi keputusan keuangan KSPPS BMT Anfa NU, namun tidak banyak. Oleh sebab itu batasan tinggi badan bukanlah kriteria keuangan utama. Hasil penelitian ini didukung oleh Al-Ghazali. Keyakinan yang tak terbantahkan bahwa mengejar keuntungan adalah motivasi terpenting dalam bisnis. Namun, ia sangat mementingkan etika dalam bisnis, dan etika didasarkan pada nilai-nilai Islam. Kemenangan yang sesungguhnya adalah kemenangan yang datang di akhirat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, persepsi nasabah mempengaruhi keputusan mereka untuk mengajukan pembiayaan ke BMT Anfa' NU. Pengetahuan nasabah tentang instrumen keuangan, kualitas layanan yang diberikan, reputasi BMT, dan jumlah margin yang diberikan kepada klien semuanya mempengaruhi keputusan untuk mendapatkan pendanaan Syariah dengan BMT Anfa' NU. Namun, hanya satu variabel yang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan keuangan BMT Anfa' NU. Dengan kata lain yang membedakan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Anfa' NU, variabelnya adalah keramahan pelanggan, reputasi dan keuntungan. Berpengaruh tapi tidak signifikan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang diberikan adalah

- a. Karena ukuran sampel untuk survei ini masih kecil, disarankan untuk menambah jumlah sampel

atau memperpanjang waktu survei untuk penyelidikan lebih lanjut .

- b. Karena penelitian ini tidak membahas semua faktor yang mempengaruhi keputusan pembiayaan murabahah pada BMT, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel tambahan untuk membuatnya lebih komprehensif. Diharapkan mampu menghasilkan penelitian yang komprehensif dan menyeluruh .

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Setelah terselesaikannya penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Yeny Fitriyani selaku dosen STAI Syubannul Wathon Magelang yang telah membimbing kami dalam melakukan penelitian ini. Kepada Kepala KSPPS BMT Anfa' NU Kabupaten Magelang yang telah memberi ijin kepada kami untuk melakukan penelitian di KSPPS BMT Anfa' NU Kabupaten Magelang. Dan kepada teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah Pararel semester tujuh (7) yang telah mendukung kami dalam melakukan penelitian ini.

6. REFERENSI

- A.Hardjana, A. (2008). Komunisasi dalam menejemem reputasi korporasi. *Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–24.
- Ali, M. M. (2010). Analisis Efisiensi Baitul Maal Wat Tamwil Dengan Pendekatan Two Stage Data Envelopment Analysis (Studi Kasus Kantor Cabang BMT MMU Dan BMT UGT Sidogiri). *Tazkia; Islamis Finance & Business Review*, 5(2), 110–125.
- Aswir, & Misbah, H. (2018). PENGARUH TINGKAT MARGIN DAN PROSEDUR PEMBIAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MURABAHAH (Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung) Skripsi. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht>
- Fadlilah, A. (2019). *Pengaruh Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.

- Fahlevi, R. (2019). Inklusi keuangan syariah melalui inovasi fintech di sektor filantropi. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 4(1), 205–212. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/view/1556>
- Gampu, A. N., Kawer, L., & Uhing, Y. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1330–1340.
- Handayani Dasopang, K., & Khamal Rokan, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp. Kotapinang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 755–762. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.89>
- Hidayat, S. (2013). Penerapan Akuntansi Syariah Pada BMT Lisa Sejahtera Jepara. *Jdeb*, 10(2), 167–179.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Molan, B. (2009). *Manajemen Pemasaran* (B. Sarwiji (ed.); 4th ed.). Jaksrat, Indeks.
- Koyoh, R. P., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. (2018). *Sam Ratulangi Effect of Service Differentiation , Service Quality , and Service Productivity on Consumer Satisfaction . Study At Bank Bri Kcp Sam Ratulangi University Unit Under Guidance From*. 6(4), 2718–2727.
- Lambe, C. J., Wittmann, C. M., & Spekman, R. E. (2001). Social exchange theory and research on business-to-business relational exchange. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 8(3), 1–36. https://doi.org/10.1300/J033v08n03_01
- Lukyitta, G. A., Mursalim, & Amiruddin., H. (2020). Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. *Jurnal Mirai Management*, Vol. 6(1), 2597–4084.
- Medias, F., Janah, N., & Kurniasih Pratiwi, E. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Baitul Maal wa Tamwil di Kabupaten Magelang. *The 6th University Research Colloquium 2017 Universitas Muhammadiyah Magelang*, 37–43. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/urecol/article/view/1518%0A>
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 269–280. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5878](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878)

- Panjaitan, J. E. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE "Jurnal Bisnis & Akuntansi,"* 6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- Rofiah. (2022a). *Akad-akad pembiayaan pada BMT An'fa NU*. Manager BMT A'fa NU.
- Rofiah. (2022b). *pertumbuhan jumlah nasabah dalam pembiayaan syariah pada KSPPS BMT Anfa' NU Magelang*. Manejer BMT An'fa NU.
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1086>
- Suseno, P., & Fitriyani, Y. (2018). Role of Islamic Finance Development to Financial Inclusion: Empirical Study in Islamic Banking Countries. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol4.iss1.art1>
- Widarjono, A. (2019). *Ekonometrika* (4th ed.). YKPN Yogyakarta.
- Widowati, Sekar, A., & Mustikawati, Indah, R. (2018). the Effect of Savings Products Knowledge, Bank Reputation, and Customers Perception on Deposit Interest Rate on the Customer Saving Decision. *Jurnal Nominal*, VII(2), 141–156.
- Yuniarti. (2016). Pendidikan Islam Dalam Perspektif Filsafat Idealisme. *BELAJEA: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2)., 1(2).