

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN MURABAHAH

Mulyani Rizki
mulyanirizki_uin@radenfatah.ac.id

**Universitas Islam Negeri
Raden Fatah Palembang**

Abstrak

Kualitas pelayanan dalam konsep Islam dapat dikatakan bahwa keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai islam.¹ Dalam konsep tersebut islam mengajarkan bahwa memberikan layanan baik berupa barang atau jasa harus yang berkualitas sesuai dengan nilai-nilai islam, dan jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas karena hal tersebut hanya akan merugikan kedua belah pihak. Kualitas pelayanan dalam islam diartikan sebagai penilaian nasabah atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang tentunya berdasarkan dengan kaidah-kaidah islam, kualitas pelayanan dalam islam memberikan pelayanan yang pada dasarnya setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Peningkatan kualitas pelayanan dalam islam sangat diperlukan agar dapat menentukan pengambilan keputusan nasabah. Namun tidak akan berjalan dengan baik jika tidak dibarengi dengan kualitas pengambilan keputusan. Untuk menjaga kualitas pelayanan dalam islam bukan hanya tugas dari karyawan saja, melainkan seluruh anggota yang terlibat.

Dilihat dari fenomena diatas tersebut maka kualitas pelayanan islami dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan nasabah.

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah.

Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 responden, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampling incidental* dengan menggunakan rumus *hair*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan SEM AMOS Versi 20.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa diperoleh nilai CR sebesar $3,418 > 1,96$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan Islami, Keputusan Nasabah, Pembiayaan Murabahah*

Abstract

Service quality in the Islamic concept can be said that the overall features and characteristics of a product or service that depend on its ability to satisfy stated or implied needs and in accordance with Islamic values.²¹ In this concept Islam teaches that providing services in the form of goods or services. must be of quality in accordance with Islamic values, and do not give bad and not quality because it will only harm both parties. Service quality in Islam is defined as a customer's assessment of the superiority or privilege of a product or service as a whole which is of course based on Islamic principles, the quality of service in Islam provides services that basically every activity related must be based on compliance with sharia which is full of values. -moral and ethical values. Improving the quality of service in Islam is very necessary in order to determine customer decision making. However, it will not run well if it is not accompanied by quality decision making. To maintain the quality of service in Islam is not only the duty of the employees, but all the members involved. Judging from the above

phenomena, the quality of Islamic services can be taken into consideration for customer decision making. The purpose of this study was to determine how the influence of Islamic service quality on customer decisions in murabahah financing. The number of samples in this study was 100 respondents, this study used a quantitative approach. The data collection technique in this study used a questionnaire, and the sampling technique used the incidental sampling method using the hair formula. The data obtained were then processed with SEM AMOS Version 20. The results of this study indicate that the CR value is $3,418 > 1.96$ and the probability is $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that Islamic Service Quality has a positive and significant effect on Customer Decision Making in Murabahah Financing.

Keywords: Islamic Service Quality, Customer Decision, Murabahah Financing

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Lembaga keuangan memiliki peran strategis yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana ke masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan peranan yang dimiliki tersebut, adanya lembaga keuangan diharapkan mampu memberikan manfaat yang lebih bagi masyarakat, serta masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah diantaranya dapat mewakili dengan pandangan masyarakat secara umum terhadap lembaga keuangan syariah, yaitu (1) Tidak adanya bunga (riba), (2) Lembaga keuangan syariah identik dengan sistem bagi hasil.¹

Transaksi pembiayaan murabahah ini lazim dilakukan oleh Rasulullah SAW dan para sahabatnya. Secara sederhana, murabahah berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah dengan margin yang disepakati.²

Sistem pembiayaan murabahah masih tergolong baru di Indonesia dan produk ini belum terpasarkan secara baik ke pihak-pihak yang membutuhkan. Sesungguhnya apabila ditelaah secara lebih mendalam, terdapat kelebihan tersendiri pada produk-produk yang dihasilkan oleh lembaga keuangan syariah, salah satu kelebihannya yaitu tidak mengandung bunga atau riba.³

BMT merupakan lembaga keuangan non bank syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Munculnya BMT (Baitul Mal wat Tamwil) sebagai lembaga keuangan mikro syariah dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank syariah. Oleh sebab itu, BMT menjadi alternatif pemulihan kondisi perekonomian di Indonesia.

B. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah.

C. Metode Penelitian

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini adalah metode *Sampling insidental*. yang dimana bermaksud, *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Hasil Kegiatan

4.1 Karakteristik Responden

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin, bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1 berikut ini:

4.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : *Output SPSS data peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, pada identitas responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 54 orang dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 46 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden produk pembiayaan murabahah di BMT adalah Laki-laki.

4.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Usia					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	20 - 30 Tahun	19	19.0	19.0	19.0
	31 - 40 Tahun	35	35.0	35.0	54.0
	41 - 50 Tahun	28	28.0	28.0	82.0
	51 - 60 Tahun	13	13.0	13.0	95.0
	> 60 Tahun	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS data peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, pada identitas responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 20 – 30 tahun berjumlah 19 orang, responden yang berusia 31 – 40 tahun berjumlah 35 orang, responden yang berusia 41 – 50 tahun berjumlah 28 orang, responden yang berusia 51 – 60 tahun berjumlah 13 orang dan responden yang berjumlah > 60 tahun berjumlah 5 orang.

4.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Pedagang	57	57.0	57.0	57.0
	Pegawai Negeri/ ABRI	5	5.0	5.0	62.0
	Pegawai Swasta/ Karyawan	14	14.0	14.0	76.0
	Wiraswasta	14	14.0	14.0	90.0
	Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS data penelitian, 2021*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, pada identitas responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang berkerja sebagai pedagang berjumlah 57 orang, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri/ABRI berjumlah 5 orang, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta/karyawan berjumlah 14 orang, responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 14 orang, dan terakhir responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 10 orang.

4.1.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	SD/Sederajat	8	8.0	8.0	8.0
	SMP/Sederajat	14	14.0	14.0	22.0
	SMA/Sederajat	37	37.0	37.0	59.0
	Diploma (D1, D2, D3)	25	25.0	25.0	84.0
	Sarjana (S1, S2)	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS data penelitian, 2021*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, pada identitas responden berdasarkan pendidikan menunjukkan bahwa responden lulusan SD berjumlah 8 orang, lulusan SMP berjumlah 14 orang, lulusan SMA berjumlah 37 orang, lulusan Diploma (D1, D2, D3) berjumlah 25 orang, dan Sarjana (S1, S2) berjumlah 16 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang ditempuh responden produk pembiayaan murabahah di BMT sebagian

besar adalah berpendidikan SMA.

4.1.5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Tabel 4.5
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Lama Menjadi Anggota					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	< 1 Tahun	12	12.0	12.0	12.0
	1 - 2 Tahun	25	25.0	25.0	37.0
	2 - 3 Tahun	9	9.0	9.0	46.0
	3 - 4 Tahun	21	21.0	21.0	67.0
	> 4 Tahun	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output Spss data penelitian, 2021*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, pada identitas responden berdasarkan lama menjadi anggota menunjukkan bahwa, responden yang sudah menjadi anggota < 1 sebanyak 12 orang, responden yang sudah menjadi anggota selama 1–2 tahun sebanyak 25 orang, responden yang sudah menjadi anggota selama 2-3 tahun sebanyak 9 orang, responden yang sudah menjadi anggota selama 3-4 tahun sebanyak 21 orang, dan responden yang sudah menjadi anggota > 4 tahun sebanyak 33 orang.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa diperoleh nilai CR (*Critical Ratio*) sebesar $3,418 > 1,96$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah.

E. Penutup

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan:

Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah dengan nilai CR (*Critical Ratio*) sebesar $3,418 > 1,96$ dan probabilitas $0,000 < 0,05$

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang : Walisongo Press
- Candra, Heru Kartika. 2019. *Pengantar Teknologi Informasi*. Banjarmasin : POLIBAN PRESS
- Endra, Febri. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Sidoarjo : Zifatama Jawara Gaol,
- Chr. Jimmy L. 2008. *Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi*. Jakarta : Grasindo
- Ghazali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Progam AMOS 19.0*. Semarang : UNDIP
- Ghazali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*, Semarang : Badan Penerbit-UNDIP
- Hair, Joseph F, William C. Black, Barry J. Babin. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*.
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Cara Praktis Meneliti Konsumen Dan Pesaing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Karim, Adiwarman Aswar. 2001. *Ekonomi Islam suatu kajian Kontemporer*. Jakarta, Gema Insani Press
- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Rusman. 2012. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi*. Jakarta: Grafindo Persada
- Saleh, Muhammad Yusuf, Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV SAH MEDIA
- Simarmata, Janner, dkk. 2020. *Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Manajemen*. Yayasan Kita Menulis
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sugiyono. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*. Jakarta : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian (kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V.Wiratna. 2015. *Spss Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Supriatna, Yuda, Yoga Adiyanto, Deni Sunaryo. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*, Pasuruan : Qiara Media

Waluyo, Minto. 2011. *Pendoman dan Aplikasi Sruktural Equation Modeling untuk Aplikasi Model dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi dan Manajemen*, Jakarta: PT Indeks

Yudiaatmaja, Fridayana. 2017. *Analisis Jalur : Perhitungan Manual dan Aplikasi Komputer Statistik*. Depok : PT RajaGrafindo Persada