

HARGA JUAL DAN TINGKAT MARGIN: PREFERENSI NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH BMT AS'ADIAH SENGKANG

Reni Furwanti

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
renifurwanti96@gmail.com

Abstract

This paper will discuss the effect of the price cost and the level of margins to the customer's decision to use murabahah product in BMT As'Adiyah Sengkang. The purpose of this paper is to find out whether the price cost and the level of margins have a significant effect to the customer's decision to use murabahah product in BMT As'Adiyah Sengkang. This type of research uses quantitative research with descriptive statistical analysis and will be interpreted by using multiple linear regression tests. The results show, simultaneously, the price cost and the level of margins have a significant effect to the customer's decision to use murabahah product in BMT As'Adiyah Sengkang. But partially the price cost has a significant effect while the margin does not..

Keywords: *Cost of goods, Margin, BMT*

Abstrak

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan produk murabahah BMT As'Adiyah Sengkang. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah biaya barang dan tingkat margin memiliki pengaruh yang signifikan bagi pelanggan menggunakan produk murabahah di BMT As'Adiyah Sengkang. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan akan ditafsirkan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan, secara simultan, harga jual dan tingkat margin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan tentang pembiayaan murabahah BMT As'Adiyah Sengkang. Namun secara parsial harga jual berpengaruh signifikan sedangkan margin tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah

Kata kunci : Harga jual, *Margin*, BMT

A. Pendahuluan

BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan sistem bagi hasil atau profite sharing, jual beli, dan sistem lainnya yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat drajat dan martabat serta membela kepentingan masyarakat

menengah dan kecil. Dikalangan masyarakat menengah dan kecil, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling terjangkau serta sarana yang paling mudah untuk memenuhi kebutuhan akan dana pinjaman.

Dalam skala mikro, BMT mampu mengurangi jalannya Bank Konvensional yang menarik dana masyarakat lalu dipinjamkan kepada konglomerat dan pengusaha besar (Sa'adah, 2015). Hal tersebutlah yang melatarbelakangi hadirnya BMT untuk membantu mengikis praktek rentenir yang sudah menjamur dimasyarakat. Syaifuddin A. Rasyud mengemukakan bahwa Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam upaya pengetasan kemiskinan (Rasyid, 2010).

Salah satu produk yang ditawarkan oleh BMT adalah pembiayaan murabahah yakni jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Dalam murabahah, penjual harus memberi tahu harga jual produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pembiayaan murabahah ini diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional pada Nomor 4/DSNMUI/IV/2000 Tanggal 1 April 2000 tentang murabahah. Murabahah sangat erat kaitannya dengan harga jual dan tingkat margin. Di mana harga merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting karena menentukan laku atau tidak suatu produk barang atau jasa tersebut. Jika dalam menentukan suatu harga mengalami kesalahan, maka nantinya akan berakibat fatal dan merugikan perusahaan itu sendiri. Harga jual terdiri dari harga barang itu sendiri dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut dari supplier. Penentuan tingkat margin dititik beratkan pada keputusan pemangku kekuasaan tertinggi selain dari pertimbangan-pertimbangan lain. Di mana pihak lembaga keuangan menjelaskan mengenai penentuan tingkat margin kepada nasabah, namun tidak menutup kemungkinan beberapa nasabah terkadang belum paham tentang prosedur penetapan margin yang ditetapkan pada lembaga keuangan yang terkait.

Nisa Alvi Sa'ada dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh penetapan harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Agritama Blitar" dikemukakan bahwa harga jual dan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Agritama Blitar. Hal tersebut mengindikasikan bahwa ketika kedua indikator dalam penelitian tersebut yakni harga jual dan margin mengalami perubahan baik berupa kenaikan ataupun penurunan akan menjadikan nasabah semakin selektif dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan pembiayaan murabahah atau tidak. Sehingga semakin tinggi harga jual dan tingkat margin maka akan semakin berkurang minat nasabah pembiayaan murabahah dan begitupun sebaliknya (Sa'adah, 2015).

Fadlan Hotomatul Adalah dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh potongan margin (Muqashah Ar-Ribhi) terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan pembiayaan murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar (Studi kasus Kantor Cabang Bluto Sumenep)" mengemukakan bahwa potongan margin berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah cenderung memilih pembiayaan dengan margin terendah untuk memperoleh nilai guna yang maksimal. Margin merupakan daya tarik tersendiri bagi preferensi nasabah pada BPRS terkait (Hotimatul Adalah, 2016).

Aishath Muneeza, Muhammad Fahmi Fauzi, et all dalam penelitiannya yang berjudul "House financing: contracts used by islamic banks for finished properties in Malaysia" dikemukakan bahwa orientasi pembiayaan murabahah lebih banyak dialokasikan untuk membiayai aspek properti. Mayoritas bank di Malaysia menganggap bahwa murabahah telah mendapatkan popularitas melalui Bursa Suq Al-Sila yang dianggap mudah, cepat, dapat diandalkan, menguntungkan, lebih murah, nyaman dan tidak memiliki risiko untuk melakukan transaksi jenis (Muneeza Aish, Muhammad Fahmi Fauzi, et all, 2019).

Dalam proses penentuan harga jual, bank syariah masih bergantung pada beberapa faktor layaknya bank konvensional, yaitu suku bunga yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan beban keuntungan bagi pihak

bank/BMT, pemilik modal, serta nasabah penyimpan. Sedangkan dalam penentuan tingkat margin terkadang dalam lembaga keuangan syariah penetapannya masih ditentukan oleh lembaga tersebut, dikarenakan beberapa nasabah belum paham tentang berapa margin yang sesuai pada saat ini. Zuriati Yakabera dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa penetapan harga jual dan tingkat margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pembiayaan murabahah baik secara simultan maupun parsial (yakabera, 2017).

Kopseyar BMT As'adiyah Sengkang lahir berdasarkan tuntutan dan animo masyarakat yang ingin menjadikan BMT sebagai wadah untuk mengembangkan usaha ekonomi syariah dalam rangka mencapai kesejahteraan (As'Adiyah, <http://asadiyahpusat.org/bmt-asadiyah/>, 2020). Oleh karena itu Kopseyar BMT As'adiyah Sengkang yang merupakan lembaga keuangan mikro syariah dalam menjalankan usaha yang berbasis ekonomi kerakyatan dan berpolakan syariah, tumbuh dan berkembang dari arus bawah untuk menggali dan menumbuhkembangkan serta memperdayakan ekonomi lemah terhadap himpitan sistem spekulasi dan praktek-praktek ribawi atau rentenir.

Berangkat dari realitas penyaluran dana BMT As'adiyah Sengkang, dapat diketahui bahwa BMT As'adiyah Sengkang didirikan pada tanggal 10 Juni 2001 dan sudah beroperasi selama \pm 19 tahun dan masih eksis hingga saat ini. Di mana kopseyar BMT As'adiyah Sengkang ini dianggap layak dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya dikarenakan jangkauan pemasaran BMT As'adiyah cukup luas yakni meliputi wilayah Kec. Tempe, Tanasitolo, Pamanna dan beberapa wilayah lain yang berdomilisi di daerah Kab. Wajo dan sekitarnya. Adapun jumlah anggota/ nasabah pembiayaan selama Tahun 2019 adalah 272 nasabah (As'Adiyah, Laporan Break Down Kolektibilitas, 2019). Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli (Prasetyo, 2017).

Berdasarkan beberapa uraian di atas, fokus penelitian yang akan diteliti adalah pengaruh harga jual dan tingkat margin terhadap pengambilan keputusan pembiayaan murabahah pada BMT As'adiyah Sengkang. Penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan karena harga jual dan tingkat margin dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah, jika harga jual dan tingkat margin terlampaui tinggi maka nasabah akan cenderung memilih lembaga keuangan lain. Sebaliknya jika harga jual dan tingkat margin terlalu rendah maka pihak BMT tidak mampu menutupi biaya operasional dari pencairan dana pinjaman. Di mana yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian ini akan diitik beratkan pada seberapa besar pengaruh harga jual sebagai penentu awal perumusan harga jual serta tingkat margin sebagai persentasi keuntungan yang diperoleh pihak pemberi dana dalam hal ini BMT As'adiyah Sengkang terhadap persepsi nasabah yang selanjutnya akan mengambil keputusan untuk menggunakan/ tidak menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT terkait.

B. Diskusi dan Pembahasan

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrument valid dan reable untuk diterapkan dalam penelitian. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, begitupun sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tidak berkorelasi secara signifikan terhadap skor total. Item kuisioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 1: Output Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Harga jual(X1)	1	0,482	0,223	Valid
	2	0,819	0,223	Valid
	3	0,702	0,223	Valid
Tingkat Margin(X2)	1	0,720	0,223	Valid
	2	0,720	0,223	Valid
	3	0,808	0,223	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	1	0,605	0,223	Valid
	2	0,507	0,223	Valid
	3	0,715	0,223	Valid
	4	0,514	0,223	Valid
	5	0,270	0,223	Valid

Sumber data primer: diolah tahun 2019

Hasil uji validitas menunjukkan 3 variabel (harga jual/ X₁, tingkat margin/ X₂ dan pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*/ Y) pada penelitian ini adalah valid karena 10 dari 11 item pertanyaan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan dengan level *correlation significant* 0,01. Sedangkan 1 dari 11 pertanyaan berada pada level *correlation significant* 0,05.

Tabel 2: Uji Reabilitas

Variabel	Combach's Alpha	Keterangan
Harga jual(X1)	0,419	Realibel
Tingkat Margin(X2)	0,642	Realibel
Keputusan Nasabah (Y)	0,364	Realibel

Sumber data primer: diolah tahun 2019

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji reabilitas pada penelitian ini yaitu jika *Combach's Alpha* > r_{tabel} . Maka dapat diketahui hasil uji reabilitas pada penelitian ini adalah reable dengan alasan sebagai berikut :

- Total item pertanyaan pada variabel harga jual (X₁) memperoleh nilai alfa 0,419. Artinya *Combach's Alpha* > r_{tabel} (0,419 > 0,295) sehingga variabel X₁ dinyatakan reable.
- Total item pertanyaan pada variabel Tingkat Margin (X₂) memperoleh nilai alfa 0,624. Artinya *Combach's Alpha* > r_{tabel} (0,624 > 0,295) sehingga variabel X₂ dinyatakan reable.
- Total item pertanyaan pada variabel pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) memperoleh nilai alfa 0,364. Artinya *Combach's Alpha* > r_{tabel} (0,365 > 0,295) sehingga variabel X₁ dinyatakan reable.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang di uji berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan tehnik kolmogrof-Smirnov dengan kriteria jika nilai signifikansinya > 0,05 maka berdistribusi normal, namun jika nilai signifikansinya < 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas berdasarkan *output* di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi > 0,05 (0,105 > 0,05), artinya data yang diuji adalah berdistribusi normal.

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel dependen dengan masing- masing variabel independen dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear atau tidak. Untuk memastikan data bersifat linear atau tidak, dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi linearitynya, apabila > 0,05 maka terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen begitupun sebaliknya. Di mana dalam penelitian ini menunjukkan hasil uji

linieritas antara variabel harga jual (X_1) dengan pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) adalah signifikan ($0,260 > 0,05$). Begitupun dengan uji linearitas variabel tingkat margin (X_2) dengan pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) adalah tidak signifikan ($0,00 < 0,05$). Meskipun variabel tingkat margin (X_2) dengan variabel pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) tidak signifikan, akan tetapi hubungan antara variabel harga jual (X_1) dengan variabel pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) memiliki signifikansi yang cukup tinggi sehingga dapat memenuhi syarat untuk melakukan analisis regresi linier berganda.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance, jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas, begitu pula sebaliknya jika nilai tolerance $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas. Atau dapat melihat nilai VIF, jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas begitupun sebaliknya jika nilai VIF $\geq 10,00$ maka terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini maka diperoleh hasil bahwa nilai VIF semua variabel independen dalam penelitian ini $< 10,00$ (X_1 dan X_2 yaitu $1,511 < 10,00$).

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi pada penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh harga jual (X_1) dan tingkat margin (X_2) terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) pada BMT As'Adiyah Sengkang. Kriteria penilaian yaitu dengan nilai signifikansi 0,1 (10%), jika nilai signifikansi F atau t statistiknya $\leq 0,1$ maka ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependennya, jika $f > 0,1$ maka tidak ada pengaruh signifikan. Perangkat yang digunakan untuk uji regresi pada penelitian ini adalah menggunakan program SPSS versi 21. Adapun hasil uji regresi yang diperoleh adalah :

Tabel 3 : Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	24,391	2,496		9,772	,000		
1 Harga jual	,263	,214	,173	1,230	,223	,662	1,511
Tingkat Margin	-,436	,205	-,299	-2,131	,036	,662	1,511

Sumber data primer: diolah tahun 2019

Tabel 4: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,244 ^a	,059	,033	1,850

a. Predictors: (Constant), Tingkat Margin, Harga jual

Sumber data primer: diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil uji regresi pada kolom 2 di atas, persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan dan dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = 24,391 + 0,263 \text{ Harga jual} - 0,436 \text{ Tingkat Margin}$$

- a. Nilai koefisien konstantanya sebesar 24,391 artinya jika X_1 dan X_2 nilainya nol, maka tingkat pengambilan keputusan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang adalah sebesar 24,391%.
- b. Koefisien regresi X_1 sebesar + 0,263 menyatakan bahwa jika variabel lainnya tetap dan variabel harga jual (X_1) mengalami kenaikan 1%, maka harga jual (X_1) mengalami peningkatan sebesar 0,263%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara harga jual dengan pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*, semakin tinggi harga jual maka semakin nasabah semakin berhati-hati dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang.
- c. Koefisien regresi X_2 sebesar -0,436 menyatakan bahwa setiap bahwa jika variabel lainnya tetap dan variabel tingkat margin (X_2) mengalami kenaikan 1%, maka tingkat margin akan mengalami penurunan sebesar 0,436. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara tingkat margin dengan pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*, semakin tinggi tingkat margin maka semakin menurun minat nasabah/ anggota untuk mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual dan tingkat *margin* terhadap pengambilan keputusan nasabah pembiayaan *murabahah* dapat dilihat pada Tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa harga jual dan tingkat *margin* berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah adalah sebesar 59% sedangkan 41% keputusan nasabah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Kriteria penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh, begitupun sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh. Secara parsial harga jual berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* karena $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($1,230 > 0,233$). Sedangkan tingkat *margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang (X_2) menunjukkan $t_{tabel} < t_{hitung}$ ($-0,131 < 0,36$).

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terkait. Penggunaan taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 5 %. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA dalam kolom sig. Jika nilai signifikansi < taraf signifikansi (penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antar variabel bebas terhadap variabel terkait. Begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Secara simultan, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X adalah $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel harga jual (X_1) dan tingkat *margin* (X_2) terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* (Y) pada BMT As'adiyah Sengkang.

2. Pembahasan

Berdasarkan rangkaian pengujian di atas maka diperoleh hasil interpretasi secara mendalam mengenai hubungan antar variabel sebagai berikut:

a. Analisis Pengaruh Harga jual terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah pada Pembiayaan *Murabahah* BMT As'adiyah Sengkang.

Penetapan harga jual merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Harga jual menjadi sangat penting untuk menentukan harga produk pembiayaan *murabahah* yang dapat bersaing di pasaran. Harga jual yang diterapkan pada BMT As'adiyah Sengkang tidak jauh berbeda dari lembaga keuangan lainnya. Di mana harga jual objek pembiayaan diambil dari harga beli barang pada supplier ditambah dengan biaya yang dikeluarkan hingga barang tersebut sampai ke tangan nasabah. Pihak BMT juga memiliki andil dalam melakukan survey harga di pasaran dan memilih supplier dengan penawaran harga terendah menggunakan untuk meningkatkan minat nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang.

Berdasarkan Tabel 1 dan 2 mengenai hasil uji regresi linier berganda, dalam penelitian ini dikemukakan bahwa variabel harga jual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Hal tersebut sejalan dengan teori yang mengemukakan bahwa variabel penetapan harga jual mempengaruhi keputusan pembiayaan *murabahah* (Rahmawati, 2019). Di samping itu harga jual produk mampu menarik minat nasabah pembiayaan seperti adanya harga discount atau promo atau strategi harga lembaga keuangan terkait (Wulandari, Niken Ayu, 2017). Yang menjadi salah satu perbedaan adalah penyebutan istilah harga jual, di mana dalam penelitian ini menggunakan istilah harga jual sebagai salah satu indikator dari penentuan harga jual produk pembiayaan *murabahah* secara menyeluruh.

Pengaruh signifikan yang diperoleh dalam penelitian ini didasarkan atas prosedur penetapan harga jual pada BMT As'adiyah Sengkang yang diambil dari harga awal atau harga asli dari produsen atau dilihat dari kisaran harga di pasaran. Maka dari itu pihak BMT diharuskan untuk jeli dalam memilih produsen yang dapat memberikan keuntungan baik untuk nasabah maupun untuk pihak BMT Sendiri. Di samping itu, nasabah diberikan kebebasan untuk memilih supplier dengan harga terendah untuk memperoleh objek *murabahah*nya. Dengan demikian pemberian tuposksi tersebut dapat meningkatkan minat nasabah.

b. Analisis Pengaruh Tingkat *Margin* terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah pada Pembiayaan *Murabahah* BMT As'adiyah Sengkang.

Tingkat margin merupakan faktor yang ada dalam menentukan berapa keuntungan yang diperoleh. Dalam penentuan *margin* ini memiliki perhatian yang lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*. Margin juga merupakan faktor dari terbentuknya perolehan akhir dari harga jual suatu objek pembiayaan *murabahah*. Hal tersebut disebabkan karena adanya suatu perbedaan kebijakan dalam penentuan margin pada BMT As'adiyah dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya. Sehingga tinggi rendahnya tingkat margin tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Di mana penetapan *margin* pembiayaan *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang masih berdasarkan aspek kondisional, seperti aspek waktu dan karakteristik nasabah.

Hasil uji regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, hal tersebut sejalan dengan hasil temuan penelitian yang dikemukakan oleh (yakabera, 2017) bahwa tingkat margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa aspek. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti menemukan fakta tentang alasan tingkat margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, beberapa di antaranya sebagai berikut:

- 1) Nasabah pada BMT As'adiyah Sengkang kurang memahami prosedur penetapan margin
- 2) Karakteristik nasabah pada BMT As'adiyah lebih mengutamakan pola pikir rasionalitas muslim sebagai acuan penentuan keputusan (masyarakat sekitar cukup meminati lembaga keuangan syariah dibandingkan konvensional).
- 3) Sebagian besar nasabah masih beranggapan bahwa margin itu adalah hak prerogatif pihak lembaga keuangan yang tidak bisa diganggu gugat.

Meskipun hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa tingkat margin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*, namun margin tetap memiliki pengaruh dalam menarik minat nasabah terlebih lagi penetapan margin pada BMT As'adiyah Sengkang sangat fleksibel dengan kondisi nasabah. Di samping itu, margin juga merupakan faktor penentu dalam penentuan akhir harga jual secara menyeluruh.

Penetapan margin pada BMT As'adiyah Sengkang ditetapkan dengan memberikan kesempatan kepada nasabah/ calon nasabah untuk melakukan negosiasi sebelum akad dilakukan. Dalam negosiasi dijelaskan mengenai penetapan margin yang ditawarkan oleh nasabah dan hal-hal yang terkait dengan alasan penetapan margin tersebut. Salah satu pertimbangan penetapan margin adalah loyalitas nasabah, di mana nasabah prioritas atau nasabah yang sudah diakui kelancaran pembayarannya diberikan tingkat margin yang lebih rendah dibandingkan dengan nasabah baru yang ingin mengambil pembiayaan *murabahah*.

c. Analisis Pengaruh Harga jual dan Tingkat *Margin* terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah pada Pembiayaan *Murabahah* BMT As'adiyah Sengkang.

Secara parsial harga jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, sedangkan tingkat *margin* tidak berpengaruh signifikan. Meskipun demikian jika diuji secara simultan dapat diketahui bahwa harga jual dan tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Dari hasil tersebut diketahui bahwa harga jual dan tingkat margin merupakan hal yang harus mendapat perhatian lebih karena keduanya merupakan bagian penting dari pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam hal menggunakan atau tidak menggunakan produk *murabahah* pada BMT As'adiyah Sengkang. Hal tersebut sesuai dengan asumsi bahwa jika harga jual dan tingkat margin mengalami kenaikan atau peningkatan maka akan mempengaruhi kenaikan harga jual (Sa'adah, 2015). Di mana semakin tinggi harga jual objek *murabahah* maka semakin menurun minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* tersebut, begitupun sebaliknya jika harga jual menurun maka minat nasabah akan meningkat untuk menggunakan produk nasabah tersebut. Tapi di sisi lain pihak BMT yang bersangkutan juga harus mempertimbangkan tupoksi harga jual dan tingkat margin untuk memperoleh harga jual yang ideal sehingga tidak mengalami kerugian

C. Kesimpulan

1. Harga jual berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada pembiayaan *murabahah* BMT As'adiyah Sengkang. Hal tersebut disebabkan karena penentuan harga jual pada BMT terkait berlaku secara umum pada setiap anggota/nasabah pembiayaan sehingga secara otomatis jika harga jual mengalami peningkatan maka minat nasabah akan mengalami penurunan begitupun sebaliknya.
2. Tingkat *margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada pembiayaan *murabahah* BMT As'adiyah Sengkang. Hal tersebut disebabkan karena penetapan *margin* pada BMT terkait lebih mengarah kepada personalitas nasabah yang menjadikan setiap nasabah memperoleh perlakuan yang berbeda- beda terkait dengan penetapan margin.
3. Analisis regresi menunjukkan bahwa secara simultan, harga jual dan tingkat *margin* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah pada pembiayaan *murabahah* BMT As'adiyah Sengkang. Hal tersebut disebabkan harga jual dan tingkat *margin* merupakan indikator yang menjadi pertimbangan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* karena merupakan faktor penentu dalam penentuan harga jual secara menyeluruh.

Daftar Pustaka

- Adriani, T. (2019). Pengaruh Salesmanship, Margin dan Pengetahuan Produk oleh Nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada PT BNI Syariah KCP Tulungagung. Tulung Agung: IAIN Tulung Agung.
- Aini, A. N. (2015). Pengaruh Tingkat Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Surabaya: Respository UIN Sunan Ampel.
- As'Adiyah, B. (2019). Laporan Break Down Kolektibilitas. Sengkang, Kab. Wajo: BMT As'Adiyah Sengkang.
- As'Adiyah, B. (2020, 02 19). <http://asadiyahpusat.org/bmt-asadiyah/>. Retrieved from <http://asadiyahpusat.org/>.
- Asiyah, B. N. (2014). Manajemen Pembiayaan Bank Syariah. Yogyakarta: Teras.
- Asri, R. K. (2018). Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada BPRS Mitra Ago Usaha Bandar Lampung). Respository UIN Raden Intan Lampung.
- Bachtiar, I. Y. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan dan Simpanan Baitul Maal wa Tamwil Rizwa Tulungagung dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. Respository IAIN Tulung Agung.
- Diana Djuita, Dian Purnamasari. (2017). Analisis Penetapan Harga Jual pada Pembiayaan Murabahah berdasarkan Perspektif Islam di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al-Falah Sumber. Al- Amwal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 9, No. 1.
- Fadhillah, M. A. (2018). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Menabung di Bank Syariah Kota Makassar. Makassar: Respository UIN Alauddin.
- Hechem Ajmi, Hassanuddeen Abdul Aziz, Salina Kassim, Walid Mansour. (2019). Principal-Agent Preferences in Imperfect Market: Theoretical Analysis on Murabahah and Ijarah. JIMF: Jurnal of Islamic Monetary and Finance, Vol. 5, No. 1.
- Hotimatul Adalah, F. F. (2016). Pengaruh Potongan Margin (Muqashah Ar-Ribhi) Terhadap Minat nasabah dalam Memanfaatkan Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar (Studi Kasus di Kantor Cabang Bluto Sumenep). Iqtishadiah, Vol. 3. No. 1.
- Imama, L. S. (2015). Konsep dan Implementasi Murabahah pada Produk Pembiayaan Bank Syariah. Kudus: IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah.
- Karim, A. (2007). Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan. Jakarta: PT Rajawali Persada.
- Muh. Fudhail Rahman, Aida Humaira. (2019). Position and Role of sharia Banks on Murabahah Contract Implementation. Bengkulu: MADANIA: Jurnal Kajian Keislaman, Vol. 23, No. 2.

- Muhammad. (2012). *Tehnik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press .
- Muhammad Ali Tamrin, Dedi Suselo. (2018). Implementasi Akad Murabahah dalam Penentuan Harga dan Margin Pembiayaan pada BMT di Tulungagung. *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 4, No. 1.
- Muneeza Aisth, Muhammad Fahmi Fauzi, et all. (2019). Housing Financing: Contracts Used by Islamic Banks fot Finished Properties in Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, ISSN: 1759-0817.
- Prasetyo, J. (2017). *Persepsi Masyarakat Non Muslim terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Murabahah*. Surakarta: Respository IAIN Surakarta.
- Rahmawati, T. P. (2019). *Pengaruh Penetapan Harga Jual Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Amanah Insan Cita Medan*. Sumatera Utara: respositori.unisu.ac.id.
- Rasyid, S. (2010). *Konsep Dasar BMT : dikutip dalam buku Neni Sri Imaniyati, Aspek- Aspek Hukum BMT/ Baitul Mal wat Tamwil*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sa'adah, N. A. (2015). *Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar*. Tulung Agung: Respository IAIN Tulung Agung.
- Sikrillah, L. (2016). *Analisis Penetapan Harga Jual Pembiayaan Murabahah pada Lembaga Keuangan Syatiah dan Non Bank*. El-Dinar, Vol. 4, No. 2, Malang.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Syaparuddin. (2017). *Ilmu Ekonomi Mikro Islam: Peduli Masalah vs. Tidak Peduli Masalah*. Yogyakarta: Trust Media.
- Wiroso. (2005). *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.
- Wulandari, Niken Ayu. (2017). *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Murabahah terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Mikro (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pringsewu)*. Respository UIN Raden Intan Lampung.
- yakabera, z. (2017). *Pengaruh penetapan harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada BMT As' Adiyah Sengkang*. Palembang: respository UIN Raden Intan Fatah.
- .

