

**BAB IV**  
**ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

**A. Deskripsi Umum Penelitian**

Dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui variabel biaya promosi, pembiayaan, dan jumlah kantor mempengaruhi terhadap variabel jumlah nasabah pembiayaan yang merupakan indikator keuangan inklusif. Otoritas Jasa Keuangan memproses dan menerbitkan Statistik Perbankan Syariah, yang berisi data dari laporan perbankan Syariah dari seluruh Indonesia. Laporan keuangan dari 2011 hingga 2019 digunakan untuk menyusun analisis.

**Tabel 4.1**  
**Data Triwulan Biaya Promosi, Pembiayaan Jumlah Kantor,**  
**dan Jumlah Nasabah Pembiayaan Tahun 2011-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Triwulan</b>	<b>Biaya Promosi(*)</b>	<b>Pembiayaan(*)</b>	<b>Jumlah Kantor</b>	<b>Jumlah Nasabah Pembiayaan</b>
2011	I	39	74253	1311	1015274
	II	102	82616	1332	1108691
	III	167	92839	1349	1164202
	IV	339	102655	1401	1399330
2012	I	68	104239	1460	1540644
	II	134	117592	1529	1733215
	III	224	130357	1650	2101738
	IV	372	147505	1745	2512295

2013	I	62	161081	1812	2814965
	II	134	171277	1877	3154891
	III	234	177320	1937	3279793
	IV	370	184122	1998	3472214
2014	I	84	184964	2136	3613112
	II	200	193136	2149	3586550
	III	196	196563	2174	3749488
	IV	300	199330	2151	3770629
2015	I	47	147136	2150	2740371
	II	138	150709	2123	2820440
	III	216	151157	2043	2824114
	IV	302	153968	1990	2886860
2016	I	39	152967	1918	2931927
	II	97	158143	1807	3027266
	III	155	171979	1897	3223812
	IV	247	177482	1869	3360698
2017	I	40	178081	1849	3442272
	II	111	185570	1849	3509421
	III	190	186152	1850	3502069
	IV	308	189789	1825	3543635
2018	I	58	190064	1822	3592167
	II	124	189677	1827	3631933
	III	204	198536	1862	3708146
	IV	326	202298	1875	3722263

2019	I	85	205920	1886	3778791
	II	170	212560	1894	3865013
	III	271	218049	1903	4004485
	IV	406	225146	1919	4113683

\*(Dalam milyar rupiah)

*Data diolah bersumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK)*

## **B. Analisis Biaya Promosi, Pembiayaan, Jumlah Kantor dan Jumlah Nasabah Pembiayaan**

### **1. Biaya Promosi**

Dalam perkembangan biaya promosi disetiap triwulan I sampai IV dalam setahun dari periode tahun 2011 sampai 2019 meningkat. Hal ini memiliki dampak positif bagi perbankan syariah sebab makin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan dapat meningkatkan pertumbuhan nasabah. Biaya promosi ialah biaya yang dikeluarkan bank syariah dalam kegiatan pemasaran guna menginformasikan dan menyalurkan produk jasa bank syariah kepada nasabah. Dengan adanya biaya promosi dapat mempermudah bank syariah memberikan informasi dalam cakupan wilayah yang luas di Indonesia melalui periklanan, sales promotion dan lain-lain.

### **2. Pembiayaan**

Dalam perkembangan pembiayaan di bank syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya dilihat dari triwulan I

tahun 2011 sebesar 74.253 milyar hingga pada triwulan IV tahun 2019 sebesar 225.146 milyar. Hal ini memiliki dampak positif bagi perbankan syariah karena semakin besar tingkat pembiayaan bank syariah semakin meningkat pula pertumbuhan nasabah dan perekonomian di Indonesia. Sebab bank syariah lebih fokus pada pembiayaan untuk produktif. Tingginya dana pihak ketiga yang diserahkan pada nasabah yang mengajukan pembiayaan untuk industri mereka di bank syariah akan mengurangi tingkatan pengangguran serta kemiskinan dalam perekonomian suatu negeri.

### **3. Jumlah Kantor**

Dalam pertumbuhan kantor bank syariah yang di Indonesia alami penyusutan, terlihat dari sejumlah kantor bank syariah 2.174 unit pada triwulan III tahun 2014, akan tetapi pada akhir periode atau triwulan 4 2019 jumlah kantor turun menjadi 1.919 unit. Perihal tersebut mempunyai dampak buruk pada pertumbuhan perbankan syariah. Sementara itu posisi kantor bank syariah dengan pusat aktivitas ekonomi serta tempat bermukim nasabah diinginkan dapat memudahkan akses nasabah kepada bank syariah dalam mendukung aktivitas perbankan. Sebenarnya masyarakat Indonesia menginginkan akses yang mudah serta terdekat dalam melaksanakan bisnis dengan bank syariah. Dan sedang kurangnya bank syariah dalam mensosialisasikan eksistensi serta penjelasan bank syariah pada masyarakat di wilayah terpencil.

#### **4. Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Dalam perkembangan jumlah nasabah pembiayaan di bank syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya dilihat dari triwulan I tahun 2011 sebanyak 1.015.274 nasabah bertambah pada waktu-waktu selanjutnya hingga triwulan IV tahun 2019 sebanyak 4.113.683 nasabah. Hal ini memiliki dampak baik untuk perbankan syariah karena dalam pengembangan produk jasa bank syariah serta kepercayaan nasabah cukup tinggi dalam melakukan aktivitas atau kegiatan melalui bank syariah.

#### **C. Analisis Statistik Deskriptif Variabel**

Pada bagian ini menjelaskan secara rinci tentang mendeskripsikan data yang berasal dari hasil analisis statistik yaitu dengan menggambarkan setiap variabel biaya promosi, pembiayaan, jumlah kantor, dan jumlah nasabah pembiayaan perbankan syariah di Indonesia.

Distribusi nilai yang bisa dimengerti dari jumlah data, minimal, maksimal, mean, dan standar deviasi akan dijelaskan oleh statistik deskriptif. Distribusi probabilitas ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi variabel penelitian. Berikut ini adalah statistik deskriptif yang berasal dari data yang diproses:

**Tabel 4.2**  
**Analisis Statistik Deskriptif Masing-Masing Variabel**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Promosi	36	39	406	182.19	107.009
Pembiayaan	36	74253	225146	1.66E5	38726.736
Jumlah_Kantor	36	1311	2174	1838.03	236.329
Jumlah_Nabah_Pembiayaan	36	1015274	4113683	3.01E6	881069.238
Valid N (listwise)	36				

*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

Berdasarkan analisis dan hasil statistik deskriptif pada table 4.2, diatas bisa dilihat jika total data (N) yang digunakan untuk menganalisis masing-masing variabel berjumlah 36 sampel. Nilai maksimum menunjukkan kisaran nilai terbesar yang ada dalam penelitian, sedangkan nilai minimum menunjukkan kisaran nilai terkecil yang ada dalam penelitian. Dan nilai rata-rata menunjukkan kisaran dari total nilai masing-masing variabel dibagi jumlah sampel.

Selanjutnya analisa nilai maksimal, nilai minimal, serta nilai mean masing- masing variabel selaku selanjutnya:

1. Variabel biaya promosi mempunyai nilai tertinggi (*maximum*) sejumlah 406 milyar kondisi ini ada di Bank Umum Syariah pada periode triwulan IV tahun 2019, sedangkan nilai terendah (*minimum*) sebesar 39 milyar yang terjadi di Bank Umum Syariah saat periode triwulan I tahun 2011 dan

triwulan 1 tahun 2016. Dan menyajikan juga nilai rata-rata (*mean*) sejumlah 182.19 milyar serta standar deviasi (*std devition*) sejumlah 107.009. Jadi bertambah besar biaya promosi yang dikeluarkan Bank Umum Syariah sehingga makin banyak jumlah nasabah pembiayaan.

2. Variabel pembiayaan memiliki nilai tertinggi (*maximum*) 225.146 milyar kondisi ini ada pada Bank Umum Syariah periode triwulan IV tahun 2019, sementara nilai terendah (*minimum*) sebesar 74.253 milyar yang terjadi di Bank Umum Syariah pada periode triwulan I tahun 2011. Serta menyajikan juga nilai rata-rata (*mean*) sebesar 166.000 (1.66E5) milyar dan standar deviasi (*std devition*) sebesar 38726.736. Jadi semakin tinggi pembiayaan yang dikeluarkan Bank Umum Syariah maka akan semakin banyak total nasabah pembiayaan.
3. Variabel jumlah kantor memiliki nilai tertinggi (*maximum*) sebanyak 2.174 kantor kondisi ini terdapat pada Bank Umum Syariah pada periode triwulan III tahun 2014, sedangkan nilai terendah (*minimum*) sebanyak 1.311 kantor yang terjadi di Bank Umum Syariah pada periode I tahun 2011. Serta menyajikan juga nilai rata-rata (*mean*) 1838.0 dan dengan standar devaiasi (*std devition*) sebesar 236.329. Jadi semakin tinggi jumlah kantor yang disediakan oleh Bank Umum Syariah maka jumlah nasabah pembiayaan akan berkurang.
4. Variabel jumlah nasabah pembiayaan memiliki nilai tertinggi

(*maximum*) sebanyak 4.113.683 nasabah kondisi ini terjadi di Bank Umum Syariah pada periode triwulan IV tahun 2019, sedangkan nilai nilai terendah (*minimum*) sebanyak 1.015.274 nasabah yang terjadi pada Bank Umum Syariah pada periode triwulan I tahun 2011. Dan menyajikan juga nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.010.000 (3.01E6) dan dengan standar deviasi (*std devition*) 881069.238.

#### D. Z-Score

Z-Score ini digunakan untuk menstandarisasi variable random mempunyai satuan yang berbeda-beda agar variable memiliki nilai satuan yang sama dengan hasil yang akurat.

**Tabel 4.3**

#### **Z-Score**

ZBiaya_Promosi	ZPembiayaan	ZJumlah_Kantor	ZJumlah_Nasabah_Pembiayaan
-1.33815	-2,36136	-2,23006	-2,26040
-0.74941	-2,14541	-2,14120	-2,15437
-0,14199	-1,88144	-2,06926	-2,09137
1.46534	-1,62797	-1,84923	-1,82450
-1,06714	-1,58707	-1.59958	-1,66411
-0,45038	-1,24227	-1,30761	-1,44555
0,39067	-0,91265	-0,79562	-1,02728
1,77373	-0,46985	-0,39364	-0,56131
-1,12321	-0,11929	-0,11013	-0,21778

-0,45038	0,14399	0,16491	0,16803
0,48412	0,30003	0,41879	0,30979
1,75504	0,47567	0,67690	0,52819
-0,91762	0,49741	1,26083	0,68810
0,16639	0,70843	1,31584	0,65796
0,12901	0,79692	1,42163	0,84289
1,10089	0,86837	1,32431	0,86688
-1,26339	-0,47938	1,32007	-0,30244
-0,41300	-0,38712	1,20583	-0,21157
0,31591	-0,37555	0,86732	-0,20740
1,11958	-0,30297	0,64305	-0,13618
-1,33815	-0,32881	0,33839	-0,08503
-0,79614	-0,19516	-0,13129	0,02318
-0,25413	0,16211	0,24953	0,24625
0,60561	0,30421	0,13106	0,40162
-1,32880	0,31968	0,04643	0,49420
-0,66531	0,51306	0,04643	0,57042
0,07294	0,52809	0,05066	0,56207
1,17565	0,62200	-0,05513	0,60925
-1,16059	0,62910	-0,06782	0,66433
-0,54383	0,61911	-0,04666	0,70947
0,20377	0,84787	0,10144	0,79597
1,34386	0,94501	0,15644	0,81199
-0,90828	1,03854	0,20299	0,87615

-0,11396	1,20999	0,23684	0,97401
0,82989	1,35173	0,27492	1,13231
2,09146	1,53499	0,34262	1,25624

*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

## E. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Dalam model regresi distribusi normal, uji normalitas menentukan apakah variabel adalah pengganggu atau residu. Data memiliki distribusi normal jika nilai sig ditentukan dalam keputusan uji normalitas.  $> (0,05)$ . Tabel berikutnya menunjukkan hasil uji normalitas berdasarkan data penelitian:

**Tabel 4.4**

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.61557993E4
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.067
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.530
Asymp. Sig. (2-tailed)		.941
a. Test distribution is Normal.		

*Sumber:* Output *Sumber:* Output SPSS 16, 2021

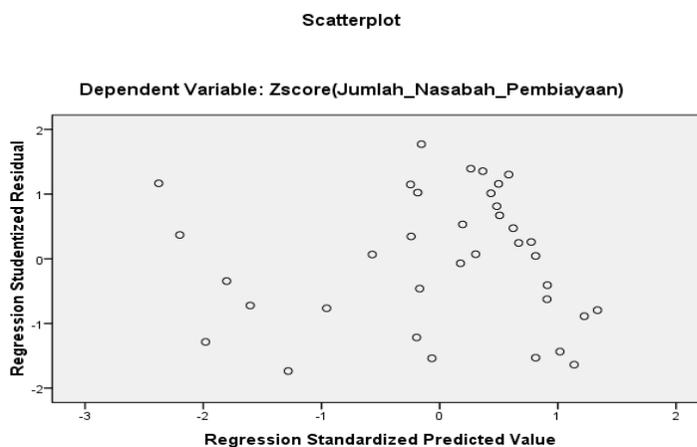
Menurut uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa model regresi dapat dianggap sebagai berdistribusi normal apabila nilai sig. (lebih besar sama dengan)  $\geq 0,05$ . Dari hasil uji SPSS 16 dapat ditemukan pada table 4.3, memperlihatkan jika nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* sebesar 0,941. Menurut hasil nilai diatas, menyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai nilai sig.  $0,941 \geq 0,05$ .

## 2. Uji Heterosdastisitas

Pada model regresi, uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan antara satu residu yang diamati dan yang lain. Gambar di bawah ini menunjukkan hasil tes heteroskedastisitas yang dilakukan dengan Scatterplot:

**Gambar 4.1**

### Hasil Uji Heterosdastisitas



*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

Bersumber gambar 4.1 ouput SPSS 16 tersebut nampak jika titik- titik meluas tidak menciptakan pola khusus yang nyata. Dan dapat disimpulkan bahwa tidak ada permasalahan heterosdastisitas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah model regresi memiliki koleransi atau hubungan variabel bebas. Hasil dari tes multikolinieritas ialah nilai toleransi 0,10 ataupun nilai VIF 10, menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas. Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.496E-16	.017		.000	1.000		
Zscore(Biaya_Promosi)	-.051	.018	-.051	-2.788	.009	.904	1.107
Zscore(Pembiayaan)	.905	.027	.905	33.454	.000	.408	2.448
Zscore(Jumlah_Kantor)	.133	.026	.133	5.093	.000	.437	2.289

a. Dependent Variable:  
Zscore(Jumlah\_Nasabah\_Pembiayaan)

*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

Pada Tabel 4.4, hasil tes multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen (biaya promosi, jumlah kantor, serta pembiayaan) mempunyai nilai *tolerance* (lebih besar sama dengan)  $\geq 0,10$  serta VIF nilai VIF (kurang dari sama dengan)  $\leq 10$ . Ini berarti bahwa penelitian ini telah lulus uji multikolinearitas.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien bertujuan untuk mengetahui tingkat menjelaskannya dan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan hasil uji untuk koefisien determinasi ditunjukkan table berikut :

**Tabel 4.6**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 <sup>a</sup>	.990	.990	.10226653

a. Predictors: (Constant), Zscore(Jumlah\_Kantor), Zscore(Biaya\_Promosi), Zscore(Pembiayaan)

b. Dependent Variable: Zscore(Jumlah\_Nasabah\_Pembiayaan)

*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

Pada data SPSS 16, 2021 menghasilkan nilai  $R^2$  sebesar 0,990, atau 99% , seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.5. bahwa biaya promosi, pembiayaan, dan jumlah kantor bisa mencapai 99% dari variabel yang mempengaruhi berapa banyak jumlah nasabah pembiayaan yang ada. Sisanya 0,10% dari varian dapat dijelaskan oleh diluar model digunakan.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan agar melihat apakah model regresi bisa diimplementasikan. Dapat menggunakan uji F untuk melihat apakah semua variabel independen seperti biaya promosi, pembiayaan, jumlah kantor berpengaruh pada variabel dependen. Jika analisis varians menghasilkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, uji F adalah model regresi yang valid. Berikut adalah hasil uji F penelitian ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji ANOVA atau F Test**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.665	3	11.555	1.105E3	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.335	32	.010		
	Total	35.000	35			

a. Predictors: (Constant), Zscore(Jumlah\_Kantor), Zscore(Biaya\_Promosi), Zscore(Pembiayaan)

b. Dependent Variable: Zscore(Jumlah\_Nasabah\_Pembiayaan)

*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

Bersumber hasil uji pada tabel 4.6 tersebut menunjukkan jika nilai  $F_{hitung}$  sebesar 1.105 (1,105E3) dengan taraf signifikansi sejumlah 0,000 (lebih kecil sama dengan  $\leq 0,05$ ). Dari analisis diatas bisa disimpulkan bahwa jika  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diperoleh bermaksud memperlihatkan jika secara simultan variabel biaya promosi, pembiayaan, serta jumlah kantor berpengaruh signifikan pada jumlah nasabah pembiayaan.

### **3. Uji Parsial (Uji t)**

Uji ini menjelaskan tingkat pengaruh satu variabel independen secara pribadi pada variabel dependen. Landasan pengambilan keputusan pada uji ini dengan melihat perbedaan nilai t hitung dari nilai table , jika t hitung  $>$  t tabel dengan signifikansi  $\alpha= 0,05$  sehingga ada pengaruhantara variabel X masing-masing dengan variabel Y, itu berarti kita menerima hipotesis alternatif. Sebaliknya jika t hitung $<$  t tabel maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. Hasil dari pengujian uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.496E-16	.017		.000	1.000
Zscore(Biaya_Promosi)	-.051	.018	-.051	-2.788	.009
Zscore(Pembiayaan)	.905	.027	.905	33.454	.000
Zscore(Jumlah_Kantor)	.133	.026	.133	5.093	.000

a. Dependent Variable: Zscore(Jumlah\_Nasabah\_Pembiayaan)

*Sumber:* Output SPSS 16, 2021

Untuk mengetahui apakah pengaruh dari setiap variabel bebas pada variabel terikat signifikan, bisa dilaksanakan dengan membandingkan nilai t-tabel dengan t-hitung ataupun melihat tingkatan signifikansi hasil t-test. Nilai stabil df 32 dalam penelitian adalah 2,03. Standar pengujian yang dipakai dalam menolak ataupun menerima hipotesis, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta nilai signifikansi  $< 0,05$  maka menerima  $H_a$  yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji t dalam Tabel 4.7, kesimpulan berikut dapat disimpulkan:

- 1) Variabel biaya promosi (X1), mempunyai  $t_{hitung}$  sejumlah -2,788 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  2,03 dengan tingkatan

signifikansi 0,009 serta nilai koefisien -0,051. Maka bisa dikatakan jika  $H_1$  diterima , yang bermakna jika ada pengaruh secara parsial antara biaya promosi pada jumlah nasabah pembiayaan.

- 2) Variabel pembiayaan (X2), mempunyai  $t_{hitung}$  sejumlah 33,454 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,03 dengan tingkat signifikansi 0,000 serta nilai koefisien 0,905. Maka bisa dikatakan jika  $H_2$  diterima , yang bermakna jika ada pengaruh secara parsial antara pembiayaan pada jumlah nasabah pembiayaan.
- 3) Variabel jumlah kantor (X3), mempunyai  $t_{hitung}$  sejumlah 5,093 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,03 dengan tingkat signifikansi 0,000 serta nilai koefisien 0,133. Maka bisa dikatakan  $H_3$  diterima , yang bermaksud jika ada pengaruh secara parsial antara jumlah kantor pada jumlah nasabah pembiayaan.

#### **4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda. Analisa tersebut dipakai untuk mengenali variabel bebas yang sanggup mengenali perkiraan dengan cara parsial ataupun simultan. Bersumber pada hasil pengerjaan data dengan SPSS 16 pada tabel 4.6 bisa diformulasikan sebagai selanjutnya:

$$Y = 5,496E-16 - 0,051X1 + 0,905X2 + 0,133X3 + e$$

**Keterangan:**

Y	= Jumlah Nasabah Pembiayaan
X1	= Variabel Promosi
X2	= Variabel Pembiayaan
X3	= Variabel Jumlah Kantor
e	= Standar Kesalahan

**G. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yang terdiri dari biaya promosi ( $X_1$ ), pembiayaan ( $X_2$ ) dan jumlah kantor ( $X_3$ ) pada variabel dependen, ialah jumlah nasabah pembiayaan (Y) yang sudah dilakukan dengan memakai perhitungan SPSS versi 16.00 secara simultan dan parsial, berikut pembahasan hasil penelitian:

**1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Pada penelitian tersebut didapat hasil yang memperlihatkan jika biaya promosi bisa berpengaruh secara parsial pada jumlah nasabah pembiayaan. Perihal itu dilandaskan angka signifikansi yang diterima oleh variabel biaya promosi pada olah data dengan SPSS 16 memperoleh angka signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari 0,05. Berarti variabel biaya promosi mempengaruhi jumlah nasabah pembiayaan.

Secara teoritis, promosi akan memberi dampak pada masyarakat untuk penggunaan jasa perbankan. Perihal itu selaras dengan teori yang diinformasikan yaitu bahwa biaya promosi merupakan tipe komunikasi yang memberikan pemaparan yang memastikan calon pelanggan mengenai produk, jasa serta pelayanan. Dalam hal ini bermaksud guna kepedulian, melatih, menegaskan, serta memastikan calon pelanggan yang selanjutnya akan memberi pengaruh untuk meningkatkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan pada jumlah nasabah pembiayaan.<sup>1</sup> Hasil penelitian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Martina Khusnul Khotimah yang menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap jumlah nasabah.<sup>2</sup>

Berdasar pada kedudukan perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif. Bank syariah melakukan promosi untuk menarik masyarakat menggunakan jasa keuangan perbankan syariah.

## **2. Pengaruh Pembiayaan Terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Pembiayaan memiliki pengaruh yang signifikan dan parsial pada jumlah nasabah pembiayaan. Menurut hasil

---

<sup>1</sup> Denny Daud, *Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. BESS FINANCE MANADO*. Vol. 1, No. 4, 2013. hlm. 52.

<sup>2</sup> Martina Khusnul Khotimah, Skripsi : *“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya Ib Hasanah Di Bni Syariah Cabang Bengkulu”* ( Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017), hlm. 77.

penelitian, hal ini dilandaskan nilai signifikansi variabel pembiayaan dalam olah data SPSS 16, yang kurang dari 0,05 dan memiliki nilai signifikansi 0,000. Akibatnya, jumlah pembiayaan akan dipengaruhi oleh jumlah nasabah pembiayaan.

Secara teoritis, ini menyiratkan bahwa pembiayaan memiliki dampak pada jumlah orang yang menggunakan jasa keuangan. Hal ini sejalan dengan teori Antonio, yang menurutnya pembiayaan terdiri dari pembentukan mekanisme penyaluran dana untuk memenuhi tuntutan semua pihak dalam unit defisit. Bagian penting dari kegiatan perbankan Islam adalah pembiayaan. Perihal ini didukung penelitian yang telah dilaksanakan Bagja Sumantri yang menatakan terdapat pengaruh pembiayaan terhadap jumlah nasabah.<sup>3</sup> Bersumber pada perihal itu serupa dengan penelitian ini jika pembiayaan pengaruhi jumlah nasabah pembiayaan.

Dalam penerapan keuangan inklusif, perbankan syariah memainkan peran penting. Bank syariah berperan menjembati kesenjangan modal dengan meminjamkan uang yang dapat digunakan oleh seluruh masyarakat. Bank syariah dapat menarik nasabah baru dengan menawarkan jenis pembiayaan. Sesuai dengan data bahwa perubahan pembiayaan bank syariah juga mempengaruhi jumlah nasabah

---

<sup>3</sup> Bagja Sumantri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”. Jurnal *Economia*. Vol 10 No. 2, Oktober 2014, hlm. 145.

pembiayaan. Dalam indikator keuangan inklusif layanan keuangan, terutama bank syariah harus melihat peningkatan penggunaan layanan keuangan perbankan.

### **3. Pengaruh Jumlah Kantor Terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Pada penelitian ini memperlihatkan jika jumlah kantor memiliki pengaruh signifikan pada jumlah nasabah pembiayaan. Dalam hal ini, nilai signifikansi ialah 0,000, yang berada di bawah 0,05 yang digunakan dalam olah data SPSS 16. Akibatnya, jumlah kantor mempengaruhi jumlah nasabah pembiayaan.

Kantor perbankan adalah titik kontak bagi pelanggan dengan bank. Mereka percaya bahwa kegiatan administrasi harus dilakukan di mana personil, teknologi, dan prosedur semua bekerja sama untuk memproses data dan informasi dari penerimaan ke penyimpanan untuk distribusi dengan cara sistemik. Dalam pemasaran dan distribusi perbankan Islam, lebih mudah melaksanakan layanan pada nasabah serta pula akan meningkatkan pemasaran bank syariah. Dan didorong oleh hasil penelitian yang dilakukan Budi Gautama Siregar yang menyatakan bahwa lokasi mempengaruhi terhadap jumlah nasabah.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan”. TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman. Vol. 02 No. 2 Desember 2016, hlm. 22.

Ada hubungan antara bank-bank Islam dan keuangan inklusif. Bank-bank syariah berusaha menyediakan dan memfasilitasi akses masyarakat terhadap layanan keuangan, khususnya bank syariah, dengan membuka kantor bank syariah. Kantor layanan masyarakat akan memudahkan masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan, dengan harapan ini akan mendorong mereka untuk menggunakan bank syariah pada khususnya. Semakin banyak masyarakat akan memakai jasa keuangan bank syariah karena peran bank syariah untuk mencapai inklusi keuangan akan terwujud.

#### **4. Pengaruh Promosi, Pembiayaan dan Jumlah Kantor Terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Pada penelitian hasil uji F diperoleh yang menunjukkan jika  $F_{hitung}$  sebesar 1,105E3 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil sama dengan  $\leq 0,05$  akibatnya bisa dikatakan jika promosi, pembiayaan serta jumlah kantor secara simultan atau bersama-sama berpengaruh pada jumlah nasabah pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.

Koefisien determinasi (*R square*) menunjukkan bahwa variabel promosi, pembiayaan serta jumlah kantor kepada jumlah nasabah pembiayaan sebesar 99%. Sebaliknya sisanya sebesar 1% (100% - 99%) dipengaruhi ataupun dipaparkan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan pada bentuk regresi.

## H. Prespektif Ekonomi Islam

Menurut ajaran Islam, negara berhak mengintervensi kegiatan ekonomi, baik pengawasan, pengaturan, ataupun penerapan aktivitas ekonomi yang tidak sanggup dilakukan oleh publik. Menyikapi perihal itu, pemerintah mempraktikkan kebijaksanaan keuangan inklusif yang ditunjukkan untuk pemerataan pemasukan serta pengentasan kekurangan. Perihal ini pula bermaksud untuk menjaga keamanan sosial. Menurut Allah SWT. dalam Surah An-Nisa: 135

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ  
وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ  
فَقِيرًا فَإِنَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا ۖ فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَنْ تَعْدِلُوا ۚ وَإِنْ  
تَلَّوْا أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

*“Hai orang-orang yang beriman, jadilah kalian penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah, walaupun terhadap diri kalian sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabat kalian. Jika dia (yang berdakwa) kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kalian mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kalian memutarbalikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka ketahulah Allah Mengetahui terhadap segala apa yang kalian kerjakan.”<sup>5</sup>*

Mukhtashar Tafisr Ibn Kathir Vol. 2 mengutip Syekh yang mengatakan bahwa Allah, Yang Mahakuasa, memerintahkan para penyembah dan hamba-hamba-Nya untuk menjadi penegak keadilan sejati, dan tidak takut pada mereka

<sup>5</sup> Syaikh Ahmad Musthafa al-Farran, “*Tafsir Imam Syafi’i Jilid 2*” (Jakarta Timur: Almahira, 2008), hlm. 249

yang telah dikutuk. dan bertanggung jawab. Tidak terdapat serta tidak terdapat yang dapat mengakhiri mereka dari mendapatkan hak mereka. Untuk memenuhi peran mereka sebagai instrumen Allah, mereka harus menjadi manusia yang baik yang membela dan membela hak-hak orang lain. Inklusi keuangan, dalam pandangan ini, adalah upaya untuk menegakkan supremasi hukum untuk kepentingan seluruh masyarakat.

Negeri sudah membagikan kedudukan guna kesamarataan serta keselamatan masyarakatnya dengan membagikan kebijaksanaan serta regulasi mengenai keuangan inklusif. Kedudukan bank syariah disini dengan melaksanakan serta menerapkan terdapatnya regulasi dari negeri untuk melaksanakan keuangan inklusif. Bank syariah dikala ini berupaya untuk menarik publik dalam memakai pelayanan layanan keuangan khususnya bank syariah.

Upaya bank syariah untuk membantu mereka yang mengalami defisit. Berikan uang kepada masyarakat dengan memberikan uang kepada masyarakat. Salah satu tujuan pembiayaan adalah untuk meningkatkan ekonomi rakyat, yang sama dengan tujuan keuangan inklusif. Salah satu tujuan keuangan inklusif adalah pengentasan kemiskinan dan pemerataan, yang harus dimungkinkan ketika ekonomi rakyat membaik. Untuk tujuan melayani masyarakat setempat atau khalayak yang lebih luas, bank syariah juga menawarkan layanan kantor. keuangan.

Bank-bank Islam, khususnya akan mendapat manfaat dari meningkatnya permintaan untuk layanan keuangan karena lebih banyak orang tertarik kepada bank. Pertama-tama, nasabah dapat berharap untuk melihat peningkatan standar hidup mereka berkat bantuan keuangan bank syariah. Kedua, bank syariah akan mendapatkan margin keuntungan untuk membiayai masyarakat atau nasabah dengan meningkatkan jumlah pembiayaan. Ketiga, karena semakin banyak orang beralih ke bank syariah untuk bantuan keuangan, ekonomi negara akan tumbuh, yang sejalan dengan kebijakan pemerintah tentang sila Pancasila kelima, Keadilan Sosial. Keadilan seperti itu benar dalam jangka panjang untuk kesejahteraan masyarakat.