



**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBIAYAAN MURABAHAH  
PADA BMT AL-MAKMUR CUBADAK**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

*Jurusan Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**WERI FILIA PUTRI**

**14 202 185**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BATUSANGKAR  
1440 H / 2019 M**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : WERI FILIA PUTRI

Nim : 14 202 185

Tempat/tanggal lahir : Padang Magek/ 14 Desember 1995

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

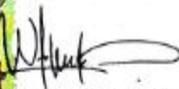
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul **"PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BMT AL-MAKMUR CUBADAK"**. Adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, Januari 2019

Saya yang menyatakan,



  
**WERI FILIA PUTRI**  
**NIM. 14 202 185**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing SKRIPSI atas nama **WERI FILIA PUTRI, NIM: 14 202 185**, judul: **"PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BMT AL-MAKMUR CUBADAK"**. Memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 24 Januari 2019

Pembimbing I

  
**Drs. H. Hafalyon, MM**  
**NIP. 197605082000031001**

Pembimbing II

  
**Sri Amelia Rizki, SE., MSi**  
**NIP.**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang ditulis oleh WERI FILIA PUTRI, NIM 14 202 185, judul: "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Makmur Cubadak" telah diuji dalam *munaqasyah* Skripsi Institut Agama Islam Negeri Batusangkar pada hari Kamis tanggal 7 Februari 2019 dan dinyatakan telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S.1) dalam bidang Perbankan Syariah

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Hafulyon, MM 195703011983031002	Ketua Sidang		27/02-2019
2	Sri Amelia Rizki, SE., M.Si -	Sekretaris Sidang		27/02-2019
3	Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag 197205052002121004	Anggota I		27/02-2019
4	Kharul Marlin, SE., M.Kom., MM -	Anggota II		26/02-2019

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri  
Batusangkar



  
Dekan, Atsani, SH., M.Hum  
NIP. 19750303 199903 1 004

## ABSTRAK

Weri Filia Putri, NIM: 14 202 185, dengan judul skripsi “**Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Al Makmur Cubadak**”. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah seberapa besar pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al Makmur Cubadak, dan tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kuantitatif. Data-data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk angket. Teknik pengambilan sampel dihitung menggunakan rumus *slovin*. Sampel yang diambil sebanyak 61 responden, dan yang dijadikan responden adalah nasabah pembiayaan *mrabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian adalah uji validitas, reliabilitas dan deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis asumsi klasik, uji koefisien determinasi, analisis regresi linear berganda, uji f dan uji t.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi disimpulkan bahwa pengetahuan produk (X1) secara parsial (individu) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* (Y). Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} 0,187 < t_{tabel} 2,001$  dan diperoleh angka signifikan sebesar 0,852 lebih besar  $> 0,05$  maka  $H_0 1$  ditarima dan  $H_a 1$  ditolak dengan persentase pengaruh sebesar 0,016. Dan pengetahuan margin (X2) secara parsial (individu) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* (Y). Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} 8,814 > t_{tabel} 2,001$  dan diperoleh angka signifikan 0,000 lebih kecil  $< 0,05$  maka  $H_0 2$  ditolak  $H_a 2$  diterima dengan persentase pengaruh 1,804. Sedangkan pengetahuan produk (X1) dan pengetahuan margin (X2) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* (Y). Hal ini dibuktikan dengan  $f_{hitung}$  sebesar 50,120 dengan tingkat signifikansi (*Sig*) 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0 3$  ditolak dan  $H_a 3$  diterima sebesar 0,000, berdasarkan koefisien determinasi persentase pengaruh pengetahuan produk dan pengetahuan margin sebesar 0,633 (63,3%) sedangkan sisanya dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Pngetahuan produk, Pengetahuan Margin, Keputusan Pembiayaan *Murabahah*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR KEASLIAN DATA	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	
ABSTRAK .....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan penelitian.....	8
F. Manfaat penelitian.....	9
G. Defenisi Operasional.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pengetahuan.....	11
2. Margin .....	18
3. Pembiayaan Murabahah .....	24
4. Teori Perilaku Konsumen.....	33
5. Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan <i>murabahah</i> .....	44
B. Penelitian yang relevan .....	45
C. Kerangka Berfikir.....	50
D. Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis penelitian.....	52
B. Tempat dan waktu penelitian .....	52

C. Populasi dan sampel.....	53
D. Pengembangan instrument .....	53
E. Teknik pengumpulan data .....	54
F. Teknik analisis data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	60
A. Gambaran Umum BMT Al-Makmur Cubadak.....	60
1. Sejarah Singkat.....	60
2. Struktur Organisasi.....	62
3. Hasil Operasional .....	63
B. Gambaran Umum Responden .....	65
C. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	69
1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	69
2. Statistik Deskriptif.....	71
3. Uji Asumsi Klasik .....	72
4. Uji Hipotesis.....	75
5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan .....	84
B. Implikasi.....	85
C. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah BMT Al-Makmur Cubadak .....	5
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian .....	52
Tabel 3.2	Skor Penilaian berdasarkan Skala Likert .....	54
Tabel 4.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.2	Profil Responden berdasarkan Umur .....	66
Tabel 4.3	Profil Responden berdasarkan Pendidikan .....	67
Tabel 4.4	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	68
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas .....	69
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	70
Tabel 4.9	Hasil Uji Deskriptif .....	71
Tabel 4.10	Uji Normalitas .....	72
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.12	Uji Autokorelasi .....	74
Tabel 4.13	Uji Heteroskedastisitas .....	75
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi .....	76
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
Tabel 4.16	Uji T .....	78
Tabel 4.17	Uji F .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Langkah-langkah Antara Evaluasi Berbagai Alternatif hingga Keputusan Membeli .....	43
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir .....	50
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BMT Al Makmur Nagari Cubadak .....	62

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi tak ubahnya sama seperti perusahaan lainnya, yaitu tujuannya mencari keuntungan (Supriyono, 2011: 1). Bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian umat islam, pembiayaan yang di lakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat islam sejak zaman Rasulullah SAW (Karim, 2009: 18). Dalam perjalanan perbankan saat ini, bank sudah berkembang menjadi dua golongan besar, yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (Laksmna, 2009: 10). Secara konsep, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam, yaitu mengedepankan keadilan, kemitraan , keterbukaan, universalitas bagi seluruh kalangan. Bank Islam merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai organisasi perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana yang dalam menjalankan aktivitasnya harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun da lam produk lainnya (Ascarya, 2013: 5).

Selain bank syariah yang akhir-akhir ini banyak bermunculan di Indonesia, banyak pula bermunculan lembaga-lembaga keuangan sejenis

yang berprinsip syariah. Diantaranya adalah Baitul Maal Wa Tamwil atau yang sering disebut dengan BMT. Keberadaan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan suatu usaha untuk memenuhi keinginan, khususnya sebagian umat islam yang menginginkan jasa layanan lembaga keuangan syariah dalam mengelola perekonomiannya.

Pendirian BMT di Indonesia bersamaan dengan usaha berdirinya bank syariah yaitu pada tahun 1990-an. terbentuknya BMT di Indonesia merupakan peran aktif Ikatan Cendikiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang melakukan pengkajian intensif tentang pengembangan ekonomi islam di Indonesia. Dari berbagai penelitian dan pengkajian tersebut diketahui bahwa BMT merupakan salah satu pilihan bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan syariat islam. Sehingga terbentuklah BMT-BMT di seluruh Indonesia. Disamping ICMI, beberapa organisasi masa Islam seperti Nahdatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan islam (Persis) dan Ormas Islam lainnya mendukung upaya pengembangan BMT-BMT di seluruh Indonesia (Mardani, 2017: 317). BMT merupakan suatu lembaga yang mempunyai dua istilah yaitu, baitul mal dan baitul tamlil.

Lahirnya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi Untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dan mempunyai sifat, yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuhkembangkan dengan swadaya dan dikelola secara professional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungan (Mardani, 2017: 318).

BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang mandiri dan terpadu serta berfungsi untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka menjunjung kegiatan kecil dan menengah di masyarakat . Berdirinya BMT karena dilator belakangi karena adanya tuntutan masyarakat bagi adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip- prinsip syariah. Prinsip dan tujuan dari didirikannya BMT adalah menyelenggarakan berbagai jenis produk pelayanan dan jasa keuangan kepada masyarakat yang terhindar dari praktek- praktek usaha yang berbau riba.

Riba dalam syariah islam dilarang, sebagaimana larangan riba terdapat dalam Al-Quran surat Al- Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
 يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ  
 الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ  
 فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ  
 النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya BMT menawarkan berbagai macam produk diantaranya:

1. Produk penghimpunan dana
  - a. Simpanan wadiah
  - b. Simpanan mudharabah
2. Prduk penyaluran dana
  - a. Pembiayaan murabahah
  - b. Pembiayaan mudharabah
  - c. Pembiayaan musyarakah
  - d. Pembiayaan Al- Qardu Hasan

Selain produk penghimpunan dan penyaluran dana BMT juga bisa mengembangkan usaha-usahanya disbanding sektor ril seperti kios telepon, kios rental, mempersiapkan jaringan perdagangan atau pemasaran masukan dan hasil produksi serta usaha lain yang layak (Iska, 2005: 90). *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan salah satu model lembaga keuangan syariah yang paling sederhana yang saat ini banyak muncul di Indonesia bahkan hingga ribuan BMT, yang bergerak di kalangan masyarakat ekonomi bawah dan berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka meningkatkan ekonomi bagi pengusaha kecil yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang kemudian disalurkan melalui pembiayaan-pembiayaan (Ilmi M. , 2002: 49).

Pembiayaan yang sering digunakan dalam lembaga keuangan syariah diantaranya menggunakan sistem pembiayaan *murabahah* yaitu jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Dalam *murabahah*, penjual harus memberi tahu harga pokok produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pembiayaan *murabahah* ini diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional pada Nomor 4/DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 1 April 2000 tentang *murabahah* (Wiroso, 2005: 45).

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi, BMT saat ini masih berada pada tahap perkembangan dengan tetap gencar untuk meningkatkan pangsa pasarnya, salah satunya dari sisi pembiayaan *murabahah*. Secara singkat, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Misalnya, seseorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungannya tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu atau dalam bentuk presentase dari harga pembeliannya, misalnya 10%-20% (Karim, 2011: 113).

BMT Al-Makmur Cubadak adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat dengan akad *murabahah*. Kebutuhan akan modal membuat pembiayaan ini cukup

diminati. BMT Al-Makmur Cubadak ini baru bisa memberikan pembiayaan *Murabahah* saja. Sejak berdiri pada tahun 2009 sampai tahun 2017 sudah sekitar 156 orang tercatat sebagai nasabah pembiayaan *Murabahah* di BMT Al- Makmur Cubadak. Seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah BMT Al-Makmur Cubadak**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2009	78
2010	126
2011	130
2012	134
2013	140
2014	142
2015	148
2016	151
2017	156

**Sumber: Ketua BMT Al-Makmur Cubadak**

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan, salah satunya yaitu pengetahuan nasabah tentang produk. Banyaknya calon nasabah yang tidak mengenal secara rinci produk yang ditawarkan oleh BMT Al-Makmur Cubadak serta pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang lembaga keuangan syariah. Nasabah hanya tahu dia melakukan pinjaman dari BMT untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan untuk produk apa yang akan digunakan dan akad apa yang akan di pakai dalam mengajukan pembiayaan nasabah sama sekali tidak memahaminya (Wawancara dengan Bapak Suhatri Mariko. SE, MSy selaku ketua BMT Al-Makmur Cubadak). Selain itu pihak BMT pun sudah berupaya memberikan penjelasan kepada nasabah, tapi penjelasan yang diberikan oleh karyawan BMT Al-Makmur Cubadak belum terlalu dipahami oleh masyarakat khususnya nasabah BMT itu sendiri, karena menggunakan istilah-istilah yang tidak diketahui oleh nasabah awam, sehingga membuat nasabah menjadi bingung dan tidak terlalu memahami apa itu pembiayaan

*murabahah*. Nasabah pembiayaan *murabahah* hanya melihat seberapa besar angsuran yang akan dibayarkan, jika nasabah merasa mampu dengan jumlah angsuran yang diberikan oleh BMT maka nasabah akan mengambil pembiayaan *murabahah* tanpa menghiraukan produk pembiayaan apa yang digunakan serta marginnya (Wawancara dengan Bapak Suhatri Mariko. SE, MSy selaku ketua BMT Al-Makmur Cubadak).

Responden yang terbuka terhadap informasi dan mengetahui tentang lembaga keuangan syariah dengan baik cenderung akan tetap menjadi nasabah BMT. Pengetahuan yang lebih tentang BMT sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah yang sampai saat ini masih rendah. Seorang nasabah akan menentukan tindakan akan keputusan pembelian setelah konsumen mempelajari produk yang dianggap memuaskan. Berdasarkan penelitian sebelumnya (Roza Oktavia, 2018) variabel pengetahuan mempunyai parameter yang tinggi. Proporsi responden yang mengetahui tentang lembaga keuangan syariah dengan baik lebih besar. Sehingga kecenderungan responden yang memiliki pengetahuan yang baik tentang lembaga keuangan syariah akan memutuskan untuk memilih lembaga keuangan syariah. Dan teori dari Sumarwan juga mengatakan bahwa Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan efisien dan lebih tepat mengolah informasi dan mampu merecal informasi dengan lebih baik (Sumarwan, 2011: 147).

Selain pengetahuan nasabah tentang produk, faktor selanjutnya yang dapat dipertimbangkan dalam mengambil keputusan pembiayaan *murabahah* adalah margin yang ditetapkan oleh BMT. Tidak dapat dipungkiri sampai saat ini masyarakat masih membandingkan antara lembaga keuangan syariah dengan konvensional. Masyarakat beranggapan bahwa bunga dan margin pada lembaga keuangan syariah itu sama, dan mereka juga membandingkan margin yang ditetapkan oleh BMT lebih besar dari pada bunga yang ditetapkan pada lembaga keuangan konvensional, hal itu menyebabkan

pangsa pasar yang diperoleh BMT masih sedikit dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

menurut Antonio (2011) margin keuntungan berpengaruh terhadap jumlah pembiayaan bank syariah. Bila tingkat margin lebih rendah dari rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan akan semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh bank syariah maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta oleh masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap keputusan Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Makmur Cubadak”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak
2. Pengetahuan margin terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak
3. Pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak
4. Persepsi nasabah terhadap pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak

## **C. Batasan Masalah**

1. Pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk pembiayaan murabahah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak

2. Pengaruh pengetahuan nasabah tentang margin pembiayaan murabahah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak
3. Pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk dan margin pembiayaan murabahah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk pembiayaan murabahah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak?
2. Seberapa besar pengaruh pengetahuan nasabah tentang margin pembiayaan murabahah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak?
3. Seberapa besar pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk dan margin pembiayaan murabahah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak?

#### **E. Tujuan penelitian**

Tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk pembiayaan Murabahah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah tentang margin pembiayaan Murabahah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk dan margin pembiayaan Murabahah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak

#### F. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh pengetahuan nasabah dan margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan informasi ini dapat digunakan sebagai kontribusi dalam pengambilan keputusan *financial* dan menetapkan kebijakan strategis dimasa yang akan datang bagi BMT Al-Makmur Cubadak.
3. Bagi penulis, memberikan kontribusi terhadap pengembangan literature penelitian mengenai pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

#### G. Defenisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian ***Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak*** maka, definisi atau variabel adalah sebagai berikut:

**Pengetahuan produk** merupakan kepastian yang dicapai oleh seseorang tentang suatu barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan, dimana kepastian tersebut diperoleh dari penalaran logis berdasarkan teori-teori atau konsep yang benar, pasti dan unggul. Pengetahuan produk yang penulis maksud disini adalah akibat yang ditimbulkan dari pengetahuan nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* terhadap keputusan dalam mengambil pembiayaan *mrabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak.

**Pengetahuan Margin** adalah kepastian yang dicapai oleh seseorang tentang persentase suatu keuntungan tertentu yang ditetapkan oleh pihak bank atau lembaga keuangan syariah yang diperoleh berdasarkan teori-teori atau konsep yang benar, pasti dan unggul. Pengetahuan margin yang penulis

maksud adalah kepastian keuntungan yang ditetapkan oleh BMT A-Makmur Cubadak dengan nasabah pada saat akan melakukan akad atau perjanjian.

**Keputusan pembiayaan** adalah keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan dengan akad jual beli yang dilakukan oleh dua pihak dengan penambahan keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak (Wirosa, 2005: 13). Keputusan pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak adalah keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan dengan akad jual beli dengan pertimbangan yang telah difikirkan matang-matang dengan harapan mendapatkan imbal balik yang positif yang dilakukan oleh dua pihak dengan penambahan keuntungan yang telah disepakati oleh BMT Al-Makmur Cubadak dengan nasabah.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengetahuan**

###### **a. Pengertian pengetahuan**

Pengetahuan merupakan kepastian yang dicapai oleh jiwa tentang suatu objek dimana kepastian tersebut diperoleh dari penalaran logis berdasarkan teori-teori atau konsep yang benar, pasti dan unggul. Pengetahuan adalah suatu istilah yang dipergunakan untuk menuturkan apabila seorang mengenal tentang sesuatu. Suatu hal yang menjadi pengetahuannya adalah selalu terdiri atas unsur yang mengetahui dan yang diketahui serta kesadaran mengenai hal yang ingin diketahuinya itu. Oleh karena itu pengetahuan selalu menuntut adanya subjek yang mempunyai kesadaran untuk mengetahui tentang sesuatu dan objek yang merupakan sesuatu yang dihadapinya sebagai hal yang ingin diketahuinya. Jadi bisa dikatakan pengetahuan adalah hasil tahu manusia terhadap sesuatu, atau segala perbuatan manusia untuk memahami suatu objek yang dihadapinya, atau hasil usaha manusia untuk memahami suatu objek tertentu (Soleh, 2010: 42).

Suatu pengetahuan hanya kenal dan ada didalam pikiran manusia, tanpa pikiran pengetahuan tidak akan eksis. Oleh karena itu, keterkaitan antara pengetahuan dengan pikiran merupakan sesuatu yang kodrati. Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Dimana pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yaitu indra penglihatan, indra pendengaran, indra penciuman, dan indra rasa. Telah disebutkan bahwa kognitif (pengetahuan) merupakan salah satu domain perilaku. Menurut Notoatmodjo bahwa pengetahuan yang dicapai dalam domain kognitif, mempunyai 6 tingkatan yaitu:

- 1) Tahu (*know*) yang diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya.
- 2) Memahami (*comprehension*) yang diartikan sebagai kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui.
- 3) Analisis (*analysis*) yang diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjabarkan materi kedalam komponen-komponen, tetapi masih berada dalam struktur organisasi.
- 4) Sintetis menunjukkan pada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain itu suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.
- 5) Evaluasi (*evaluation*) yang diartikan sebagai kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian suatu materi atau objek.
- 6) Penerapan (*application*) yang diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi yang sebenarnya (Surajiyo, 2010: 26).

Dengan demikian pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui oleh manusia, dan ia memiliki apa yang ia ketahui. Pengetahuan itu merupakan kepercayaan yang benar dan isi pikiran seseorang yang didapat dari usaha manusia yang memiliki rasa ingin tahu yang besar.

#### **b. Teori pengetahuan**

Ada beberapa teori yang dapat dijadikan acuan untuk menentukan apakah pengetahuan itu benar atau salah yaitu (Sadulloh, 2007: 33):

- 1) Teori korespondensi (*correspondence theory*)

menurut teori korespondensi, kebenaran merupakan penyesuaian antara fakta dan situasi nyata kebenaran merupakan penyesuaian antara pernyataan dalam pikiran dengan situasi lingkungannya. Teori ini paling luas diakui oleh realis.

Contohnya saya berpendapat bahwa pulau Jawa merupakan pulau terdapat penduduknya di Indonesia. Pendapat saya itu benar bukan karena bersesuaian dengan pendapat orang lain sebelumnya, atau karena diterima oleh banyak orang, melainkan karena bersesuaian dengan kenyataan yang sebenarnya. Ini merupakan ciri dari ilmuwan yang selalu mengecek atau mengontrol pikiran-pikirannya dengan data-data atau penemuan-penemuan.

## 2) Teori koherensi (*coherence theory*)

Menurut teori koherensi, kebenaran bukan persesuaian antara pikiran dengan kenyataan, melainkan kesesuaian secara harmonis antara pendapat/pikiran kita dengan pengetahuan kita yang telah dimiliki. Teori ini pada umumnya diakui oleh golongan idealis.

Pengertian persesuaian dalam teori ini berarti terdapat konsistensi (ketetapan, sehingga teori ini disebut juga teori konsistensi) yang merupakan ciri logis hubungan antara pikiran-pikiran (ide-ide) yang telah kita miliki satu dengan yang lain. Kalau kita menerima pengetahuan baru, karena pengetahuan tersebut sesuai dengan pengetahuan yang kita miliki, atau apabila kita melepaskan pendapat lama, karena pendapat baru tersebut lebih bertautan secara harmonis dengan keseluruhan pengalaman dan pengetahuan kita.

Jadi teori koherensi ini kesesuaian antara pikiran dan kenyataan yang kita ketahui, serta bisa menerima pengetahuan baru kalau pengetahuan itu sesuai dengan apa yang dimiliki (Sadulloh, 2007: 34).

## 3) Teori pragmatisme (*pragmatism theory*)

Menurut teori pragmatisme, kebenaran tidak bisa bersesuaian dengan kenyataan, sebab kita hanya bisa mengetahui dari pengalaman kita kerja. Di lain pihak, menurut pragmatisme, teori koherensi adalah formal dan rasional. Pragmatisme berpendirian bahwa mereka tidak mengetahui apapun (agnostik)

tentang wujud, esensi, intelektual rasionalitas. Oleh karena itu pragmatisme menentang otoritarianisme, intelektualisme, dan rasionalisme. Menurut pragmatisme tidak ada kebenaran yang mutlak dan abadi. Kebenaran itu dibuat dalam penyesuaian manusia (Sadulloh, 2007: 35).

### c. Cara memperoleh pengetahuan

Berkaitan dengan cara-cara memperoleh pengetahuan, dalam pemikiran barat diakui ada empat model atau cara yang digunakan untuk mencapai pengetahuan atau yang mengarah kepada pengetahuan, antara lain (Soleh, 2010: 83):

- 1) Logikan formal, bentuk rasionalitas logika berkaitan erat dengan koherensi dan kebenaran universal. Logika menekankan pada konsep-konsep dan hal-hal universal yang lebih dari dunia individu dan wujud.
- 2) Penyelidikan empirik, cara ini dilakukan berdasarkan persepsi atau rasa indrawi atas dunia pengalaman dan wujud yang selalu berubah. Kenyataan tentang adanya kejadian-kejadian khusus yang terjadi dalam ruang dan waktu tertentu tersebut memerlukan penyelidikan tersendiri, yaitu penyelidikan empirik.
- 3) Pertimbangan normative atau evaluative (pengalaman), objek-objek dibagi dalam kerangka berfikir lebih baik atau lebih buruk, benar atau salah, indah atau jelek dan seterusnya. Dimana, seseorang tidak boleh melupakan rasionalitas logika atau data-data faktual.
- 4) *Synoptic* atau rasionalitas menyeluruh, melakukan integrasi dengan objek dan mencapai pandangan yang komprehensif tentang hal-hal tersebut. Merupakan suatu upaya untuk membentuk suatu sistem dari ide-ide umum yang koheren, logis dan tepat yang dengan sistem tersebut setiap unsur dari pengalaman manusia dapat diinterpretasikan.

#### d. Metode dalam mencari pengetahuan

Cara yang digunakan untuk mencapai pengetahuan ini tidak tunggal melainkan sangat beragam, sesuai dengan paradigma berfikir yang digunakannya. Dalam tradisi pemikiran Barat, mereka yang menganut paham empirisme menggunakan metode induksi dengan cara melakukan eksperimen atau pengamatan langsung atas fenomena-fenomena yang terjadi, sedang penganut rasionalisme menggunakan metode deduksi dengan cara melakukan analisis logika berdasarkan atas paradigma atau postulat-postulat yang telah diakui keabsahannya (Soleh, 2010: 101).

Metode dalam mencari pengetahuan, antara lain:

##### 1) Metode rasional (*rasionalism*)

Pengetahuan bersumber dari akal-pikiran. Pengalaman dipandang sebagai perangsang bagi akal pikiran. Kebenaran bukan terletak pada diri sesuatu, melainkan pada ide. Akal-pikiran secara deduktif bekerja untuk mendapatkan pengetahuan yang pasti. Jadi, akal pikiran berperan sebagai perantara dan sekaligus sebagai suatu teknik deduktif (penalaran) dalam menentukan kebenaran. Selanjutnya keyakinan terhadap makna yang terkandung dalam pernyataan menjadi tolak ukur.

##### 2) Metode empirik (*empirisme*)

Mendapatkan pengetahuan melalui pengalaman indrawi. Sedangkan akal-pikiran dipandang sebagai penampung segala apa yang dialami. Cara ini mengandung beberapa unsur, yaitu subjek yang mengetahui dan objek yang diketahi dan proses bagaimana subjek berhubungan dengan objek.

##### 3) Metode fenomenologik

Bahwa apa yang dapat diketahui tentang sesuatu hal itu hanyalah gejala-gejala saja. Adapun gejala-gejala itu ada pada hubungan yang niscaya (pasti) antara sebab akibat. Mengenai

bangaimana memperoleh pengetahuan yang benar, tergantung kepada jenis dan macam pengetahuan.

4) Metode ilmiah

Memperoleh pengetahuan yang benar dan objektif melalui cara ini, seperti melakukan pendekatan untuk menentukan lingkungan studi, untuk menentukan metode yang cocok, apakah analisis atau sintesis dan peralatan yang sesuai, apakah induktif ataukah deduktif. Hasilnya adalah pengetahuan yang sah dan benar secara objektif ilmiah.

**e. Sumber- sumber pengetahuan, antara lain:**

1) Kepercayaan berdasarkan tradisi, adat istiadat dan agama

Sumber ini biasanya berbentuk norma-norma dan kaidah-kaidah baku yang berlaku di dalam kehidupan sehari-hari. Di dalam norma-norma dan kaidah-kaidah itu terkandung pengetahuan yang kebenarannya boleh jadi tidak dapat dibuktikan secara rasional dan empiris, tetapi sulit dikritik untuk diubah begitu saja. Misalnya, jika dipertanyakan mengapa muslim harus menghadap kearah kiblat ketika sholat, tidak ada jawaban lain kecuali itu adalah syariat agama Islam.

2) Kesaksian orang lain

Pihak-pihak pemegang otoritas kebenaran pengetahuan yang dapat dipercaya adalah orang tua, ulama, guru, orang yang dituakan dan sebagainya. Apapun yang mereka katakan pada umumnya diikuti dan dijalankan dengan patuh tanpa kritik. Karena, kebanyakan orang telah mempercayai mereka sebagai orang-orang yang cukup berpengalaman dan berpengetahuan lebih luas dan benar.

3) Pancaindra (pengalaman)

Pengalaman indrawi adalah alat vital penyelenggaraan kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan mata, telinga, hidung, lidah,

dan kulit, orang bisa menyaksikan kebenaran suatu objek dan secara langsung pula bisa melakukan kegiatan hidup.

4) Akal pikiran

Akal pikira cenderung memberikan pengetahuan yang lebih umum, objektif dan pasti, serta yang bersifat tetap, tidak berubah-ubah, sehingga dengan demikian dapat diyakini kebenarannya. Misalnya, jika manusia makan daging dan Ali adalah manusia, maka ali pasti makan daging. Hasil pengetahuan dan berfikir silogistik ini kebenarannya tidak bisa dibantah lagi, karena secara deduktif bersifat pasti. Tetapi, secara factual empiric kesimpulannya bisa salah, karena ali meskipun manusia belum tentu makan daging.

5) Intuisi

Pengetahuan yang bersumber dari intuisi merupakan pengalaman batin yang bersifat langsung. Artinya, tanpa melalui sentuhan indra maupun olahan akal pikiran. Ketika dengan serta merta seseorang memutuskan untuk berbuat atau tidak berbuat dengan tanpa alasan yang jelas, maka ia berada dalam pengetahuan intuitif. Dengan demikian, pengetahuan intuitif ini kebenarannya tidak dapat diuji baik menurut pengalaman indrawi maupun akal pikiran. Karena tidak bisa berlaku umum, hanya berlaku secara personal belaka (Suhartono, 2005: 69-71).

**f. Validitasi pengetahuan**

Validitasi sebuah pengetahuan adalah bagian dari kajian epistemologi yang membahas tentang keabsahan pengetahuan atau sebuah pernyataan. Untuk membuktikan validasi sebuah pengetahuan dikenal dengan tiga uji kebenaran (Soleh, 2010: 121-123):

- 1) Korespondensi, merupakan bentuk uji kebenaran yang menyatakan pengetahuan ditentukan oleh kesesuaiannya dengan realitas. Menurut teori ini, kebenaran adalah kesesuaian antara pernyataan

dengan fakta atau kesesuaian antara pertimbangan dengan situasi yang dilukiskan oleh pertimbangan tersebut. Didasarkan atas pandangan bahwa data rasa dari indra adalah jelas dan akurat dalam arti bahwa data tersebut menampakkan realitas seperti apa adanya.

- 2) Konsistensi atau koherensi, sebuah teori yang menyatakan bahwa kebenaran adalah suatu pernyataan konsisten dengan pernyataan-pernyataan lain yang telah diterima kebenarannya. Pernyataan yang benar adalah pernyataan yang menurut logika, koheren dan konsisten dengan pernyataan-pernyataan lain yang relevan.
- 3) Pragmatic, menyatakan bahwa kebenaran sebuah pengetahuan berkaitan dengan kemanfaatan, kemungkinan dikerjakan atau memberikan akibat yang memuaskan.

## 2. Margin

### a. Pengertian Margin

Bank syariah merupakan lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya lembaga bank yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Dalam menjalankan usahanya yang berkaitan dengan masalah keuangan bank syariah berorientasi pada prinsip-prinsip syariah Islam dengan tidak mengandalkan pada sistem bunga. Begitu juga di dalam menentukan keuntungan atau margin bank syariah telah menetapkan sesuai dengan margin keuntungan yang biasa berlaku di kalangan lembaga keuangan syariah pada umumnya. Margin adalah presentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun dapat ditetapkan 360 hari dan setahun ditetapkan 12 bulan (Karim, 2009: 280).

Bank syariah menetapkan margin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yakni akad bisnis yang memberikan kepastian akad pembayaran, baik

dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan murabahah, ijarah, ijarah muntahia bit tamlik, salam dan istisna' (Karim, 2009: 279).

Metode penetapan harga yang digunakan dalam pembiayaan murabahah adalah *mark up pricing*. Sebagai penjual bank berhak mendapat keuntungan atas barang yang dijualnya kepada nasabah. Keuntungan tersebut ditetapkan sebagai *margin* atau *mark up* dari harga pokok perolehan barang yang dijual. Dengan demikian harga jual kepada nasabah adalah harga pokok perolehan ditambah dengan *margin* keuntungan bank (Laksmana, 2009: 66).

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembiayaan dengan cara angsuran, tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, *istisna'*, dan *ijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum didalam perjanjian pembelian (Karim, 2009: 279).

Untuk menentukan besaran *margin*, biasanya bank menghitung persentase atas harga pokok barang, contoh, sebuah bank syariah memiliki produk pembiayaan kepemilikan kendaraan secara angsuran selama 12 bulan, dengan *margin*, keuntungan bank sebesar 20% dari harga perolehan mobil. Jika harga perolehan mobil Rp 100 juta, maka bank akan menetapkan harga jual mobil secara angsuran sebesar Rp 120 juta, yakni harga perolehan Rp 100 juta ditambah dengan *margin* keuntungan bank sebesar 20%. Nasabah sebagai pembeli akan mengangsur harga jual tersebut sebesar Rp 10 juta per bulan selama 12 bulan. Seringkali ada yang beranggapan bahwa persentase *margin murabahah* tidak berbeda dengan bunga bank konvensional, anggapan ini perlu diluruskan meskipun angka persentasenya sama, namun *margin* tidak sama dengan bunga bank konvensional (Laksmana, 2009: 67).

Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan *margin* dan bagi hasil antara lain:

1) Komposisi pendanaan

Bagi bank syariah yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari giro dan tabungan, yang nota-bene nisbah nasabah tidak setinggi pada depositan, apalagi bonus untuk giro lebih rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan bank syariah yang bersangkutan, maka penentuan keuntungan akan lebih kompetitif jika dibandingkan suatu bank yang pendanaannya porsi terbesar berasal dari deposito.

2) Tingkat persaingan

Jika tingkat komposisi ketat, porsi keuntungan bank tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi.

3) Risiko pembiayaan

Untuk pembiayaan pada sector yang berisiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibanding yang berisiko sedang apalagi kecil.

4) Jenis nasabah

Yang dimaksud adalah nasabah prima dan nasabah biasa, bagi nasabah prima yang usahanya besar dan kuat, bank cukup mengambil keuntungan yang tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi.

5) Kondisi perekonomian

Perekonomian secara umum berada pada dua kondisi, saat usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar. Namun sudah bagus, dengan memperoleh keuntungan sangat tipis.

6) Tingkat keuntungan yang diharapkan bank

Apapun kondisi dan siapapun debiturnya, bank dalam operasionalnya, setiap tahun tentu sudah menetapkan berapa besar

keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya *margin* atau nisbah bagi hasil untuk bank.

b. Tujuan penetapan harga (*margin*)

Penetapan harga adalah hal penting, karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima dan juga menentukan keberlanjutan suatu produk. Harga di bank syariah adalah bagi hasil, sementara di bank konvensional harga adalah bunga, dan biaya-biaya lainnya, bunga terdapat tiga pengertian, yaitu: harga beli, harga jual, dan biaya yang dibebankan kepada nasabah. Bunga sebagai harga beli terjadi saat nasabah tabungan, giro, dan deposito menitipkan uangnya ke bank, sedangkan sebagai harga jual saat bank memberikan persetujuan kredit kepada nasabah, dan bunga sebagai biaya saat nasabah menggunakan fasilitas dan jasa bank. Tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

1) Untuk bertahan hidup

Di pasar persaingan sempurna dengan tingkat persaingan yang tinggi. Umumnya bank akan bersikap mengambil jalan aman dengan menentukan harga rendah dengan tujuan produknya laku di pasar. Jika terdapat pesaing yang memasang harga rendah maka biasanya diikuti dengan bank lain untuk juga menurunkan harga. Keputusan untuk menetapkan harga rendah ini harus hati-hati jika tidak diikuti dengan perhitungan biaya yang akurat, maka bisa berdampak pada kerugian.

2) Untuk memaksimalkan laba

Untuk mendapatkan laba maksimal, maka bank perlu memperhatikan dua hal yaitu volume dan harga, jika dengan harga rendah mengakibatkan volume penjualan tinggi sehingga secara keseluruhan meningkatkan laba, maka penentuan harga rendah dapat dibenarkan, jika penetapan harga tinggi masih diikuti dengan volume penjualan yang memadai, maka penetapan harga tinggi dapat dibenarkan.

3) Untuk memperbesar *market share* (pangsa pasar)

Bank dapat menetapkan harga rendah dengan tujuan dapat mengambil pangsa pasar lebih besar. Harga rendah dimaksudkan dengan sesuatu yang mempunyai kualitas tertentu yang dijual dengan harga relative rendah dibanding dengan pesaing.

4) Untuk menjaga citra bank

Produk dengan kualitas tinggi besarnya bank akan menetapkan dengan harga tinggi, umumnya harga tinggi berarti kualitas tinggi.

5) Karena pesaing

Untuk beberapa bank yang tidak data bese yang baik, biasanya penentuan harga dengan melihat pesaing. Harga yang ditetapkan nantinya tidak akan jauh dari rata-rata harga pesaing dengan kelas yang sama dipasar yang sama.

c. Referensi *margin murabahah*

Refrensi *margin* keuntungan adalah *margin* keuntungan yang ditetapkan dalam rapat AICO bank syariah. Penetapan *margin* keuntungan pembiayaan berdasarkan rekomendasi, usul dan saran dari tim ALCO bank syariah, dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut:

1) *Direct Competitor's Market Rate (DCMR)*, yaitu tingkat *margin* keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat *margin* keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor langsung, dana atau tingkat *margin* keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai competitor langsung terdekat.

2) *Indirect Competitor's Market Rate (ICMR)*, yaitu tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, dan tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kelompok competitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga konvensional tertentu dalam ALCO ditetapkan sebagai competitor tidak langsung yang terdekat.

- 3) *Expected Competitif Return Investors* (ECRI), yaitu target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.
- 4) *Acquiring Cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.
- 5) *Overhead Cost* adalah biaya yang dikeluarkan bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga (Karim, 2006: 280).

d. Batas maksimal penentuan *margin murabahah*

Tidak ada dalil dalam syariah yang berkaitan dengan penentuan keuntungan usaha, sehingga jika melebihi jumlah tersebut dianggap haram. Hal demikian, telah menjadi kaidah umum untuk seluruh jenis barang dagangan disetiap zaman dan tempat. Ketentuan tersebut karena ada beberapa hikmah, diantaranya:

- 1) Perbedaan harga, terkadang cepat berputar dan terkadang lambat. Menurut kebiasaan, kalau perputarannya cepat, maka keuntungannya lebih sedikit, sementara jika perputarannya lambat maka keuntungannya banyak.
- 2) Perbedaan penjualan kontan dan pembayaran tunda. Pada asalnya, keuntungan pada penjualan kontan lebih kecil dibanding keuntungan pada penjualan tunda.
- 3) Perbedaan komoditas yang dijual, antara komoditas primer dan sekunder, keuntungannya lebih sedikit, karena memperhatikan orang yang membutuhkan, dengan komoditas *lux*, yang keuntungannya dlebihkan menurut kebijakan karena kurang dibutuhkan.

Sebagaimana telah dijelaskan, tidak ada riwayat dalam sunah Nabi yang mengatur pembatasan keuntungan, sehingga tidak boleh mengambil keuntungan melebihi sewajarnya. Bahkan sebaliknya

diriwayatkan dalam suatu hadis yang menetapkan bolehnya keuntungan perdagangan itu mencapai dua kali lipat pada kondisi tertentu, atau bahkan lebih.

### **3. Pembiayaan Murabahah**

#### **a. Pengertian pembiayaan**

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil (Kamil dan Fauzan, 2007: 31-32).

Menurut undang-undang perbankan No. 10 tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Ismail, 2013: 106).

Pembiayaan dalam BMT atau istilah teknisnya aktiva produktif menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanaman dana BMT baik dalam rupiah maupun valuta asing. Pembiayaan merupakan salah satu tugas Bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*. Jadi, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Kegiatan pembiayaan (*financing*) yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisi ini, menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

#### 1) Pembiayaan produktif

Yaitu pembiayaan yang diajukan untuk pembiayaan sektor produktif. Seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan

pembelian barang modal kerja dan lainnya yang mempunyai tujuan untuk pemberdayaan sector riil.

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi dalam hal berikut (Ascarya, 2008: 124-125):

- a) Pembiayaan modal kerja, yaitu yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan diantaranya:
  - i. Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yang jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi.
  - ii. Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
- b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) beserta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

## 2) Pembiayaan konsumtif

Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

## b. Pengertian Murabahah dan dasar hukum Murabahah

### 1) Pengertian Murabahah

Kata *Murabahah* secara bahasa adalah bentuk mutual (bermakna: saling) yang diambil dari bahasa Arab, yaitu *ar-ribhu* yang berarti kelebihan dan tambahan (keuntungan). Jadi, *murabahah* diartikan sebagai pertambahan nilai modal atau saling mendapatkan keuntungan antar kedua belah pihak. Jadi, *murabahah* artinya saling mendapatkan keuntungan. Dalam ilmu fikih, *murabahah* diartikan menjual dengan modal asli bersama tambahan keuntungan yang jelas (Usman, 2015: 119).

Secara terminology, yang dimaksud dengan *murabahah* adalah pembelian barang dengan pembayaran yang ditangguhkan (1 bulan, 2 bulan, 3 bulan dan seterusnya tergantung kesepakatan).

Pembiayaan *murabahah* diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi (*inventory*).

Salah satu skim fikih yang paling populer digunakan oleh perbankan syariah adalah jual beli murabahah. Transaksi murabahah lazim dilakukan oleh Rasulullah Saw, dan sahabatnya. Secara sederhana, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Misalnya, seseorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu, atau dalam bentuk persentase dari harga pembeliannya, misalnya 10% atau 20% (Karim, 2004: 103).

*Bay' al murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *Bay' al murabahah*, penjual harus memberi tahu harga pokok yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya (*mark up*) (Antonio, 2003: 101). Margin keuntungan adalah selisih harga jual dikurangi harga asal yang dikurangi harga asal yang merupakan pendapat bank. Pembayaran dan harga barang dilakukan secara tangguh atau dengan kata lain dibayar lunas pada waktu tertentu sesuai yang disepakati. *Murabahah* yakni penyediaan barang oleh BMT, dimana pihak pembeli harus mengembalikan pinjamannya dengan cara yang ditangguhkan atau jatuh tempo sejumlah pokok ditambah keuntungan yang disepakati (Ridwan, 2004: 179).

Jadi, dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian *murabahah* adalah salah satu produk perbankan syariah dalam bidang jual beli. Dimana pihak nasabah mengajukan permohonan kepada pihak Bank atas kebutuhan suatu barang dan setelah dianalisa oleh bank dan seandainya bank telah menilai layak permohonan tersebut, maka bank mencairkan (*droping*) dana,

dan pihak bank langsung mengadakan transaksi dengan pihak pemasok barang. Kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga asal ditambah keuntungan yang telah disepakati oleh kedua pihak, dengan pembayaran tangguh kepada pihak bank dengan cicilan dalam jangka waktu tertentu.

## 2) Dasar hukum *murabahah*

### a) Alquran

Al-Qur'an secara langsung membicarakan *murabahah*, meski disana ada acuan jual beli dan perdagangan, demikian juga dengan hadist. Walaupun tidak ada nash yang secara langsung membicarakan *murabahah*, namun para ulama seperti malik, Syafi'i, Hanafi, dan lainnya mengatakan bahwa jual beli *murabahah* adalah halal, dan membenarkan keabsahan *murabahah* berdasarkan syarat-syarat yang penting bagi keabsahan suatu jual beli ada dalam *murabahah*. Adapun ayat-ayat Alquran yang dapat dijadikan acuan dasar transaksi *murabahah* adalah:

QS: *an-Nisa'*:29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا  
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”  
(QS: *an-Nisa'*:29)

QS: al-Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ  
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ  
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ  
النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”(Al-Baqarah:275).

b) Al-Hadits

Sabda Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wassallam: “Pendapatan yang paling *afdhal* (utama) adalah hasil karya tangan seseorang dan jual beli yang *mabrur*”. (HR. Ahmad Al Bazzar Ath Thabrani).

Hadits dari riwayat Ibnu Majah, dari Syuaib:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ:  
الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ, وَالْمُقَارَضَةُ, وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لِالْبَيْعِ.  
(رَوَاهُ ابْنُ مَاجَه)

”Tiga perkara yang di dalamnya terdapat keberkahan: menjual dengan pembayaran secara tangguh, muqaradhadh (nama lain dari mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah dan tidak untuk dijual” (HR. Ibnu Majah).

c) Ijma’

Umat Islam telah berkonsensus tentang keabsahan jual beli, karena manusia sebagai anggota masyarakat selalu membutuhkan apa yang dihasilkan dan dimiliki orang lain. Oleh karena itu jual beli adalah salah satu jalan untuk mendapatkan secara sah. Dengan demikian maka mudahlah bagi setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya (Muhammad, 2004: 237-238).

d) Landasan Hukum Indonesia

Dalam memberikan pembiayaan dalam prinsip syariah BMT wajib mempunyai keyakinan analisa yang mendalam atas itikad dan kemampuan serta kesanggupan dari anggota untuk melunasi dan mengembalikan hutangnya atau mengembalikan pembiayaan dimaksud sesuai dengan yang diperjanjikan.

### 3) Rukun dan Syarat Pembiayaan Murabahah

Cara pembayaran dan jangka waktu disepakati bersama, dapat secara langsung ataupun secara angsuran. *Murabahah* dengan pembayaran secara angsuran ini disebut dengan *Bai’ Bitsaman Ajil*.

a) Rukun *Murabahah*

- (1) Penjual (*Ba’i*)
- (2) Pembeli (*Musyitari’*)

- (3) Barang atau objek (*Mubi'*)
  - (4) Harga (*Tsaman*)
  - (5) Syarat- syarat *murabahah*
- b) Pihak yang berakad:
- (1) Sebagai keabsahan suatu perjanjian (akad) para pihak harus cakap hukum
  - (2) Sukarela (*ridho*), tidak dalam keadaan terpaksa/ dipaksa dan tidak di bawah tekanan
  - (3) Obyek yang diperjualbelikan:
    - (a) Barang yang diperjualbelikan tidak termasuk barang yang dilarang (*haram*), dan bermanfaat serta tidak menyembunyikan adanya cacat barang
    - (b) Merupakan hak milik penuh pihak yang berakad
    - (c) Sesuai spesifikasinya antara yang diserahkan penjual dan yang diterima pembeli
    - (d) Penyerahan dari penjual ke pembeli dapat dilakukan
- c) Sighat:
- (1) Harus jelas dan disebutkan secara spesifik (siapa) para pihak yang berakad
  - (2) Antara ijab qabul (*serah terima*) harus selaras dan transparan baik dalam spesifikasi barang (*penjelasan fisik barang*) maupun harga yang disepakati (*memberitahu biaya modal kepada pembeli*)
  - (3) Tidak mengundang klausul yang bersifat menggantungkan keabsahan transaksi pada kejadian yang akan datang
  - (4) Tidak dibatasi waktu, misalnya: Saya jual ini kepada anda untuk jangka waktu 12 bulan setelah itu jadi milik saya sendiri (Zulkifli, 2004: 40).
- d) syarat-syarat *murabahah* adalah:
- (1) Mengetahui harga pertama

Pembeli hendaknya mengetahui pembelian karena hal itu adalah syarat sah jual beli, karena semua transaksi itu berdasarkan harga pertama yang merupakan modal, jika tidak mengetahuinya maka jual beli tidak sah.

(2) Mengetahui besarnya keuntungan

Mengetahui besarnya harga merupakan bagian dari harga, sedangkan harga tersebut syarat sah *murabahah*.

(3) Kontrak pertama harus sesuai dengan hukum yang ditetapkan.

(4) Kontrak harus terbebas dari riba

Hal semacam ini harus dibolehkan karena *murabahah* adalah jual beli dengan harga pertama yang diketahui oleh pembeli dan keuntungannya disepakati kedua belah pihak. Apabila terjadi tambahan keuntungan diluar kesepakatan maka itu dinamakan riba, sedangkan riba itu diharamkan dalam jual beli.

(5) Penjual harus menyampaikan semua hal-hal yang berkaitan dengan pembeli, seandainya penjual tersebut membeli barang dagangannya secara kredit maka penjual harus menyampaikan kepada pembeli bahwa ia harus membeli barang secara kredit.

#### 4) Ciri-ciri *murabahah*

Menurut Abullah saeed, ciri-ciri dasar *murabahah* adalah sebagai berikut:

- a) Pembeli harus memiliki pengetahuan tentang biaya-biaya terkait dan tentang harga asli barang, batas laba (mark-up) harus ditetapkan dalam bentuk persentase dari total harga beserta biaya-biayanya.
- b) Apa yang dijual adalah barang atau komoditi dan dibayar dengan uang.

- c) Apa yang diperjual belikan harus ada dan dimiliki oleh penjual dan penjual harus mampu menyerahkan barang tersebut kepada pembeli.
- d) Pembayarananya ditangguhkan. *Murabahah* digunakan dalam setiap pembiayaan dimana ada barang yang bisa diidentifikasi untuk dijual.

#### 5) **Macam-macam Murabahah**

- a) *Murabahah* berdasarkan pesanan  
*Murabahah* ini dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat. Bersifat mengikat apabila telah memesan, maka barang harus dibeli, sedangkan tidak mengikat dapat berupa menerima atau membatalkan barang tersebut.
- b) *Murabahah* ini termasuk jenis *Murabahah* bersifat tidak mengikat. *Murabahah* ini dilakukan tidak melibatkan ada yang pesan atau tidak sehingga penyediaan barang dilakukan sendiri oleh penjual (Wiroso, 2005: 37-38).

#### 6) **Bentuk-bentuk Murabahah**

Dalam perbankan syariah, ada dua bentuk *murabahah* yang umumnya dipraktekkan, yakni *murabahah* modal kerja dan *murabahah* investasi. Penjelasananya perbedaan dari keduanya adalah sebagai berikut:

- a) *Murabahah* modal kerja adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah selaku pemesan untuk membeli barang. Dari transaksi tersebut bank mendapatkan keuntungan jual beli yang disepakati bersama. Atau menjual suatu barang dengan harga asal (modal) ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.
- b) *Murabahah* investasi, yaitu suatu perjanjian jual beli untuk barang tertentu antara pemilik dan pembeli, dimana pemilik

barang akan menyerahkan barang seketika sedangkan pembiayaan dilakukan dengan cicilan dalam jangka waktu yang disepakati bersama.

#### **4. Teori Perilaku Konsumen**

##### **a. Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah aktivitas-aktivitas individu dalam pencarian, pengevaluasian, perolehan, pengonsumsiannya, dan penghentian pemakaian barang dan jasa (Tjiptono, 2014: 56).

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Disini terdapat tiga unsur penting yaitu:

- 1) Perilaku konsumen adalah dinamis
- 2) Terdapat interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar
- 3) Hal tersebut melibatkan pertukaran

Terdapat beberapa pengertian mengenai perilaku konsumen menurut berbagai pendapat. Menurut Kotler dan Keller (2008: 166) bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana seorang individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen menurut Sangadji dan Sopiha (2013: 7) didefinisikan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang, atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa perilaku konsumen merupakan ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok atau organisasi dalam menyeleksi, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa guna untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.

#### b. Perilaku konsumen dalam Islam

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat Al-Qur'an dan al-Hadist, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasulullah saw akan menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera (Sudarsono, 2007: 167).

Selain itu, perbuatan untuk memanfaatkan atau mengonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam. Sebab kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah ketaatan kepada-Nya, sebagaimana tercantum dalam al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 (Suprayitno, 2005: 92).

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Al-Baqarah Ayat 168).*

Seorang muslim memperhatikan teknis menyelenggarakan konsumsi yang berpedoman pada nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, seorang Muslim dilarang semata-mata menggunakan hawa nafsunya

dalam berkonsumsi. Prilaku konsumsi seorang muslim didasari oleh bahwa ia dalam memenuhi kebutuhannya tidak bisa dilakukan sendiri. Kesadaran akan perlunya peran orang lain dalam memenuhi kehidupannya mendorong seorang muslim untuk bersifat *tawadhu*.

Perilaku konsumsi dalam Islam akan didasarkan pada nilai-nilai al-Qur'an dan al-Hadist akan berdampak kepada seorang muslim dalam beberapa hal (Sudarsono, 2007: 187-188):

- 1) Konsumsi seorang muslim didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhannya sebagai manusia terbatas, dimana seorang muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan.
- 2) Tingkat kepuasan tidak didasarkan atas banyaknya jumlah dari dua atau satu pilihan yang dipilih, tetapi didasarkan atas pertimbangan bahwa pertimbangan ini berguna bagi kemaslahatan. Oleh karena itu, seorang muslim tidak sekedar memperhitungkan besarnya jumlah barang diperoleh dari pemanfaatan secara maksimal pengeluaran total, tetapi juga memperhitungkan skala prioritas dari berbagai barang yang akan diperoleh dari memanfaatkan pengeluaran total tersebut.
- 3) Seorang muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang haram atau barang-barang yang diperoleh dengan cara haram.
- 4) Seorang muslim tidak akan memaksa untuk berbelanja barang-barang yang diluar jangkauan penghasilannya. Walaupun ia dapat menambah penghasilannya dari hutang atau kegiatannya bersifat *subhat*.
- 5) Tingkat kepuasan bagi seorang muslim berhubungan dengan tingkat syukurnya. Syukur adalah sikap seorang muslim untuk menerima segala sesuatu yang ia dapatkan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah. Sikap ini terjadi karena seorang muslim percaya bahwa Allah pasti memberikan yang terbaik untuknya. Sikap ini terjadi karena seorang muslim percaya bahwa Allah pasti memberikan yang terbaik untuknya.

### c. Perilaku konsumen dalam perbankan syariah

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produksi barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada oersiapan dan penentuan kegiatan (Muhammad, 2011: 66).

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen berarti harus memperlihatkan kebutuhan konsumennya, yang tercermin pada perilaku konsumen tersebut. Dengan demikian, perusahaan tersbut perlu mengetahui prilaku konsumennya untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan. Perilaku konsumen oleh *American Assosiation* mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan koognisi perilaku konsumen dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Ada tiga ide penting dalam definisi diatas yaitu (Hardjono, 2005: 124):

#### 1) Perilaku konsumen adalah dinamis.

Definisi ini menekankan bahwa perilaku konsumen itu dinamis. Ini berarti bahwa seorang konsumen, group konsumen, group konsumen serta masyarakat luas selalu berubah dalam bergerak sepanjang waktu. Sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa suatu strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama sepanjang waktu, pasar, dan industri.

#### 2) Perilaku konsumen melibatkan interaksi.

Dalam definisi perilaku konsumen adalah keterlibatan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitarnya. Ini berarti bahwa untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan, apa yang mereka lakukan apa serta dimana yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa dan dilakukan konsumen.

### 3) Perilaku konsumen melibatkan pertukaran

Dalam definisi perilaku konsumen adalah pertukaran antara individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran. Kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran.

#### **d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain (Setiadi, 2003: 11):

##### 1) Faktor kebudayaan

###### a) kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dari perilaku seseorang. Misalnya seorang anak yang tinggal di Amerika akan terbuka pada nilai-nilai: prestasi dan keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisan, kemajuan, kenyamanan dari segi materi, individualisme, kebebasan, jiwa muda.

###### b) Sub-budaya

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang diberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub-budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

###### c) Kelas social

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relative homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang

tersusun secara hirarki dan keunggulannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

2) Faktor-faktor sosial

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang tersiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

b) Keluarga

Dari orang tua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri.

c) Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dari setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3) Faktor pribadi

a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan *siklus hidup keluarga*. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk atau jasa tertentu.

c) Keadaan ekonomi

Terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan harta.

d) Gaya hidup

Pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.

e) Kepribadian dan konsep diri

Karakteristik dan psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten. Kepribadian dapat merupakan suatu variable yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen (Setiadi, 2003: 13).

4) Faktor-faktor psikologis

a) Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat *biogenis*, yaitu muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Kebutuhan lain bersifat *psikogenis*, yaitu muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki.

Yang termotivasi siap untuk bertindak dan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi merupakan proses bagaimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

b) Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Para ahli pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan dari dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

c) Keyakinan dan sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Hal ini kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal, sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa obyek atau gagasan sikap mengarahkan orang-orang berperilaku secara cukup konsisten terhadap obyek yang serupa.

Menurut Muhammad (2004: 220), ada lima peran yang dimainkan orang dalam keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Inisiator*, orang yang pertama kali menyarankan gagasan untuk membeli produk dan layanan.
- 2) *Pemberi pengaruh*, orang yang pandangan atau nasehatnya mempengaruhi keputusan.
- 3) *Pembuat keputusan*, orang yang memutuskan segala komponen keputusan pembelian, membeli atau menolak apa yang dibeli, bagaimana cara pembeliannya, atau dimana membelinya.
- 4) *Pembeli*, orang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
- 5) *Pengguna*, orang yang memanfaatkan atau menggunakan produk layanan.

#### **e. Proses Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan seseorang dalam usaha memecahkan problema yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan iklim dan kondisi sistem. Jadi mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi. Alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan. Menurut Kotler pada umumnya, dalam melakukan pembelian konsumen melalui lima tahap dari proses pembelian. Dengan demikian proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian

aktual dan mempunyai konsekuensi lama setelah pembelian (Sumarni, 2002: 235)

1) Pengenalan kebutuhan

Pembeli ingin melakukan pembelian setelah merasakan adanya kebutuhan dan kebutuhan ini bisa timbul dari stimuli internal dan eksternal. Rasa lapar, haus bisa muncul tiba-tiba dari dalam diri seseorang manakala ia melewati warung makan. Hal ini didorong oleh stimuli internal. Jika seseorang berkeinginan menabung di suatu bank setelah membaca iklan tabungan hadiah dari bank tersebut, maka ini merupakan stimuli eksternal. Pemasaran harus dapat mengidentifikasi stimuli yang paling sering menimbulkan minat pembeli (sumarni, 2002: 235).

2) Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses pencarian informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya, dan melakukan untuk mempelajari yang lain.

Salah satu faktor kunci bagi pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli. Sumber-sumber informasi konsumen dapat di kelompokkan menjadi empat kelompok:

- a) Sumber pribadi: keluarga, teman tetangga, dan kenalan.
- b) Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan dan pameran.
- c) Sumber umum: pernah menangani, menguji dan menggunakan produk (Setiadi, 2003: 16).

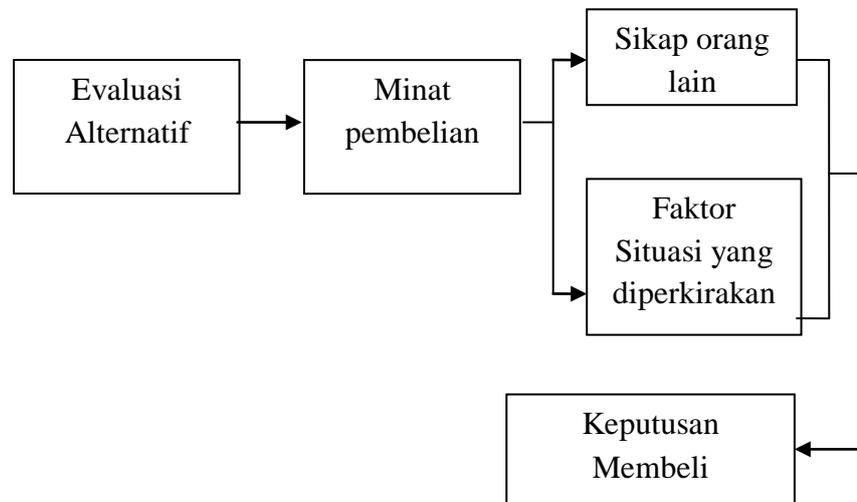
### 3) Evaluasi alternatif

Model proses evaluasi pembeli berorientasi secara kognitif yakni, mereka menganggap bahwa sebagian besar pembeli melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional (Setiadi, 2003: 17).

Konsumen atau nasabah akan berupaya untuk memuaskan suatu kebutuhan dan ia akan mencari manfaat (*benefit*) tertentu dari produk/jasa tersebut. Konsumen/nasabah memandang bahwa, produk/jasa mengandung kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat (Sumarni, 2002: 236).

### 4) Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membantu preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Dalam hal ini terdapat dua faktor yang turut berperan dalam minat pembelian dan keputusan pembelian (Sumarni, 2002: 237).



**Gambar 2.1: Langkah-Langkah antara Evaluasi Berbagai Alternatif hingga Keputusan Membeli**

Faktor pertama sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain bisa mengurangi preferensi terhadap alternative yang dipilih bergantung pada dua hal: intensitas sikap negatif terhadap alternatif yang lebih disukai konsumen yang besar dan motifasi konsumen untuk mengikuti keinginan orang lain tersebut.

Faktor kedua adalah faktor situasi yang diperkirakan yang mungkin timbul secara tiba-tiba dan mengubah maksud pembelian. Seorang konsumen mungkin kehilangan pekerjaannya saat masa krisis ekonomi, pembelian yang lain menjadi lebih penting, atau tenaga penjual di toko membuatnya batal membeli (Kotler, 2006: 228).

Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan, pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli (Setiadi, 2003: 17 ).

#### 5) Perilaku sesudah membeli

Setelah membeli produk, konsumen mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli. Pemasaran harus memantau kepuasan setelah pembelian, dan penggunaan produk setelah pembelian (Kotler, 2006: 229).

Kepuasan sesudah pembelian mempengaruhi perilaku konsumen. Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan dan ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode setelah pembelian (Setiadi, 2003: 17).

Penggunaan setelah pembelian dan pembuangan pemasaran harus juga memantau bagaimana pembeli mempergunakan dan membuahkan produk. Jika konsumen menyiapkan produk itu di lemari, produk itu mungkin tidak terlalu memuaskan, dan penyebaran kata-kata baik tidak terlalu kuat. Jika mereka menjual atau menukarkan produk itu, penjualan produk baru akan tertekan. Konsumen juga menemukan penggunaan baru untuk produk tersebut (Kotler, 2006: 201).

### **5. Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *murabahah***

#### **a. Pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk terhadap keputusan pembiayaan *murabahah***

Menurut Sumarwan pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan efisien dan lebih tepat mengolah

informasi dan mampu merecal informasi dengan lebih baik (Sumarwan, 2011: 147). Dengan demikian, semakin tinggi pengetahuan nasabah tentang produk pembiayaan *murabahah* maka akan semakin tinggi pula keinginan nasabah untuk memutuskan mengambil pembiayaan *murabahah*.

**b. Pengaruh pengetahuan nasabah tentang margin terhadap keputusan pembiayaan *murabahah***

Menurut Antonio, margin keuntungan berpengaruh terhadap jumlah pembiayaan bank syariah. Bila tingkat margin lebih rendah dari rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan akan semakin kompetitif (Antonio, 2011: 53). Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh bank syariah maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta oleh masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah. Tidak dapat dipungkiri sampai saat ini masyarakat masih beranggapan bahwa tinggi rendahnya margin sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan. Nasabah tidak akan mengambil pembiayaan jika mereka merasa margin yang ditetapkan tidak sesuai dengan kemampuan mereka. Akan tetapi jika mereka merasa mampu untuk membayar angsuran yang telah ditetapkan, maka mereka akan mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan.

**B. Penelitian yang relevan**

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan yang dilakukan oleh penulis, maka penulis mengambil acuan penelitian sebelumnya yang sejauh ini penulis ketahui pembahasan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah telah ada dibahas sebelumnya oleh:

1. Skripsi **Roza Oktavia, Nim 14 202 150** Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri

Batusangkar 2018 dengan Judul “**Pengaruh pengetahuan Nasabah dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar)**”. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah (X1) secara parsial (individu) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y). Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $6,457 > t_{tabel}$  1,997 dan diperoleh angka signifikan sebesar 0,000 lebih kecil  $< 0,05$  maka  $H_0$  1 ditolak dan  $H_a$  1 diterima dengan persentase pengaruh sebesar 0,597 (59,7%). Dan margin keuntungan (X2) secara parsial (individu) mempunyai pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y). hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $1,927 < t_{tabel}$  1,997 dan diperoleh angka signifikan sebesar 0,58 lebih besar  $>$  dari 0,05 maka  $H_0$  2 diterima dan  $H_a$  2 ditolak dengan persentase pengaruh 0,267 (26,7%). Sedangkan pengetahuan nasabah (X1) dan variabel margin keuntungan (X2) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 82,252 dengan tingkat signifikan (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  3 ditolak dan  $H_a$  3 diterima sebesar 0,000 berdasarkan koefisien determinasi persentase pengaruh pengetahuan nasabah dan margin keuntungan sebesar 0,721 (72,1%). Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis, penelitian Roza Oktavia membahas tentang pengaruh pengetahuan nasabah dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada BMT Ampek jurai Lantai Batu Batusangkar, sedangkan penelitian yang penulis bahas mengenai pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak. Selain itu, tempat penelitian yang dibuat berbeda

dengan penelitian penulis melakukan penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Skripsi **Ummi Sholihah** pada tahun 2016 dengan judul “**Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Margin Terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BMT Karima Karangpadan)**”. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpadan, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,336 > 1,679$ ) dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpadan. Sedangkan penelitian yang penulis bahas adalah mengenai pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak. Selain itu, tempat penelitian yang dibuat berbeda dengan penelitian penulis melakukan penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak.
3. Skripsi **Rani Fitrah, NIM. 14202133** Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar 2018 dengan Judul “**Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusannya dalam Memilih Bank Syariah**”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah yang terdiri dari pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah Mandiri KC Batusangkar, kecuali pengetahuan produk mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Ban Syariah Mandiri KC Batusangkar. Hasil pengujian pengukuran pengetahuan nasabah menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar adalah pengetahuan pemakaian, hal ini dikarenakan untuk variabel

pengetahuan pemakaian mempunyai nilai koefisien regresi terbesar serta memiliki nilai signifikan yang terkecil dari variabel pengetahuan produk dan pengetahuan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis, penelitian Rani Fitrah membahas bagaimana Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusannya dalam Memilih Bank Syariah sedangkan penelitian yang penulis bahas mengenai pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak. Selain itu, tempat penelitian yang dibuat berbeda dengan penelitian penulis melakukan penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak.

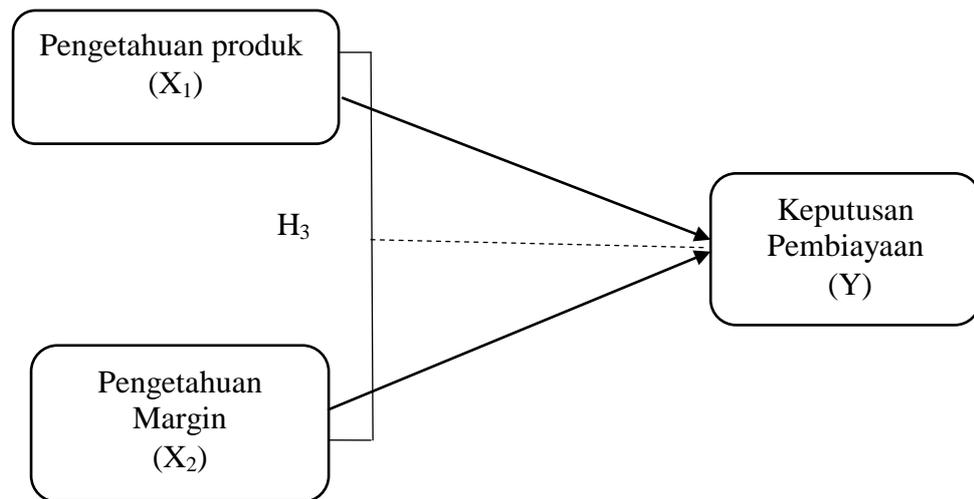
4. Skripsi **Okta Rizka NIM. 1351020195** Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017 dengan judul **“Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri kep Teluk Betung Bandar Lampung”**. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel persepsi dan margin secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $13,672 > 3,252$  Sedangkan berdasarkan uji parsial variabel persepsi nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0,969 < 2,026$  dengan nilai signifikansi  $0,339 < 0,05$ . Sedangkan variabel margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya. hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,447 > 2,026$  dengan nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$ . Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,425 hal tersebut berarti 42,5% variabel keputusan pengambilan pembiayaan griya dipengaruhi variabel persepsi nasabah dan margin sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis, pada penelitian Okta Rizky membahas tentang Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin

terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung sedangkan penelitian yang penulis bahas mengenai pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak. Selain itu, tempat penelitian yang dibuat berbeda dengan penelitian penulis melakukan penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak.

5. Skripsi **Ulul Albab, NIM. 13423100** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018 dengan Judul **“Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan”**. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: (1) Persepsi pembiayaan *murabahah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Berdasarkan hasil analisis pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a1}$  diterima. (2) margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,032 ( $0,032 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a2}$  diterima. (3) Secara simultan, persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai sebesar 25,939 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig Fhitung} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_{a3}$  diterima. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis, penelitian Ulul Albab membahas mengenai bagaimana Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan, sedangkan penelitian yang penulis bahas mengenai mengenai pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-

Makmur Cubadak. Selain itu, tempat penelitian yang dibuat berbeda dengan penelitian penulis melakukan penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak.

### C. Kerangka Berfikir



**Gambar 2.2 : Kerangka Berfikir**

### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang belum merupakan suatu tesis, suatu kesimpulan sementara, suatu pendapat yang belum final, karena masih harus dibuktikan kebenarannya (Yusuf, 2017: 130).

Berdasarkan paparan teoritik di atas, rumusan hipotesis yaitu:

H<sub>0</sub>1: Pengetahuan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembiayaan pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak

H<sub>a</sub>1: Pengetahuan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak

H<sub>0</sub>2: Pengetahuan margin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak

H<sub>a</sub>2: Pengetahuan margin berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak

H<sub>0</sub>3: Pengetahuan produk dan pengetahuan margin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak

H<sub>a</sub>3: Pengetahuan produk dan pengetahuan margin berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan teknik analisis *deskriptif kuantitatif*. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi (Bungin, 2011: 44). Teknik ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*.

#### B. Tempat dan waktu penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada BMT AL-Makmur Cubadak selama sembilan bulan yaitu mulai dari bulan Mei 2018 sampai pada bulan Februari 2019.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal penelitian**

Keterangan	Bulan									
	Mei 2018	Juni 2018	Juli 2018	Agust 2018	Sept 2018	Okt 2018	Nov 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019
Observasi awal										
Bimbingan proposal										
Seminar proposal										
Revisi proposal										
Penelitian										
Bimbingan penelitian										
Munaaqasah										

*Sumber: diolah sendiri dari beberapa sumber*

### C. Populasi dan sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah kelompok keseluruhan orang, peristiwa, atau sesuatu yang ingin diselidiki oleh peneliti terdiri atas: Obyek dan Subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004: 72).

Populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak yang berjumlah 156 nasabah.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Umar, 2009: 85). Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{156}{1 + 156(0,01)^2} = 60,93 \text{ dibulatkan menjadi } 61$$

Keterangan:            n= jumlah Sampel  
                                   N= jumlah Populasi  
                                   e= Standar Deviasi (10%)

Berkenaan dengan penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sampel guna mewakili seluruh nasabah pembiayaan *murabahah* yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak, maka penulis menentukan banyak sampel adalah 61 orang responden dari 156 nasabah pembiayaan *murabahah*.

### D. Pengembangan instrument

Instrument yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dalam arti laporan yang perlu diketahui. Kuisisioner diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang kejadian atau gejala sosial. Penyusunan kuisioner dengan menggunakan skala *likert* dengan kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert**

Kuisioner Pengetahuan		Kuisioner Keputusan	
Kriteria	Skor	Kriteria	Skor
SS	5	SS	5
S	4	S	4
R	3	KS	3
TS	2	TS	2
STS	1	STS	1

*(Sumber: Suyonto, 2012)*

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

#### E. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan data melalui:

##### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruhi oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. (Siregar, 2013: 25).

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis (Bungin, 2009: 154). Metode ini digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat. Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan data yang terkait dengan variabel keputusan pembiayaan, harga jual, tingkat margin yang diperoleh dari buku-buku atau referensi yang terkait dengan penelitian.

### F. Teknik analisis data

Analisis data adalah interpretasi terhadap data yang diperoleh secara sistematis, objektif dan teoritis sehingga menghasilkan kesimpulan yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dari hasil tabulasi mengelompokkan data-data yang ada kemudian dilakukan pengujian secara statistik dengan menggunakan bantuan program *software SPSS for windows release 22*. Dimana secara matematis analisis yang akan digunakan tersebut dapat dijelaskan secara rumusan dibawah ini:

1. Bukti Validitas dan  
Estimasi Reabilitas

a. Bukti Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument. Validitas suatu instrumen yaitu seberapa jauh instrument itu benar-benar mengukur objek yang hendak diukur (Yusuf, 2011: 234). Dimana dikatakan valid jika nilai korelasi di atas 0,5, Uji Validasi penelitian ini dibantu dengan *software SPSS 22*.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya/diandalkan. Reliabilitas menunjukkan

kosistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik cronbach alpha SPSS 22. Dimana dikatakan reliable jika cronbach alpha  $>0,6$  (Priyatno, 2014: 64).

## 2. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi (Sugiono, 2004: 142).

## 3. Analisis Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas pada Model Regresi

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan uji *one sample kolmogorow smirnov* (Priyatno, 2012: 144).

### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Beberapa metode uji multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ) (Priyatno, 2012: 151).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam modal regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan uji glejser, melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi, atau uji koefisien korelasi *spearman's rho* (Priyatno, 2012: 158).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) (Priyatno, 2014: 106).

Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- 1)  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai  $DU$  dan  $DL$  dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson.

4. Hasil Analisis dan Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi dependen. Nilai *R-squares* 0.25, 0.50, dan 0.75 menunjukkan bahwa model kuat, sedang, dan lemah. Kelemahan mendasar penggunaan *R-squares* adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.

Setiap penambahan satu variabel independen, maka nilai *R-squares* pasti akan meningkat. Oleh karena itu dianjurkan menggunakan nilai *adjusted R-squares* dalam mengevaluasi model regresi dimana nilainya akan naik atau turun apabila satu variabel independen di tambahkan kedalam model (Priyatno, 2014: 142).

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memperkirakan atau menghitung variabel  $X_1$  (Pengetahuan Produk)  $X_2$  (Pengetahuan Margin) yang menyebabkan perubahan variabel  $Y$  (pembiayaan), dan melihat seberapa besar pengaruh variabel  $X_1, X_2$  terhadap variabel  $Y$ , dengan persamaan regresi linier berganda, dengan rumus:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$	=Keputusan Pembiayaan
$X_1$	= Pengetahuan produk
$X_2$	= Pengetahuan Margin
$a$	= konstanta
$b_1$	= koefisien regresi variabel $X_1$
$b_2$	= koefisien regresi variabel $X_2$
$e$	= <i>Error Term</i>

c. Pengujian Hipotesis (Uji T)

Analisis ini secara umum digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, biasanya uji t ini menggunakan tingkat signifikan 0,05. Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Sunyoto, 2012: 91).

d. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Untuk mengetahui hasil F-test tersebut dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan (sig. F) dengan tingkat signifikan ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila  $sig. F \leq 0,05$  atau apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka bisa dikatakan bahwa variabel independen, secara

bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen  
(Sunyoto, 2012: 91)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum BMT Al-Makmur Cubadak**

##### **1. Sejarah Singkat**

Pendirian KJKS BMT Al Makmur diprakarsai oleh beberapa orang calon pendiri yang memiliki satu presepsi yang sama untuk membangun perekonomian umat yang madani dibawa Ridho Allah SWT, karena Allah tidak akan mengubah keadaan ekonomi suatu bangsa hingga kita mau berusaha sekuat tenaga untuk mengubahnya. Dengan nama Allah kami mulai melangkah meskipun dengan merangkak, berjalan tertatih-tatih, jatuh bangun, itu lebih baik dari pada kita duduk bermenung menunggu perubahan yang tidak jelas.

Suatu kewajiban bagi kita untuk merubah taraf ekonomi kearah yang lebih baik dari keterpurukan, karena kemiskinan itu akan menyeret kepada kekafiran. Kita mulai hari ini dari diri kita sendiri, kalau tidak siapa lagi untuk mengubah kondisi ekonomi umat pada taraf yang lebih baik. Allah menurunkan hujan untuk kesuburan bumi agar kita berfikir dan bekerja.

Berdasarkan hal di atas kami para pendiri mencoba berusaha mewujudkannya dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan syari'ah berbentuk dan berbadan hukum koperasi, maka berdasarkan hasil rapat pendiri beserta ninik mamak dan pemuka masyarakat yang berada di Jorong Supanjang Nagari Cubadak Kec. Lima Kaum yang juga dihadiri oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar beserta pimpinan BPRS Haji Miskin Padang Panjang dan Dosen STAIN Batusangkar dalam hal ini selaku motifator bagi para pendiri untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan mikro yang berbasis syari'ah di Kabupaten Tanah Datar. Pertemuan itu dihadiri lebih kurang 40 orang yang diselenggarakan pada hari Jum'at tanggal 29 Mei 2009 yang bertempat di Masjid Baitul Makmur Supanjang, maka secara musyawarah dan mufakat diputuskan

membentuk dan mendirikan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah- *Baitul Maal Wat Tamwil* (KJKS-BMT) dengan nama BMT Al-Makmur, yang Insya Allah menurut rencana akan dioperasikan pada tanggal 1 Juni 2009.

Anggota yang memprakarsai berdirinya BMT Al-Makmur ini semenjak awal adalah:

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| a. Suhatri Mariko, SEI | l. Kamra Doni, SE     |
| b. Sawirman            | m. Yasrizal           |
| c. Ardinal             | n. Symsuardi          |
| d. Misdayani, SEI      | o. Suhermasyah, SEI   |
| e. Elga Ayu Fitria     | p. Sovia Neri         |
| f. Mulyono             | q. Yusmareni, SEI     |
| g. Devi Susanti        | r. Riri Arizona, S.Pd |
| h. Asrinaldi, SEI      | s. Elfa, S.Pd         |
| i. Ernita              | t. Weldi, A.Md        |
| j. Ridwan              | u.M.Sabri, SE         |
| k. Olka Putra          |                       |

Adapun identitas lengkap dan dasar hukum dari KJKS BMT Al-Makmur adalah sebagai berikut:

- |                 |   |
|-----------------|---|
| a. Nama         | : KOPERASI JASA KEUANGAN<br>SYARIAHBMT AL MAKMUR  |
| b. Kantor       | : Jl. Raya Batusangkar- Padang Panjang KM<br>5 Jor.Supanjang Nag.Cubadak Kec.<br>Lima Kaum Kab. Tanah Datar |
| c. HP           | : 081363194220-081267290979   |
| d. Status       | : Koperasi Simpan Pinjam Pola Syariah   |
| e. Bidang Usaha | : Simpan Pinjam   |

Izin Usaha:

- |   |
|---|
| a. Badan Hukum berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, Bupati Tanah Datar, |
|---|

Dinas Koperintam Kabupaten Tanah Datar, No : 95/BH/KPT-TD/KOP/I/2010 tanggal 19 Januari 2010.

- b. Tanda Daftar Perusahaan No: 03.12.2.64.00027
- c. NPWP No: 31.598.6745-204.000
- d. SITU No : 510/SITU/KPPT/X/2012

### **VISI DAN MISI KKS BMT AL MAKMUR**

**VISI:** Menjadi koperasi syariah terdepan, bermanfaat bermartabat dan setia dalam pelayanan untuk semua kalangan

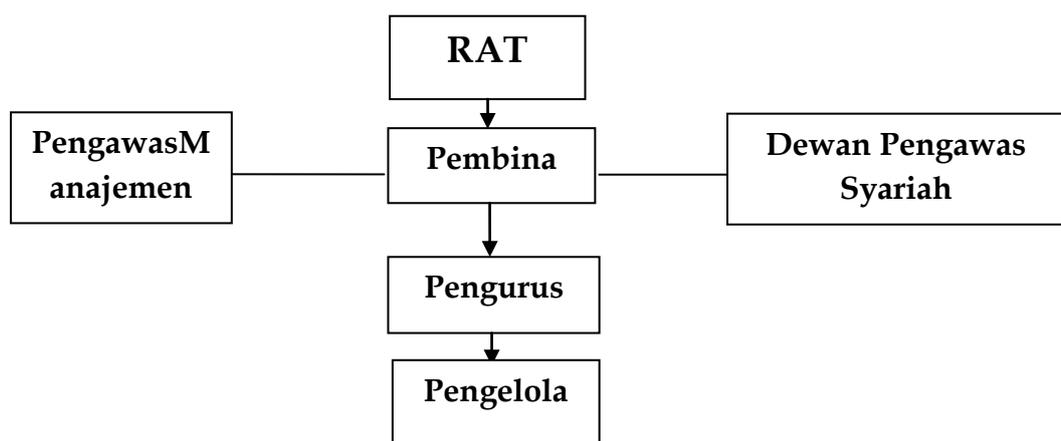
**MISI:** Meningkatkan kinerja koperasi yang Islami, sehat dan profesional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat umumnya dan anggota pada khususnya selaras dengan cita-cita para pendiri dan anggota KJKS-BMT Al-Makmur.

## **2. Struktur Organisasi**

### **STRUKTUR ORGANISASI**

### **KJKS BMT AL MAKMUR**

### **PERIODE 2012- 2017**



**Gambar 4.1**

**Pembina:**

Dinas Koperindag Pastam Kab. Tanah datar

**Dewan Pengawas Syari'ah:**

Dr. Rizal Fahlefi, M.SI

**Pengawas Manaemen:**

1. Ridwan, SEI
2. Kamra Doni, SE
3. M. Sabri, SE

**Pengurus:**

Ketua : Suhatri Mariko,SE.I, M.Sy

Sekretaris : Sawirman

Bendahara : Ardinal

**Pengelola:**

Manager : Sawirman

Pembukuan : Misdayani, SEI

Kasir : Yusma Reni, SEI

Marketing : Januarif

**3. Hasil Operasional****a. Pola kerja**

- 1) Pengolahan keuangan
- 2) Diputarkan dan dikelola pada sektor yang berpotensi dan punya prospek yang halal dan bagus. Model pengolahan keuangan ini akan dikelola langsung oleh BMT Al Makmur.
- 3) Pembiayaan atau pinjaman kepada anggota dengan sistem *mudaharabah* (bagi hasil).

**b. Pembagian keuntungan**

- 1) Setiap keuntungan yang diperoleh BMT Al Makmur dengan modal penyertaan atau investasi dari pihak ketiga serta keuntungan dari pihak anggota, maka bagi hasil yang dapat dilakukan dengan alternative kesepakatan antara lain:
  - a) 50% -50%

- b) 60%- 40%
  - c) 70%- 30%
- 2) Setiap bagian keuntungan yang diperoleh BMT Al-Makmur dilaporkan dan dimasukkan dalam Sisa Hasil Usaha (SHU).
  - 3) Setiap simpanan yang berasal dari anggota (simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela) dikelola oleh BMT Al-Makmur di bidang usaha perdagangan, perindustrian dan pembiayaan yang halal.
  - 4) Pembagian hasil simpanan anggota tersebut ditetapkan berdasarkan ART (Anggaran Rumah Tangga) BMT Al- Makmur.

### c. Produk-produk KJKS/BMT Al-Makmur Cubadak

- 1) Pembiayaan/ Pinjaman
  - a) Pembiayaan *murabahah* (akad pembiayaan jual beli pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.
  - b) Pembiayaan *mudharabah* (akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*sahibul maal*) menyediakan modal, sedangkan pihak lain sebagai pengelola (*mudharib*), dan keuntungan dibagi sama besar.
- 2) Simpanan/ tabungan
  - a) Simpanan *Wadiah*/ Deposito Berjangka
 

Simpanan *wadiah* adalah titipan dalam bentuk deposito berjangka yang dapat ditarik oleh pemilik dana atau anggota/ nasabah BMT sesuai dengan akad/ perjanjian yang telah disepakati. Simpanan dengan akad *wadiah* terdapat dua bentuk:
  - b) *Wadiah amanah*, titipan dana zakat, infak dan shadaqah
 

*Wadiah yadhamah*, simpanan ini akan mendapat bonus dalam bentuk bagi hasil (*mudharabah*) dari keuntungan yang yang diperoleh BMT Al-Makmur yang dibagikan sesuai

dengan jangka waktu yang disepakati berdasarkan saldo simpanan nasabah BMT

- c) Simpanan/ Tabungan
1. Simpanan/ tabungan *mudharabah* umum yang dikhususkan untuk masyarakat umum yang ingin menyimpan dananya yang dapat ditarik kapanpun setiap jam kerja
  2. Simpanan/ tabungan qurban dan akikah yang dikhususkan untuk masyarakat umum yang punya niat ingin menjadi peserta qurban dan akikah dapat menitipkan dananya di BMT Al-Makmur yang dapat ditarik kapanpun menjelang pelaksanaan qurban dan akikah.
  3. Simpanan/ tabungan pendidikan/ pelajar yang dikhususkan untuk para pelajar mulai dari tingkat taman kanak-kanak sampai dengan pelajar SLTA yang dapat ditarik kapanpun selama jam kerja
  4. Simpanan umrah dan haji

Produk simpanan ini sudah direalisasikan seluruhnya oleh BMT Al Makmur sejak tahun 2009 dan 2010.

## **B. Gambaran Umum Responden**

Deskripsi responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, umur/usia, jenjang pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan. Adapun hasilnya adalah:

### **1. Responden Menurut Jenis Kelamin**

Perbedaan jenis kelamin dapat menjadi pembeda bagi seseorang dalam memutuskan untuk memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah maupun non perbankan syariah, khususnya pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak. Hal ini karena pada umumnya seseorang dalam memilih sesuatu tergantung pada tingkat kenyamanan, perasaan, dan

keyakinan karena setiap orang memiliki perasaan dan keyakinan yang berbeda antara laki-laki dan perempuan.

**Tabel 4.1**

**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	33	54 %
Perempuan	28	46 %
Total	61	100 %

*Sumber: Data primer diolah, 2018*

Profil responden berdasarkan jenis kelamin (*gender*) menjelaskan dari 61 responden bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah perempuan yakni sebanyak 28 orang atau 46%, sedangkan laki-laki sebanyak 33 orang atau 54% sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah pembiayaan *murabahah* BMT Al-Makmur Cubadak adalah laki-laki.

2. Responden Menurut Umur/Usia

Perbedaan kondisi individu seperti umur, seringkali dapat memberikan perbedaan perilaku seseorang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kelompok umur yang lebih potensial dalam memilih jasa perbankan syariah maupun non perbankan syariah khususnya produk pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

Adapun komposisi responden menurut umur/usia dalam penelitian ini disajikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2**

**Profil Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
20-30	9	14.7%
31-40	23	37.7%
41-50	20	32.7%
51-60	9	14.7%
Total	61	100%

*Sumber: data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui dari 61 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden berumur 31-40 tahun dengan jumlah 23 responden atau 37.7%. dilihat dari segi umur menggambarkan bahwa kelompok umur 31-40 tahun merupakan konsumen yang berorientasi untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak, karena pada usia ini masa-masa seseorang memiliki kematangan untuk melakukan perputaran uang atau melakukan kegiatan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

### 3. Responden Menurut Jenjang Pendidikan Terakhir

Perbedaan pendidikan terakhir di sini sangat mempengaruhi sekali untuk konsumen dalam hal pengetahuan tentang lembaga keuangan bank maupun non bank serta produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokan jenjang pendidikan terakhir dalam 5 kategori, yaitu SD, SMP, SMA, Diploma, S1.

Adapun komposisi responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir disajikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Profil Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	9	14.7%
SMP	24	39.4%
SMA	25	41%
Diploma	1	1.7%
S1	2	3.2%
Total	61	100%

*Sumber: data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui dari 61 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden memiliki jenjang pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 25 responden atau 41% dan kemudian disusul SMP sebanyak 24 responden atau 39.4%, kemudian SD

sebanyak 9 Responden atau 14.7%, kemudian Diploma sebanyak 1 responden atau 1.6%, dan S1 sebanyak 2 responden atau 3.2%.

Hal di atas dapat disimpulkan bahwa para responden harus memiliki jenjang pendidikan yang tinggi untuk menjadi konsumen di BMT Al-Makmur Cubadak, khususnya untuk produk pembiayaan *murabahah*.

#### 4. Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Adanya perbedaan jenis pekerjaan nasabah berkaitan dengan rata-rata penghasilan nasabah setiap bulannya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak, karena hal ini juga terkait dengan kemampuan nasabah dalam mengangsur pembiayaan. Adapun komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan responden disajikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4**

**Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Peternak	2	3.21%
Pedagang	19	31.14%
Petani	4	6.55%
Wiraswasta	21	34.42%
Ibu rumah tangga	13	21.31%
Lain-lain	2	3.21%

*Sumber: data primer diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 61 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden bekerja sebagai Wiraswasta

## C. Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### a. Pengujian Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan agar tidak menyimpang dari penelitian. Butir-butir pertanyaan penelitian dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $<$  dari 0,05. Nilai  $r_{hitung}$  setiap variabel merupakan hasil korelasi jawaban responden atas masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan program SPSS dan outputnya bernama *corrected item total correlations*. Sedangkan untuk mendapatkan  $r_{tabel}$  dilakukan dengan melihat tabel *product moment* dengan uji dua sisidf=  $n-2$  (Priyatno, 2014: 60). Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 61 responden, jadi  $df = 61-2 = 59$ , maka besar  $r_{tabel}$  adalah 0,2521.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Total Person Correlation	$R_{tabel}$	Keterangan
Pengetahuan Produk	Indikator 1	0,594	0,2521	Valid
	Indikator 2	0,613	0,2521	Valid
	Indikator 3	0,696	0,2521	Valid
	Indikator 4	0,642	0,2521	Valid
	Indikator 5	0,740	0,2521	Valid
	Indikator 6	0,386	0,2521	Valid
	Indikator 7	0,322	0,2521	Valid
	Indikator 8	0,696	0,2521	Valid
	Indikator 9	0,613	0,2521	Valid
Tingkat Margin	Indikator 1	0,729	0,2521	Valid
	Indikator 2	0,675	0,2521	Valid
	Indikator 3	0,766	0,2521	Valid
	Indikator 4	0,722	0,2521	Valid
Keputusan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Indikator 1	0,613	0,2521	Valid
	Indikator 2	0,685	0,2521	Valid
	Indikator 3	0,733	0,2521	Valid
	Indikator 4	0,733	0,2521	Valid
	Indikator 5	0,623	0,2521	Valid

Indikator 6	0,613	0,2521	Valid
Indikator 7	0,733	0,2521	Valid
Indikator 8	0,766	0,2521	Valid

*Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2018*

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan tersebut memiliki nilai di atas 0,2521 sehingga dapat dikatakan bahwa butir instrumen tersebut sudah valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel yang diteliti dianggap sudah valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

#### **b. Pengujian Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner. Maksudnya apakah pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali (Priyatno, 2014: 64). Hasil uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach's alpa*. Untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas X<sub>1</sub>**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	21

*Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2018*

Berdasarkan uji reliabelitas di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh item reliabel, ini dapat dilihat dari keseluruhan item pernyataan memiliki *cronbach's alpasebesar* 0,943. Nilai diatas melebihi nilaicronbach's alpa standar yaitu 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuisioner adalah reliabel

yang berarti bahwa kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisisioner yang handal.

## 2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang baik tentang bagaimana responden bereaksi terhadap item pernyataan setiap variabel dalam kuisisioner. Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel Pengetahuan produk, tingkat margin, dan keputusan pembiayaan *murabahah*. Statistik deskriptif dari variabel-variabel tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan_Produk	61	9	44	30.87	8.209
Pengetahuan_Margin	61	4	20	14.10	3.370
Keputusan_Pembiayaan	61	8	40	27.64	7.714
Valid N (listwise)	61				

*Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2018*

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa statistik deskriptif untuk variabel independen, diantaranya variabel pengetahuan produk memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 44, serta *mean* 30.87 dengan standar deviasi sebesar 8.209. Dan variabel tingkat margin memiliki nilai minimum 4 dan nilai maksimum 20, serta *mean* 14.10, dengan standar deviasi sebesar 3.370.

Sedangkan statistik deskriptif untuk variabel keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* yakni memiliki nilai minimum 8 dan nilai maksimum 40 serta *mean* 27.64 dengan standar deviasi sebesar 7.714.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		61
Normal	Mean	.0000000
Parameter	Std.	
s <sup>a,b</sup>	Deviation	4.64001267
Most	Absolute	.055
Extreme	Positive	.055
Differenc	Negative	-.053
es		
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2018**

Berdasarkan tabel 4.10 *One-Sampel Kolmorov-Smirnov Test* diperoleh angka *asympt.sig* (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau= 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman (Priyatno,2014: 78):

- 1) Nilai sig. Atau signifikan < 0,05 distribusi data tidak normal
- 2) Nilai sig. Atau signifikan > 0,05 distribusi data adalah normal.

Pada data ini bahwa nilai *asympt.sig* (2-tailed) sebesar 0,200 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05.

#### d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat masalah multikolinieritas antara sesama variabel bebas. Dalam penelitian ini cara melihat ada atau tidaknya masalah multikolinieritas dalam model regresi adalah melihat dari nilai *tolerance* VIF (*variance inflation factor*), hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.11**  
**Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.722	2.928		.588	.559		
P_Produk	.016	.084	.017	.187	.852	.790	1.265
P_Margin	1.804	.205	.788	8.814	.000	.790	1.265

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembiayaan

**Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2018**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada pengetahuan produk memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,790 dan nilai VIF (*variance Inflation Factor*) 1,265 maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinieritas karena nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF (*variance Inflation Factor*) < 10, dan pada pengetahuan margin memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,790 dan nilai VIF (*variance Inflation Factor*) 1,265 maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinieritas karena nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF (*variance Inflation Factor*) < 10. Jadi dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah bebas dari masalah multikolinieritas karena nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF < 10.

#### e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda terjadi korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), ukuran dalam menentukan ada atau tidaknya masalah autokorelasi ini dengan menggunakan uji DW (*durbin-watson*) (Priyatno, 2014:106). Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.12**

#### Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.796 <sup>a</sup>	.633	.621	4.750	2.179

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan\_Margin, Pengetahuan\_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembiayaan

**Sumber: data diolah menggunakan SPSS 22**

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa nilai DW (*durbin-watson*) sebesar 2,179. Nilai  $DU = 1.6918$  (lampiran), Karenanilai DW terletak antara  $DU$  dan  $4-DU$  ( $1.6918 < 2.179 < 2.3082$ ) yang berarti tidak ada terjadi autokorelasi pada model regresi.

#### f. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya gangguan *error* yang muncul dalam model regresi yang digunakan. Uji heteroskedastisitas penulis lakukan dengan metode uji glejser dengan cara meregresikan antara variabel independent dengan nilai absolute residual. Jika signifikan antara variabel independent dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Prayitno, 2014: 115).hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.13**  
**Uji Heterokedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.620	1.783		2.591	.012
P_Produk	-.007	.051	-.020	-.138	.891
P_Margin	-.052	.125	-.062	-.418	.678

a. Dependent Variable: ABS\_RES

*Sumber: data diolah menggunakan SPSS 22*

Jika kita lihat dari hasil output data diatas maka bisa kita lihat bahwa nilai signifikan kedua variabel independent lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Jadi dari hasil pengujian persyaratan analisis yang dilakukan menggunakan uji asumsi klasik ini maka dapat kita ambil kesimpulan bahwa data yang tersaji sekaligus akan diolah ini sudah memenuhi persyaratan untuk bisa dilakukan pengujian lanjutan karena data diatas sudah terbukti terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen (Priyatno, 2014:142). Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Uji Koevisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 <sup>a</sup>	.633	.621	.4.750

a. Predictors: (Constant), margin, produk

*sumber: data diolah menggunakan SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.14 diatas terlihat bahwa nilai R Square adalah 0,633, sama dengan 63,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pengetahuan produk dan pengetahuan margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak sebesar 63,3%. Sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**b. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis linier berganda merupakan suatu model matematis berupa persamaan garis lurus yang mampu mendefinisikan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Pengetahuan produk dan pengetahuan margin sebagai variabel independen. Maka model rumus persamaan regresi bergandanya sebagai berikut:

Adapun hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS 22 dapat dirangkum melalui tabel 4.15, sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.722	2.928		.588	.559
P_Produk	.016	.084	.017	.187	.852
P_Margin	1.804	.205	.788	8.814	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembiayaan

*sumber: data diolah menggunakan SPSS 22*

Linear berganda yang terlihat pada tabel diatas nilai konstanta sebesar 1.722 dan nilai koefisien regresi dari variabel Pengetahuan Produk ( $X_1$ ) adalah bertanda positif sebesar 0,016 koefisien regresi dari nilai variabel Pengetahuan Margin ( $X_2$ ) bertanda positif sebesar 1,804. Jadi nilai koefisien regresi masing-masing variabel di atas dapat disubstitusikan kedalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,722 + 0,016 X_1 + 1,804 X_2$$

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

$a$  = Dalam tabel dapat diketahui nilai konstanta ( $a$ ) 1,722 yang berarti jika pengetahuan produk dan pengetahuan margin nilainya 0 maka besar nilai pembiayaan akan sama dengan konstanta yaitu 1,722.

$b_1 X_1 = 0,016$  yang berarti bahwa dengan setiap penambahan 1 tanggapan responden mengenai Pengetahuan Produk maka akan mempengaruhi keputusan nasabah memilih BMT Al-Makmur Cubadak sebesar 0,016.

$b_2 X_2 = 1,804$  yang berarti bahwa dengan setiap penambahan 1 tanggapan responden mengenai Pengetahuan Margin maka akan mempengaruhi keputusan nasabah memilih BMT Al-Makmur Cubadak sebesar 1,804.

Berdasarkan hasil persamaan di atas maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak adalah variabel Pengetahuan Margin, hal ini dapat dilihat melalui hasil koefisien regresi yakni sebesar 1,804 yang menunjukkan nilai koefisien regresi terbesar.

### c. Uji T

Uji statistik T bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan produk dan pengetahuan margin berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Makmur Cubadak. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.16**  
**Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.722	2.928		.588	.559
P_Produk	.016	.084	.017	.187	.852
P_Margin	1.804	.205	.788	8.814	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembiayaan

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Dari tabel di atas, maka didapat hasil sebagai berikut:

#### 1) Hipotesis 1

Dengan hipotesis statistik pertama akan diuji sebagai berikut:

$H_{01}$ : Pengetahuan Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Nagari Cubadak

$H_{a1}$ : Pengetahuan Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Nagari Cubadak

Variabel pengetahuan produk memiliki  $t_{hitung} 0,298$ , dengan sig. 0,01. Sedangkan  $t_{tabel}$  pada signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dengan derajat  $df = n-k(61-2=59)$  adalah 2,002 (*lampiran*).

Dengan demikian  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  ( $0,298 < 2,001$ ). Sehingga dapat disimpulkan  $H_{a1}$  ditolak yang berarti Pengetahuan Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Nagari Cubadak.

## 2) Hipotesis 2

Dengan hipotesis statistik pertama akan diuji sebagai berikut:

$H_{02}$ : Pengetahuan Margin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Nagari Cubadak

$H_{a2}$ : Pengetahuan Margin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Nagari Cubadak

Variabel pengetahuan margin  $t_{hitung}$  8,814. Sedangkan  $t_{tabel}$  pada signifikansi  $0,05/2=0.025$  dengan derajat  $df=n-k$  ( $61-2= 59$ ) adalah 2,001 (*lampiran*). Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,814 > 2,001$ ). Sehingga dapat disimpulkan  $H_{a2}$  diterima yang berarti Pengetahuan Margin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Nagari Cubadak.

### d. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Perhitungan Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2261.524	2	1130.762	50.120	.000 <sup>b</sup>
Residual	1308.541	58	22.561		
Total	3570.066	60			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan\_Margin, Pengetahuan\_Produk

*Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2018*

Anlisis Varian merupakan uji koefisiensi regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2014: 142). Dalam hal ini peran Anova adalah untuk menguji signifikansi pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05.

Dengan hipotesis statistik ketiga yang akan diuji sebagai berikut:

$H_{03}$ : Pengetahuan Produk dan Margin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*.

$H_{a3}$ : Pengetahuan Produk dan Margin berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*.

Dari hasil data output diperoleh  $f_{hitung}$  sebesar 50,120 tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan  $f_{tabel}$  adalah 3.16 (*lampiran*). Karena  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $50,120 > 3.16$  dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka disimpulkan  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa dana Pengetahuan Produk dan pengetahuan Margin secara signifikan berpengaruh terhadap

keputusan pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

## 5. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari uraian di atas dapat disimpulkan tentang Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Margin terhadap keputusan dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS 22 maka dapat kita lihat, dalam uji analisis regresi linier berganda yang terdapat dalam lampiran diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan (*R square*) 0,633 sama dengan 63,3%. Ini berarti variabel pengetahuan produk ( $X_1$ ) dan pengetahuan margin ( $X_2$ ) yang diturunkan dalam model sebesar 63,3% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) keputusan nasabah sebesar 63,3%. Jadi sisanya sebesar 36,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### g. Uji Hipotesis 1

Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak ( $H_0$  1 diterima,  $H_a$  1 ditolak)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara parsial (uji t) pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*. Hal ini dilihat dari nilai sig t sebesar 0,852 ini dibuktikan dengan nilai yang telah dihasilkan lebih besar dari nilai taraf signifikansi sebesar 5% atau 0.05. ini menandakan bahwa setiap penambahan 1% untuk meningkatkan pengetahuan Produk maka keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak akan meningkat pula. Dan begitupun sebaliknya jika mengalami penurunan 1% dalam pengetahuan produk maka keputusan pembiayaan *murabahah* juga akan ikut turun. Berdasarkan dari hasil uji  $t_{hitung}$  maka dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan produk menunjukkan nilai sebesar 0,187 dan  $t_{tabel}$  sebesar

2,001, dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,187 < 2,001$ ). Ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*.

#### h. Uji Hipotesis 2

Pengaruh variabel pengetahuan margin terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak ( $H_0$  2 ditolak,  $H_a$  2 diterima).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara parsial (uji t) pengetahuan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*. Hal ini dilihat dari nilai sig sebesar 0,000 ini dibuktikan dengan nilai yang telah dihasilkan lebih kecil dari nilai taraf signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Berdasarkan dari hasil uji  $t_{hitung}$  maka dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan margin menunjukkan nilai sebesar 8,814 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,001 dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $8,814 > 2,001$ ). Ini membuktikan bahwa pengetahuan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*.

Pengetahuan margin merupakan faktor yang ada dalam menentukan berapa keuntungan yang akan diperoleh. Dalam penentuan margin ini memiliki perhatian lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*. Karena dengan adanya margin ini, nasabah bisa memperkirakan berapa harga yang pantas dari barang yang akan dibeli dari pihak Lembaga Keuangan Syariah. Karena di sini margin adalah harga perolehan penentu akhir yang diperoleh dari penambahan harga pokok dari *supplier*.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak. Hasil ini membuktikan bahwa tingkat margin yang ditentukan mempengaruhi keputusan pembiayaan *murabahah*.

i. Uji Hipotesis 3

Pengaruh pengetahuan produk dan pengetahuan margin secara bersama-sama terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak ( $H_a$  3 diterima,  $H_0$  3 ditolak).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara simultan (uji F) pengetahuan produk dan pengetahuan margin memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 50,120 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,16 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* atau dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk dan pengetahuan margin secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada BMT Al-Makmur Cubadak mengenai pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis antara pengetahuan produk terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* adalah pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sebesar  $(0,187 < 2,001)$  dan signifikansi  $> 0,05$  ( $0,852 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengetahuan produk ( $X_1$ ) tidak dapat menerangkan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak.
2. Hasil pengujian hipotesis antara pengetahuan margin terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* adalah variabel pengetahuan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel pengetahuan margin terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $(8,814 > 2,001)$  dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa tingkat margin ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel tingkat margin ( $X_2$ ) dapat menerangkan variabel

terikatnya yaitu keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Hasil ini membuktikan bahwa pengetahuan margin yang ditentukan mempengaruhi keputusan pembiayaan *murabahah*. BMT Al-Makmur Cubadak.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara simultan (uji F) pengetahuan produk dan pengetahuan margin memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 50,120 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,16 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* atau dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk dan pengetahuan margin secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Dari uji koefisien determinasi  $R^2$  diperoleh  $R^2$  sebesar 0,633 sama dengan 63,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pengetahuan produk dan pengetahuan margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak sebesar 63,3%. Sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **B. Implikasi**

### **1. Implikasi Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya perilaku konsumen. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* dan pengetahuan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*. Hal ini diperkuat dengan teori yang telah dikemukakan oleh Antonio (2011) margin keuntungan berpengaruh terhadap jumlah pembiayaan bank

syariah. Bila tingkat margin lebih rendah dari rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan akan semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh bank syariah maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta oleh masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah.

Namun bertentangan dengan penelitian relevan dari skripsi Roza Oktavia pengetahuan dan tingkat margin sama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* yang mana pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* serta margin keuntungan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

## 2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi para nasabah untuk mengambil keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak. Tentang pentingnya pengetahuan produk dan pengetahuan margin berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *muharabahah* oleh beberapa ahli, ternyata tingkat margin adalah salah satu hal yang menentukan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Yang mana nasabah lebih melihat besarnya rendahnya margin sebelum mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Makmur Cubadak.

## C. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, beberapa saran tersebut antara lain:

1. Bagi lembaga BMT Al-Makmur Cubadak hendaknya dapat meningkatkan pembiayaan *murabahah* yang saat ini porsinya masih kecil. Karena

pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang memiliki pembagian margin yang berbeda dengan Bank umum/konvensional yang menerapkan unsur keterpaksaan kepada nasabah yang akan melakukan pembiayaan. Sedangkan dalam syariah lebih mengedepankan kemitraan dan keadilan sehingga dapat memberikan manfaat yang luas kepada sektor riil dan dapat mempertimbangkan lagi harga jual di BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Bagi peneliti selanjutnya perlu juga melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan beberapa faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan *murabahah*.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul, Halim Usman. 2015, *Manajemen Strategis Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim
- Abdul Rahman Shaleh. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*  
Jakarta: Pustaka Media
- Afni, Vela Santi. 2016. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada PT. BPR Syariah Barakah Nawatul Ikhlas Solok*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Cetakan Ke-3  
Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006
- Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan Bank Islam: Instrument Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy. 2004
- Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Keperasi Modern*, (Yogyakarta : ISES Publishing, 2008
- Andrian Sutedi, *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga KEuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Pustaka Media Group, 2009.
- Anshori, A.G. 2007. *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Mada University Press
- Ascarya. 2008*Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_2013 *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bungin, B. 2011.*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu sosial Lainnya* (Ed. Ke-3).Cet. Ke-enam. Jakarta: Kencana

- Danang Sunyoto. 2013 *Ekonomi Manajerial*, Cetakan Pertama, Yogyakarta:Center forAcademic Publishing Service
- Eva Roviana. 2015. *Analisis Pengaruh Harga atau Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota dalam Membeli Produk Pembiayaan Murabahah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus BMT Amal Mulia)*. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Salatiga
- Hasan, M.I. 2007. *Pokok-Pokok Materi Statistik*. Jakarta: PT Bumu Aksara
- Heri Sudarsono. 2007. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonosia
- Husein Umar. 2009, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- IKPI. 2011, *Kitab Undang-Undang Ekonomi Syariah*, Bandung: Fokus Media
- IImi,M. 2001. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta: Kencana
- Iqbal Hasan. 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Staristik*, Jakarta: Bumi Aksara
- Kasmir, 2010. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,.
- Khodirin Sholeh. 2010. *Integrasi Agama dan Filsafat*, Malang: UIN-Maliki Press
- Kotler,P. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Moehar Daniel. 2003. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Cet 2 Jakarta: Bumi Aksara
- Martono. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Ekonisia
- Maryanto Supriyono. 2011. *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syariah edisi revisi ke-2*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,dan Penelitian Gabungan*

- Nachrowi Djalal dkk. 2005, *Pengguna Ekonometri*, ed. Revisi Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Pustaka Media
- Okta, rizka. 2017. *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri kep. Teluk Betung Bandar Lampung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- Rani, Fitrah. 2018. *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusannya dalam memilih Bank Syariah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar
- Ridwan. 2002. *Belajar Mudah Meneliti untuk Guru, karyawan, Penelitian Pemula*, Bandung: Alfabeta
- Sudarsono. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonosia,
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta
- Sumarwan, Ujang, 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Suparlan Suhartono. 2005. *Falsafat Ilmu Pengetahuan*, Yogyakarta: AR-Ruzz
- Supranto. 2003. *Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sutan Remy Sjahdeini. 2014. *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-aspek Hukumnya*, Cetakan pertama Jakarta: Kencana
- Syukri Iska. 2012. *Syistem Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Fajar Media Press
- Syukri,Iska dan Rizal. 2005. *Lembaga Keuangan Syariah*, Batusangkar: STAIN Batusangkar
- Ulul, Albab. 2018. *Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Cabang Prambanan*. Fakultas Ilmu Agama Islam UII Yogyakarta
- Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo

Yusak Laksana. 2009. *Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Ban Syariah*,  
Jakarta: Gramedia

Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian  
Gabungan*. Ed. Pertama). Cet. Pertama. Jakarta: Kencana

Zainul Arifin, MBA. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Ban Syariah*, Jakarta: Azkia  
Publisher